

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR LOYALITAS ANGGOTA
BMT MITRA UMMAT NASIONAL RUMBIA LAMPUNG TENGAH

OLEH:
AYU NOVITA
NPM 1502100160



JURUSAN STRATA SATU (S1) PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1441 H/2019 M

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI

LOYALITAS ANGGOTA BMT

(Studi Kasus KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

AYU NOVITA

NPM. 1502100160

Pembimbing I: Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag

Pembimbing II: Liberty, SE.MA

JURUSAN STRATA SATU (S1) PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

TAHUN 1441 H/2019 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi Untuk di Munaqosyahkan
Saudari Ayu Novita

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____
Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi saudari:

Nama : AYU NOVITA
NPM : 1502100160
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : ANALISIS FAKTOR LOYALITAS ANGGOTA BMT
MITRA UMMAT NASIONAL RUMBIA LAMPUNG
TENGAH

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Dosen Pembimbing I

Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Metro, Juli 2020
Dosen Pembimbing II,

Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS FAKTOR LOYALITAS ANGGOTA BMT MITRA
UMMAT NASIONAL RUMBIA LAMPUNG TENGAH
Nama : AYU NOVITA
NPM : 1502100160
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Dosen Pembimbing I



Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Metro, Juli 2020
Dosen Pembimbing II,



Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725)4507, Fax.(0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No.: 2250/17.23.3/D/PP-00.9/09/2020

Skripsi dengan Judul : ANALISIS FAKTOR LOYALITAS ANGGOTA BMT MITRA UMMAT NASIONAL RUMBIA LAMPUNG TENGAH, disusun Oleh: Ayu Novita, NPM: 1502100160, Jurusan S1 Perbankan Syariah yang telah dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/ 24 Juni 2020.

TIM PENGUJI

Ketua/Moderator : Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag

Penguji I : Zumaroh, M.E.,Sy

Penguji II : Ljberty, SE., MA

Sekretaris : Agus Trioni Nawa, M.Pd

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhya Ninsiana, M.Hum

NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS ANGGOTA BMT (Studi Kasus KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah)

Oleh

AYU NOVITA

Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Mempunyai konsumen yang loyal akan memberikan keuntungan bagi perusahaan seperti menghemat biaya untuk promosi, pelayanan, transaksi dan lain sebagainya. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan loyalitas anggota BMT Mitra Ummat cukup baik dengan jumlah anggota mencapai 12.376 anggota BMT.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas anggota Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah. Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data primer dari karyawan dan anggota BMT. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif dengan metode induktif.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota di BMT Mitra Ummat adalah adalah Nilai, Citra, Kenyamanan, Kepuasan, Pelayanan. Sedangkan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah yaitu faktor pelayanan. Karena berdasarkan hasil penelitian, dari 10 narasumber terdapat 7 narasumber yang menjadi anggota karena pelayanannya. Sedangkan 3 anggota lainnya karena kenyamanan, nilai dan citra BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ayu Novita
NPM : 1502100160
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang di rujuk dari sumbernya dan di sebutkan dalam daftar pustaka

Metro, Mei 2020

Yang Menyatakan



AYU NOVITA
NPM. 1502100160

MOTTO

أُولَئِكَ يُسْرِعُونَ فِي الْحَيْرَاتِ وَهُمْ هَا سَابِقُونَ

“Mereka itu bersegera untuk mendapat kebaikan-kebaikan, dan merekalah orang-orang yang segera memperolehnya.”

(Q.S Al-Mu'minun:61)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Peneliti persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Ibunda tercinta Alm. Ibu Trimah semoga telah mendapatkan tempat terbaik disisi Allah SWT.
2. Ayahanda tercinta Bapak Sugeng dan adik tersayang Serli yang tidak pernah pernah lelah mendukung dan memberikan semangat.
3. Suami tercinta Eko Ari Wibowo bererta ayah dan ibu mertua yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan mendukung baik secara materiil maupun non materiil.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Liberty, SE.MA selaku Dosen Pembimbing II yang selalu sabar membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-Sahabatku semua yang selama ini bersama dan memberikan semangat.
6. Almamater Institut Agama Islam Negeri Metro sebagai tempat peneliti menimba ilmu.

Semoga orang-orang yang telah berjasa sampai skripsi ini selesai dibalas dengan pahala yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Aamiin ya Rabbal Alamin

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota BMT (studi kasus KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah).

Sholawat beriring salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyelamatkan kita semua dari zaman *Jahiliyyah* menuju zaman yang *Islamiyyah* dan yang kita nantikan syafa'atnya kelak di *yaumul kiyammah*.

Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Ibu Reonika Puspita Sari, M.E.Sy. selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Liberty, SE.MA selaku Dosen Pembimbing II.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan proposal ini.

6. Kedua orang tua peneliti yang telah mendukung peneliti baik secara materiil maupun non-materiil selama ini.
7. Suami tercinta yang selalu mendukung dan men-support peneliti selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan yang menimba ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Peneliti menyadari dalam proposal penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan yang peneliti lakukan baik dari segi kepenulisan, analisis, maupun teknik penyusunannya. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang dilakukan ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Metro, Juli 2020



AYU NOVITA
NPM. 1502100160

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Penelitian Relevan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Analisis Faktor	
1. Pengertian Analisis Faktor	9
2. Tujuan Analisis Faktor	10
3. Jenis-Jenis Analisis Faktor	10
B. Loyalitas	
1. Pengertian Loyalitas.....	11
2. Urgensi Loyalitas	12
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	14
4. Strategi Meningkatkan dan Mempertahankan Loyalitas.....	16
5. Loyalitas Dalam Islam	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	20
B. Sumber Data.....	21
C. Teknik Pengumpulan Data.....	22

D. Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.....	26
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.....	29
C. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah	36
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	45
B. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional 2014-2019	4
Tabel 4.1: Data jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional 2014-2019	27
Tabel 4.2: Tabel data anggota yang menjadi narasumber.....	31
Tabel 4.3: Tabel data alasan menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional .	42

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
2. SK Pembimbing Skripsi
3. Surat Izin Pra Survey
4. Surat Tugas dari IAIN Metro
5. Surat Izin Research dari IAIN Metro
6. Surat Balasan Izin Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. APD Skripsi
9. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia tidak terlepas dari peran lembaga-lembaga keuangan baik lembaga keuangan perbankan maupun lembaga keuangan bukan bank yang turut andil dalam melaksanakan dan mengatur kegiatan ekonomi masyarakat. Salah satu lembaga keuangan bukan bank yang turut berperan adalah *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT). *Baitul Maal wa Tamwil* merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Secara harfiah *baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha.¹

Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti: *zakat*, *infaq*, dan *shodaqoh*. Sedangkan *baitul tamwil* sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.² Berita saat ini sudah bermunculan isu-isu buruk terkait *Baitul Maal wa Tamwil* ditutup. Penyebab tutupnya *Baitul Maal wa Tamwil* bangkrut karena kredit macet, uang dibawa kabur, serta banyak juga yang mendapat imbas dari isu-isu terkait. Sebuah artikel diungkapkan bahwa Pusat Inkubasi Usaha Kecil (Pinbuk) menyatakan bahwa *Baitul Maal wa Tamwil* pada akhir 1997 berjumlah 1.501 buah mengalami perkembangan yang tidak terlalu

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 126.

² Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi dan Ilustrasi)*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2012), 107.

bagus, bahkan ada *Baitul Maal wa Tamwil* yang kemudian tumbang, gagal, rugi kemudian mati.³

Isu kegagalan *Baitul Maal wa Tamwil* dalam kegiatan operasionalnya tentu saja membuat berkurangnya kepercayaan anggota terhadap *Baitul Baitul Maal wa Tamwil* serta merasa khawatir sehingga banyak yang melakukan penarikan dana secara serentak. Hal ini tentu saja membuat *Baitul Maal wa Tamwil* kelabakan bahkan sampai tutup karena tidak bisa mengembalikan dana tersebut.

Dalam upaya mempertahankan kegiatan usahanya, perlu membangun sebuah loyalitas konsumen dalam hal ini adalah anggota *Baitul Maal wa Tamwil*. Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁴

Loyalitas konsumen sangat penting bagi setiap perusahaan dalam hal ini adalah *Baitul Maal wa Tamwil*. Mempunyai konsumen yang loyal akan memberikan keuntungan bagi perusahaan seperti menghemat biaya untuk promosi, pelayanan, transaksi dan lain sebagainya. Keuntungan bagi perusahaan yang memiliki konsumen loyal seperti yang dijelaskan oleh W. Reinartz dan V. Kumar adalah biaya dalam melayani konsumen murah, konsumen yang loyal

³ AA Amarudin Mumtaz, "dan BMT-pun Bertumbuhan...", Isu Klasik Menarik untuk Diulik", Kompasiana.com, 16 Juni 2015.

⁴ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 104.

akan membayar lebih mahal, dan konsumen yang loyal juga akan mempromosikan perusahaan tersebut.⁵

Setelah mengetahui pentingnya memiliki konsumen yang loyal maka harus memperhatikan faktor-faktor penting yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Faktor faktor tersebut terdiri dari nilai (harga dan kualitas), citra, kenyamanan, kepuasan, dan pelayanan.⁶ Selain faktor-faktor, perusahaan juga harus merancang strategi dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas konsumen. Menurut Berry dan Parasuraman dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan menambah manfaat keuangan, menambah manfaat sosial, dan menambah manfaat ikatan struktural.⁷

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah merupakan salah satu *Baitul Maal wa Tamwil* yang masih berkembang di desa Rukti Basuki kecamatan Rumbia hingga saat ini. Loyalitas anggota di *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional ini cukup baik hal ini dibuktikan dari jumlah anggota dari tahun ke tahun seperti data yang peneliti peroleh berdasarkan hasil pra-survey sebagai berikut:⁸

⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen: dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*,(Bandung: Alfabeta. 2017), 217-218.

⁶ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 248.

⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*.,243-244.

⁸ Data diperoleh dari HRD BMT Mitra Ummat Nasional, pada 9 Desember 2019

Data jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional 2014-2019

Tahun	Anggota Simpanan	Anggota Pembiayaan
2014	2.340 Anggota	1.437 Anggota
2015	3.256 Anggota	2.421 Anggota
2016	4.580 Anggota	3.798 Anggota
2017	5.238 Anggota	5.054 Anggota
2018	5.941 Anggota	5.743 Anggota
2019	6.248 Anggota	6.128 Anggota

Tabel 1.1: Data jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional 2014-2019

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa anggota *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional ini banyak. Hal ini juga diperkuat berdasarkan wawancara dengan salah satu karyawan *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional bahwa anggota simpanan dan pembiayaan di KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional masih banyak meskipun marak isu *kolaps*-nya beberapa BMT di Lampung. Hal ini terlihat dari terus bertambahnya jumlah anggota setiap tahunnya.⁹

Berdasarkan pemaparan tersebut, diketahui bahwa jumlah anggota BMT Mitra Ummat cukup banyak, akan tetapi belum diketahui tingkat loyalitas anggota. Oleh karena itu, perlu diteliti tingkat loyalitas dan faktor yang

⁹ Wawancara dengan Ahmad Thohir selaku HRD BMT Mitra Ummat Nasional, pada 9 Desember 2019.

mempengaruhi loyalitas anggota di KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian diatas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah “Apakah faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas anggota Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam melakukan penelitian ini yaitu mengetahui “Faktor-faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas anggota Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah”

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat yang diharapkan penelitian ini secara teoritis adalah untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan terkait loyalitas anggota dan cara mempertahankannya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini secara praktis adalah dapat digunakan sebagai acuan atau rujukan serta dapat memberikan masukan dalam menghadapi permasalahan yang terjadi. Serta diharapkan dapat memberikan saran kepada BMT atas pentingnya loyalitas anggota BMT.

E. Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nina Wijayanti Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2010 yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia TBK (Studi Kasus PT. BRI Tbk Kantor Kas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).”

Hasil dari penelitian tersebut yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah PT. BRI Tbk Kantor Kas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta adalah faktor pelayanan karyawan, faktor empati, faktor daya tanggap, faktor reputasi bank, faktor kredibilitas faktor sarana dan prasarana, faktor identitas perusahaan, faktor logo perusahaan, faktor kehandalan, dan faktor kemudahan prosedur pelayanan.¹⁰

Penelitian yang dibahas oleh saudari Nina dengan penelitian ini mempunyai kemiripan yaitu terkait faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas. Akan tetapi terdapat perbedaan seperti lembaga tempat penelitian, permasalahan penelitian, dan sifat penelitian. Saudari Nina menggunakan sifat penelitian kuantitatif sedangkan sifat penelitian yang akan peneliti lakukan adalah kualitatif.

¹⁰ Nina Wijayanti, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia TBK (Studi Kasus PT. BRI Tbk Kantor Kas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), 2010.

2. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Citra Ayu Ratna P. Universitas Negeri Semarang pada tahun 2016 berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang”

Hasil dari penelitian tersebut yaitu faktor kepercayaan, komitmen, keadilan, religiusitas, pengetahuan tentang produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dan faktor komunikasi serta kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah. Sedangkan untuk loyalitas karyawan faktor kepercayaan, komitmen, kualitas pelayanan, religiusitas berpengaruh positif dan faktor komunikasi keadilan, serta pengetahuan tentang produk tidak berpengaruh.¹¹

Penelitian saudari Citra dengan penelitian ini mempunyai kemiripan yaitu membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas. Akan tetapi ini membahas mengenai loyalitas anggota BMT, dengan variabel yang mempengaruhi berupa nilai, citra, kenyamanan, kepuasan dan pelayanan. Sedangkan penelitian saudari citra membahas mengenai loyalitas nasabah bank dengan variabel yang mempengaruhi adalah kepercayaan, komitmen, komunikasi, kualitas pelayanan, keadilan, religiusitas, dan pengetahuan tentang produk.

¹¹ Citra Ayu Ratna P., “Skripsi Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang”, (Semarang: Universitas Negeri Semarang), 2016.

3. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Adi Krismanto Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2009 berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah”

Hasil dari penelitian tersebut yaitu pertama, kualitas layanan merupakan elemen yang paling penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Kualitas layanan merupakan variabel dominan yang mempengaruhi terwujudnya loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Kedua, penanganan komplain yang tepat merupakan sebuah mekanisme dan proses positif yang berpengaruh terhadap pembentukan loyalitas nasabah berdasarkan kepuasan nasabah. Ketiga, Loyalitas juga lahir karena perbankan menghasilkan citra yang menghantarkan nilai yang berasal dari produk dan layanannya.¹²

Penelitian saudara Adi memiliki kesamaan dengan penelitian ini terkait faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dilakukan disalah satu bank umum sedangkan penelitian ini dilakukan di *Baitul Maal wa Tamwil*. Analisis penelitian saudara Adi menggunakan analisis deskriptif dengan menyajikan hasil olah data berupa analisis konfirmatori dan analisis model penuh *structural equation modeling* dalam pengujian hipotesis, sedangkan analisis penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan metode induktif.

¹² Adi Krismanto, “Tesis Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Semarang Pattimura”, (Semarang: Universitas Diponegoro), 2009

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Analisis Faktor

1. Pengertian Analisis Faktor

Analisis faktor yaitu analisis yang bertujuan untuk mempelajari hubungan beberapa variabel, dengan mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang awalnya saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.¹³ Dalam analisis faktor, variabel-variabel dalam jumlah besar dikelompokkan dalam sejumlah faktor yang mempunyai sifat dan karakteristik yang hampir sama, sehingga lebih mempermudah pengolahan.¹⁴

Berdasarkan pengertian diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa analisis faktor merupakan sebuah tindakan menganalisa variabel-variabel dengan menemukan hubungan antar variabel-variabel tersebut dan dikelompokkan hingga menjadi lebih sedikit dari sebelumnya.

¹³ Iska Simarmata, Abdul Jalil Amri Arma, Arnita, “Aplikasi Analisis Faktor dengan Metode *Principal Component Analysis* dan *Maximum Likelihood* dalam Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pemberian Makanan Tambahan Pada Bayi Usia 0-6 Bulan di Desa Pematang Panjang Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara Tahun 2013”, 1.

¹⁴ Wiratmanto, “Analisis Faktor-Faktor dan Penerapannya dalam Mengidentifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Media Pembelajaran”, dalam Skripsi (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), 1.

2. Tujuan Analisis Faktor

Tujuan pokok analisis faktor ini adalah untuk membuat ringkasan informasi yang dikandung pada sejumlah besar variabel kedalam suatu kelompok faktor yang lebih kecil.¹⁵ Selain itu, analisis faktor juga bertujuan untuk menerangkan struktur hubungan antara variabel-variabel dalam analisis.¹⁶ Tujuan dari analisis faktor yang dapat peneliti fahami dari penjelasan diatas adalah untuk meringkas variabel-variabel yang ada menjadi variabel yang lebih sedikit.

3. Jenis-Jenis Analisis Faktor

a. Analisis Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia. Faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis.¹⁷ Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa analisis internal merupakan analisis yang dilakukan berdasarkan variabel-variabel yang didapatkan dari faktor internalnya seperti diri sendiri, pribadi dan psikologis.

b. Analisis Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang ada diluar diri manusia. Faktor eksternal yang utama adalah faktor kebudayaan dan faktor

¹⁵ Minal Konitin, "Kajian Tentang Analisis Faktor Menggunakan Metode *Principal Component Analysis* (CPA)", dalam Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2010), 2.

¹⁶ Iska Simarmata, Abdul Jalil Amri Arma, Arnita, "Aplikasi Analisis..", 2.

¹⁷ Pandji Anaroga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 227.

sosial.¹⁸ Analisis eksternal merupakan analisis yang dilakukan berdasarkan variabel-variabel yang didapatkan dari faktor eksternalnya seperti lingkungan dan masyarakat.

B. Loyalitas

1. Pengertian Loyalitas

Menurut Parasuraman loyalitas konsumen dalam konteks pemasaran jasa didefinisikan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dan penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis.¹⁹

Menurut Tjiptono loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Loyalitas dapat diukur dengan tiga indikator yaitu *repeat* yaitu apabila nasabah mengonsumsi barang dan jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan secara berulang-ulang, *retention* adalah ia yang tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain, serta *referral* adalah apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain.²⁰

¹⁸*Ibid.*

¹⁹ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 104.

²⁰ Fretty Welta, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada *Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Surya Barokah*", *I-Economic* 3, No. 2, (2017), 135.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen (*customer loyalty*) adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang tercermin dari sikap (*attitude*) yang sangat positif dan wujud perilaku (*behavior*) pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen tersebut secara konsisten.²¹

Loyalitas adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama.²² Loyalitas konsumen dengan suatu keadaan yang menunjukkan adanya komitmen yang kuat dalam pembelian ulang dan penggunaan kembali barang dan jasa perusahaan.²³ Jadi dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan sikap positif yang ditunjukkan konsumen terhadap produk yang dikonsumsinya dengan cara melakukan pembelian secara berulang dan berkelanjutan. Kepuasan dan loyalitas saling berkaitan karena ketika konsumen merasa puas maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang.

2. Urgensi Loyalitas

Menurut W. Reinantz dan V kumar keuntungan yang akan didapat apabila memiliki konsumen yang loyal adalah sebagai berikut:

²¹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen: dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta. 2017), 216.

²² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, 241

²³ *Ibid.*

- a. Biaya melayani konsumen loyal akan lebih murah, karena konsumen lebih mengenal proses transaksi.
- b. Konsumen yang loyal akan mempromosikan perusahaan kepada orang lain (*word of mouth*) sehingga dapat mengurangi biaya pemasaran.²⁴

Alasan pentingnya menumbuhkan dan menjaga loyalitas konsumen dikemukakan oleh Hawkins dan Coney yaitu sebagai berikut:

- a. Konsumen yang sudah ada memberikan prospek keuntungan yang cenderung lebih besar.
- b. Biaya yang dikeluarkan untuk menjaga dan mempertahankan konsumen yang sudah ada lebih kecil dibandingkan dengan biaya untuk mencari konsumen baru.
- c. Kepercayaan konsumen pada suatu perusahaan dalam satu urusan bisnis akan membawa dampak, mereka juga akan percaya pada bisnis yang lain.
- d. Loyalitas konsumen bisa menciptakan efisiensi.
- e. Hubungan yang sudah terjalin lama antara perusahaan dengan konsumen akan berdampak pada pengurangan biaya psikologis dan sosialisasi.
- f. Konsumen lama akan mau membela perusahaan serta mau member referensi kepada teman-teman dan lingkungan untuk mencoba berhubungan dengan perusahaan.²⁵

²⁴ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen.*, 217-218.

Jadi dapat disimpulkan bahwa memiliki konsumen yang loyal sangat penting bagi perusahaan karena akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Salah satu keuntungan yang akan didapat adalah biaya pelayanan dan pemasaran yang berkurang sehingga akan menambah laba yang lebih banyak, dan konsumen juga akan mempromosikan kepada rekan-rekannya secara suka rela.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah sebagai berikut:

a. Nilai (Harga dan Kualitas).

Nilai (harga dan kualitas) dan penggunaan suatu merek dalam waktu yang lama akan mengarah pada loyalitas.²⁶ Harga selain merupakan jalan masuknya uang ke perusahaan, juga berhubungan dengan kualitas produk atau jasa.²⁷

b. Citra (kepribadian yang dimiliki maupun reputasi dan merek).

Produk yang memiliki citra yang baik dapat menimbulkan loyalitas konsumen pada merek.²⁸ Citra diartikan sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Seseorang yang memiliki impresi dan kepercayaan yang tinggi terhadap suatu

²⁵ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, 113.

²⁶ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, 248

²⁷ Nurullaili, Andi Wijayanto, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2, No. 1 (2013): 92.

²⁸ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, 248

produk maka tidak akan berpikir panjang untuk membeli dan menggunakan suatu produk.²⁹

c. Kenyamanan.

Dalam situasi yang penuh tekanan dan permintaan pasar yang menuntut kemudahan, pihak perusahaan dituntut untuk menyediakan produk yang nyaman dan mudah diperoleh.³⁰

d. Kepuasan

Kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya.³¹ Konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk atau merek yang dikonsumsi akan memiliki keinginan untuk membeli ulang produk atau merek tersebut.³²

e. Pelayanan

Pelayanan dengan kualitas baik yang ditawarkan oleh suatu merek dapat memengaruhi loyalitas konsumen pada merek.³³ Pelayanan menurut Fandy Tjiptono adalah bentuk penyajian, tindakan, dan informasi yang diberikan untuk meningkatkan kemampuan

²⁹ Nurullaili, Andi Wijayanto, "Analisis Faktor-Faktor.", 92

³⁰ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, 248.

³¹ Nurullaili, Andi Wijayanto, "Analisis Faktor-Faktor.", 91

³² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, 248.

³³ *Ibid.*

pelanggan/pengguna jasa dalam mewujudkan nilai potensial yang terkandung dalam produk/jasa inti yang dibeli pelanggan/pengguna.³⁴

Jadi faktor-faktor yang telah disebutkan diatas sangat perlu diperhatikan dan ditingkatkan karena memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen sendiri memiliki peran penting salah satunya adalah memberikan keuntungan bagi perusahaan.

4. Strategi Meningkatkan Loyalitas

Strategi dalam mempertahankan loyalitas konsumen menurut Berry dan Parasuraman yaitu sebagai berikut:

a. Menambah Manfaat Keuangan.

Dua manfaat keuangan yang dapat ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yaitu program seringnya membeli dan program pemasaran klub. Program seringnya membeli (*frequency program*) dirancang untuk memberikan imbalan bagi konsumen yang sering membeli dan membeli dalam jumlah besar. Sedangkan pemasaran klub konsumen terbatas menarik dan mempertahankan konsumen yang merupakan penyumbang terbesar bisnis perusahaan.³⁵

Menambah manfaat keuangan dapat dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan menambah keuntungan. Dua hal yang digunakan untuk menambah manfaat keuangan menurut teori adalah program seringnya

³⁴ Khaerul Umam, *Manajemen Perkantoran: Referensi untuk Para Akademisi dan Praktisi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 271.

³⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen.*, 243.

membeli dan program pemasaran klub dimana kedua program tersebut apabila ditingkatkan akan menambah penjualan dan loyalitas konsumen sehingga akan menambah keuntungan bagi perusahaan.

b. Menambah Manfaat Sosial.

Perusahaan berusaha meningkatkan ikatan sosial mereka dengan para konsumen dengan cara membangun relasi dengan masing-masing konsumen mereka secara lebih pribadi.

c. Menambah Manfaat Ikatan Struktural.

Ada beberapa sasaran untuk menciptakan ikatan struktural dengan konsumen antara lain menciptakan kontrak jangka panjang, menagih harga yang rendah kepada konsumen yang membeli pasokan yang lebih besar, dan mengubah produk menjadi layanan jangka panjang.³⁶

Zeithaml dan Bitner mengemukakan bahwa untuk mewujudkan dan mempertahankan loyalitas konsumen dibutuhkan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Komitmen dan keterlibatan manajemen puncak.
- b. Tolok ukur internal (*internal benchmarking*).
- c. Identifikasi kebutuhan pelanggan.
- d. Penilaian kapabilitas persaingan.
- e. Pengukuran kepuasan dan loyalitas pelanggan.

³⁶ *Ibid.*

- f. Analisis umpan balik dari pelanggan, mantan pelanggan, non pelanggan, dan pesaing.
- g. Perbaiki berkesinambungan.³⁷

Strategi dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas konsumen sangat perlu direncanakan agar tercipta hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen atau anggota selain itu akan menghemat biaya pemasaran sehingga dapat memperoleh keuntungan bagi perusahaan dan kepuasan bagi konsumen atau anggota.

5. Loyalitas Dalam Islam

Sikap loyalitas juga dianjurkan oleh Allah SWT yang dijelaskan dalam Q.S Ali Imran ayat 31 dan 32 sebagai berikut:

قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣١﴾

Artinya: "Katakanlah: "Jika kamu (benar-benar) mencintai Allah, ikutilah Aku, niscaya Allah mengasihi dan mengampuni dosa-dosamu." Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang." (Q.S Ali Imran: 31).

قُلْ أَطِيعُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ ط فَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْكَافِرِينَ ﴿٣٢﴾

Artinya: "Katakanlah: "Ta'atilah Allah dan Rasul-Nya; jika kamu berpaling, Maka Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang kafir." (Q.S Ali Imran:32).³⁸

³⁷ Etta Mamang Sangadji, Sopiha, *Perilaku Konsumen.*, 111.

³⁸ Q.S Ali Imran (3): 31-32

Asbabun nuzul dari ayat diatas dikemukakan bahwa ada suatu kaum di zaman Nabi Muhammad SAW yang berkata: “Demi Allah hai Muhammad, sesungguhnya kami benar-benar yakin cinta kepada Tuhan kami”. Maka Allah menurunkan ayat tersebut diatas sebagai tuntutan bagaimana seharusnya mencintai Allah.³⁹

Ada yang berkata, “Ayat ini turun kepada suatu kaum pada masa Nabi Muhammad SAW. Mereka berkata, “Sesungguhnya kami mencintai Tuhan kami”. Allah SWT lalu memerintahkan Muhammad SAW. agar berkata kepada mereka, “Jika perkataan itu benar, maka ikutilah aku, karena hal tersebut merupakan tanda kebenaran ucapan kalian”.⁴⁰

Q.S Ali-Imran ayat 31 dan 32 sebagai tuntunan bagi orang yang ingin mebcintai Allah SWT, yaitu dengan mencintai utusan-Nya dan berpaling dari kekafiran.⁴¹ Ayat diatas maka dapat dilihat bahwa kita dianjurkan untuk bersikap loyal atau mencintai sesuatu yang tidak menentang perintah agama. Tidak boleh loyal dan mencintai orang-orang kafir karena Allah tidak menyukai orang kafir begitu pula dalam usaha harus memiliki loyalitas yang tinggi agar usaha yang dijalankannya berjalan dengan lancar.

³⁹ Nurcholis, *Asbabun Nuzul*, (Surabaya: Pustaka Anda, 1997), 95.

⁴⁰ Abu Ja'far Muhammad bin Jarir Ath-Thabari, *Tafsir Ath-Thabari*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2008), 220.

⁴¹ A. Mudjab Mahali, *Asbabun Nuzul: Studi Pendalaman Al-Qur'an Surat Al-Baqarah – An-Nas*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), 139.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.¹ Dalam penelitian ini lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.² Sedangkan penelitian kualitatif merupakan suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami.³

¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011),96.

² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 34.

³*Ibid.*

Sehingga dapat diartikan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan penggambaran secara kompleks suatu peristiwa atau permasalahan yang terjadi dengan meneliti kata-kata atau laporan dari pandangan responden. Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan secara kualitatif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota BMT di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.

B. Sumber Data

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang utama dimana sebuah data dihasilkan.⁴ Dalam penelitian ini 10 anggota Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah, dan 2 karyawan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah sebagai sumber data primer.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data setelah sumber data primer. Data sekunder biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.⁵ Dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan

⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), 129.

⁵ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 39.

berupa beberapa referensi yang menunjang penelitian ini seperti buku, artikel dan jurnal yang menunjang penelitian.

Sumber data sekunder yang menunjang penelitian ini adalah buku karangan Donni Juni Priansa yang berjudul *Perilaku Konsumen: dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*; buku karangan Etta Mamang Sangadji, Sopiah yang berjudul *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*; buku karangan Sudaryono yang berjudul *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Pemasaran*; serta buku karangan Vinna Sri Yuniarti yang berjudul *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Dalam buku tersebut terdapat teori yang digunakan sebagai rujukan dalam analisis penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data berkaitan dengan mekanisme yang harus dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data.⁶

1. Wawancara

Teknik wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.⁷

⁶ Beni Ahmad Saebani, Kadar Nurjman, *Manajemen Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 81.

⁷*Ibid.*, 308.

Wawancara yang digunakan adalah wawancara terpimpin yaitu wawancara yang diajukan menurut daftar pertanyaan yang telah disusun.⁸ Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁹

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada 10 anggota Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah yang telah lama bergabung dan melakukan lebih dari 1 kali transaksi, dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah. Pemilihan narasumber dengan mencari anggota yang sudah lama menjadi anggota *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah dengan pertimbangan anggota tersebut merupakan anggota yang loyal terhadap *Baitul Maal wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.

2. Dokumentasi

Dokumentasi didefinisikan sebagai setiap bahan tertulis ataupun film, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Metode Dokumentasi dilakukan dengan cara mencari data tentang hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip buku, surat kabar, majalah,

⁸*Ibid.*, 88.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 85.

prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.¹⁰ Peneliti mencari data berupa profil, data jumlah anggota KSPPS BMT Mitra Ummat, dan lain sebagainya berkaitan dengan penelitian yang berhubungan dengan dokumentasi KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.

D. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif. teknik analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹¹ Mencari pola tema, hubungan persamaan, hipotesis dan selanjutnya dituangkan dalam bentuk kesimpulan yang masih bersifat tentatif.¹²

Metode pembahasan dalam analisis data yaitu menggunakan metode induktif. Metode induktif adalah suatu pola pikir yang menarik suatu kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan fakta yang bersifat khusus atau

¹⁰ Beni Ahmad Saebani, Kadar Nurjman, *Manajemen Penelitian*, 240.

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 248.

¹² *Ibid.*, 107

peristiwa konkrit yang ada hubungannya dengan pokok bahasan, kemudian diambil pengertian atau kesimpulan.¹³

Proses analisis data dalam penelitian ini dimulai dari identifikasi masalah, klarifikasi masalah hingga menginterpretasikannya dan diakhiri dengan kesimpulan hasil dari penelitian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota BMT di BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia.

¹³ *Ibid.*, 306

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah

1. Sejarah BMT Mitra Umat Nasional Rumbia

Koperasi *Baitul Maal Wa Tamwil* Mitra Ummat Nasional berdiri sejak 07 Desember 2001 dengan izin operasional Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Provinsi Lampung. Setelah sebulan berdiri, tepatnya tanggal 07 Januari 2002 BMT Mitra Ummat resmi mendapat Badan Hukum Koperasi.

BMT Mitra Ummat Nasional didirikan atas dasar masih minimnya keberadaan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di wilayah Rumbia yang melayani masyarakat golongan menengah kebawah yang sangat membutuhkan modal kerja yang sulit didapatkan dari bank yang karena minimnya pengetahuan masyarakat akan prosedur dan persyaratan untuk mengajukan pinjaman modal ke bank.

Dengan alasan ini, maka masyarakat menengah kebawah lebih menyukai meminjam ke rentenir yang memberikan bunga tinggi dan tidak jarang dari mereka mengalami kebangkrutan usaha yang dipengaruhi ketidaksesuaian antara keuntungan usaha dengan kewajiban membayar hutang ke rentenir.

Berangkat dari kondisi tersebut, 44 orang yang saat itu menjadi anggota pendiri BMT Mitra Ummat berkeinginan menyatukan visi dan misi serta

tujuan untuk mendirikan suatu lembaga keuangan mikro syari'ah. Meskipun disadari cita-cita yang luhur tersebut tidak mudah untuk diwujudkan karena berbagai macam kendala seperti keterbatasan modal dan sumber daya manusia pada saat itu.¹

2. Tujuan BMT Mitra Umat Nasional Rumbia

Tujuan BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia dalam menjalankan kegiatan operasionalnya adalah meningkatkan kesejahteraan anggota serta ikut membangun ekonomi umat dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju dan makmur berdasarkan Syariat Islam.²

3. Produk BMT Mitra Umat Nasional Rumbia

a. Simpanan

- 1) Simpanan Sukarela
- 2) Simpanan Berhadiah
- 3) Simpanan Qurban
- 4) Simpanan Haji & Umrah
- 5) Simpanan Pelajar
- 6) Simpanan Hari Raya

¹ Profil BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia, didapat pada saat wawancara pada 14 Februari 2020

² *Ibid*

b. Pembiayaan

Selain produk simpanan, BMT Mitra Ummat Nasional juga memiliki produk pembiayaan yang beragam. Produk pembiayaan ini diberikan kepada anggota yang memiliki kebutuhan dana.³

4. Daftar Anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia

Tahun	Anggota Simpanan	Anggota Pembiayaan
2014	2.340 Anggota	1.437 Anggota
2015	3.256 Anggota	2.421 Anggota
2016	4.580 Anggota	3.798 Anggota
2017	5.238 Anggota	5.054 Anggota
2018	5.941 Anggota	5.743 Anggota
2019	6.248 Anggota	6.128 Anggota

Tabel 4.1: Data jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional 2014-2019⁴

Dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah mengalami kenaikan setiap tahunnya baik anggota simpanan maupun anggota pembiayaan dengan data tabel tahun 2014-2019 yang telah disajikan diatas.

³ Brosur BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia

⁴ Data diperoleh dari HRD BMT Mitra Ummat Nasional, pada 9 Desember 2019

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Anggota BMT

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, maka peneliti mendapatkan informasi sebagai berikut:

1. Loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah

Loyalitas yang dimiliki anggota sampai saat ini masih sangat baik. Hal ini terbukti dari banyaknya anggota yang terus bekerjasama dengan BMT Mitra Ummat Nasional ini.⁵ Hal ini dibuktikan dari banyaknya anggota BMT yakni keseluruhan jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional rumbia dari awal berdiri hingga saat ini baik anggota simpanan maupun anggota pembiayaan semua berjumlah 12.376 anggota.⁶

Jumlah anggota yang melakukan transaksi lebih dari 1 kali sebanyak 7.000-an anggota lebih. Baik anggota simpanan maupun anggota pembiayaan di BMT Mitra Ummat Nasional ini banyak yang melakukan transaksi berulang kali setelah jatuh temponya habis.⁷ Menurut bapak Umar Dhani Ragilian selaku *Customer Service* BMT Mitra Ummat Nasional pada mengatakan untuk produk pembiayaan, ada anggota beberapa kali mengajukan pembiayaan *murabahah* (jual beli) ketika pembiayaan

⁵ Wawancara kepada bapak Ahmad Thohir selaku HRD (Sumber Daya Insani) BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020

⁶ Wawancara dengan bapak Umar Dhani Ragilian selaku *Customer Service* BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020

⁷ Wawancara dengan bapak Umar Dhani Ragilian selaku *Customer Service* BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020.

sebelumnya telah berakhir.⁸ Ini menandakan bahwa loyalitas anggota di BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia cukup baik, respon masyarakat juga sangat baik ketika ditawarkan produk BMT Mitra Ummat Nasional.

Alasan masyarakat adalah produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Mitra Ummat Nasional sesuai dengan kebutuhan masyarakat disini.⁹ Selain itu, menurut bapak Umar Dhani Ragilian selaku *Customer Service* BMT Mitra Ummat Nasional alasan anggota yang telah melakukan transaksi lebih dari 1 kali karena pelayanan yang dilakukan BMT kepada anggota sangat baik, BMT Mitra Ummat Nasional juga terus menjaga amanah anggota dengan sebaik-baiknya sehingga kepercayaan dan loyalitas terus terjaga.

Loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah di tunjukkan dari anggota yang melakukan transaksi lebih dari satu kali. Loyalitas anggota BMT Mitra Ummat dapat dilihat dari beberapa anggota yang menjadi narasumber dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

⁸ Wawancara dengan bapak Umar Dhani Ragilian selaku *Customer Service* BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020

⁹ Wawancara kepada bapak Ahmad Thohir selaku HRD (Sumber Daya Insani) BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020

No.	Nama Anggota	Tahun Bergabung	Jumlah (Jenis Transaksi)
1.	Narti	2012	2 (simpanan Hari raya dan suka rela)
2.	Riyanto	2013	2 (pembiayaan dan simpanan sukarela)
3.	Muhaji	2014	2 (pembiayaan Murabahah)
4.	Hani	2014	2 (pembiayaan dan simpanan sukarela)
5.	Kasno	2014	2 kali (pembiayaan Mudharabah)
6.	Sumarsih	2014	5 kali (simpanan)
7.	Sumadi	2015	2 (pembiayaan dan simpanan sukarela)
8.	Lia Alvina Damayanti	2015	2 (simpanan sukarela dan hari raya)
9	Warini	2015	3 (simpanan sukarela, simpanan hari raya, dan simpanan qurban)
10.	Fitriani	2015	2 (simpanan sukarela dan simpanan pelajar)

Tabel 4.2: Tabel data anggota yang menjadi narasumber

Daftar beberapa anggota diatas yang dipilih sebagai narasumber merupakan sampel dari anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia yang telah melakukan transaksi lebih dari satu kali dan merupakan anggota yang telah lama bergabung di BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia.

2. Faktor yang mendukung loyalitas

Faktor-faktor yang mendukung loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia menurut bapak Ahmad Thohir selaku HRD (Sumber Daya Insani) BMT Mitra Ummat Nasional dengan Alasan anggota yang telah melakukan transaksi lebih dari 1 kali karena pelayanan yang dilakukan BMT kepada anggota sangat baik, BMT Mitra Ummat Nasional juga terus menjaga amanah anggota dengan sebaik-baiknya sehingga kepercayaan dan loyalitas terus terjaga. BMT Mitra Ummat menerapkan strategi dalam meningkatkan loyalitas anggota sebagai berikut:

- 1) Terus memberikan pelayanan terbaik terhadap anggota.
- 2) Sering mengadakan kegiatan sosial melalui *Baitul Maal*.
- 3) Melakukan pendampingan usaha kepada anggota.
- 4) Memanfaatkan media sosial untuk membagikan kegiatan-kegiatan BMT agar diketahui masyarakat.¹⁰

Menurut hasil wawancara dengan narasumber yang berasal dari anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu jika melakukan transaksi bisa mendapatkan keuntungan dengan menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional beliau mendapatkan tambahan modal untuk menggarap lahan.¹¹

¹⁰ Wawancara kepada bapak Ahmad Thohir selaku HRD (Sumber Daya Insani) BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020

¹¹ Wawancara dengan bapak Sumadi (anggota BMT Mitra Ummat Nasional sejak tahun 2015) pada 16 Februari 2020.

dapat mengurangi beban modal karena dipinjami modal dari BMT,¹² Usaha yang dijalankan sekarang lebih berkembang karena memperoleh pinjaman modal.¹³ Mendapatkan bonus, parcel lebaran, dan juga mudah untuk berqurban.¹⁴ Uang tersimpan dengan aman.¹⁵

Citra BMT Mitra Ummat Nasional menurut anggota yang menjadi narasumber dalam penelitian ini mengatakan cukup baik, dikalangan masyarakat juga citranya bagus oleh karena itu sampai saat ini masih banyak yang percaya dan menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia.¹⁶

Kenyamanan dan kepuasan menurut bapak Riyanto tempatnya nyaman, beliau juga merasa puas menjadi anggota BMT Mitra Ummat karena pelayanan yang diberikan sangat baik.¹⁷ Kenyamanannya cukup nyaman, dan juga puas menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional sampai saat ini.¹⁸

Pelayanan yang diberikan BMT Mitra Ummat Nasional ramah dan baik membuat anggota BMT BMT Mitra Ummat Nasional merasa puas. Bapak Sumadi merasa puas dan nyaman untuk terus menjadi anggota BMT Mitra

¹² Wawancara dengan Bapak Muhaji (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 16 Februari 2020.

¹³ Wawancara dengan ibu Hani (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 17 Februari 2020.

¹⁴ Wawancara dengan ibu Warini (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 18 Februari 2020.

¹⁵ Wawancara dengan ibu Fitriani (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 20 Februari 2020

¹⁶ Wawancara dengan ibu Narti (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 16 Februari 2020.

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Riyanto (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 18 Februari 2020.

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Kasno (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 18 Februari 2020.

Ummat Nasional Rumbia hingga saat ini.¹⁹ Sama halnya dengan bapak Sumadi, ibu Lia juga mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia baik, dapat dipercaya²⁰ karena simpanan aman.²¹ Pelayannya sangat baik dan ramah, kesan untuk BMT Mitra Ummat Nasional sangat puas dengan pelayannannya.²²

Alasan masyarakat menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional seperti yang diungkapkan oleh narasumber anggota BMT Mitra Ummat Nasional bahwa alasan memilih menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional adalah karena pelayanan yang diberikan oleh BMT Mitra Ummat Nasional. BMT Mitra Ummat Nasional pelayannannya baik cepat dan mudah prosesnya, selain itu juga lokasinya dekat dengan rumah.²³ Bapak Muhaji mengatakan bahwa alasannya memilih BMT Mitra Ummat Nasional karena pelayanannya yang cepat.²⁴

Ibu Hani menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional karena menurutnya pelayanan yang diberikan oleh BMT baik dan prosesnya

¹⁹ Wawancara dengan bapak Sumadi (anggota BMT Mitra Ummat Nasional sejak tahun 2015) pada 16 Februari 2020.

²⁰ Wawancara dengan ibu Sumarsih (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 20 Februari 2020.

²¹ Wawancara dengan ibu Lia (anggota BMT Mitra Ummat Nasional sejak tahun 2015) pada 18 Februari 2020.

²² Wawancara dengan ibu Fitriani (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 20 Februari 2020.

²³ Wawancara dengan bapak Sumadi (anggota BMT Mitra Ummat Nasional sejak tahun 2015) pada 16 Februari 2020.

²⁴ Wawancara dengan Bapak Muhaji (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 16 Februari 2020.

mudah.²⁵ Alasan yang mendasari bapak Kasno menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional adalah karena pelayanan yang diberikan baik, ramah dan proses pengajuan pinjaman cukup mudah.²⁶ Bapak Riyanto menjadi anggota BMT Mitra Ummat karena melihat pelayanannya yang baik dan juga percaya bahwa di BMT Mitra ummat Nasional aman.²⁷ Alasan ibu warini menjadi anggota adalah karena pelayanannya yang baik dan memudahkan anggota.²⁸ Alasan ibu Sumarsih menjadi anggota adalah pelayanan yang diberikan baik dan BMT nya dapat dipercaya.²⁹

Selain pelayanan, alasan lain yang menjadikan masyarakat memilih menjadi anggota BMT Mitra Ummat Rumbia seperti ibu Narti mengatakan bahwa di BMT Mitra Ummat sudah ada badan hukumnya sehingga beliau memilih menjadi anggota BMT tersebut.³⁰ Ibu Fitriani menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional alasannya adalah produk yang ada di BMT Mitra Ummat sesuai dengan kebutuhan.³¹ Alasan ibu Lia menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional adalah karena ingin menabung dengan mudah, aman dan nyaman.³²

²⁵ Wawancara dengan ibu Hani (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 17 Februari 2020.

²⁶ Wawancara dengan Bapak Kasno (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 18 Februari 2020.

²⁷ Wawancara dengan Bapak Riyanto (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 18 Februari 2020.

²⁸ Wawancara dengan ibu Warini (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 18 Februari 2020

²⁹ Wawancara dengan ibu Sumarsih (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 20 Februari 2020.

³⁰ Wawancara dengan ibu Narti (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 16 Februari 2020.

³¹ Wawancara dengan ibu Fitriani (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 20 Februari 2020.

³² Wawancara dengan ibu Lia (anggota BMT Mitra Ummat Nasional) pada 18 Februari 2020.

C. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Anggota BMT

Menurut Tjiptono loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Loyalitas dapat diukur dengan tiga indikator yaitu *repeat* yaitu apabila nasabah mengonsumsi barang dan jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan secara berulang-ulang, *retention* adalah ia yang tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain, serta *referral* adalah apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain.³³

Dilihat dari hasil wawancara dengan Karyawan dijelaskan oleh bapak Umar Dhani Ragilian selaku *Customer Service* BMT Mitra Ummat Nasional bahwa keseluruhan jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional rumbia dari awal berdiri hingga saat ini terdapat 12.376 anggota.³⁴ Bapak Ahmad Thohir selaku HRD (Sumber Daya Insani) BMT Mitra Ummat Nasional mengatakan bahwa respon masyarakat sangat baik ketika ditawarkan produk BMT Mitra Ummat Nasional. Loyalitas yang dimiliki anggota sampai saat ini masih sangat baik.³⁵

Dari hasil informasi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas yang dimiliki anggota BMT Mitra Ummat Nasional sangat baik hal ini dibuktikan berdasarkan jumlah anggota 12.376 sejak berdiri hingga saat ini. Hal ini tergolong jumlah yang cukup besar di kalangan koperasi syariah atau BMT.

³³ Fretty Welta, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) Surya Barokah", *I-Economic* 3, No. 2, (2017), 135.

³⁴ Wawancara dengan bapak Umar Dhani Ragilian selaku *Customer Service* BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020

³⁵ Wawancara kepada bapak Ahmad Thohir selaku HRD (Sumber Daya Insani) BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020

Selain itu, loyalitas anggota BMT juga dapat dilihat dari informasi berdasarkan hasil wawancara yang menyatakan bahwa minat, respon, dan lebih dari sekali transaksi yang dilakukan anggota di BMT Mitra Ummat Nasional ini. Sesuai dengan teori yang telah disebutkan diatas bahwa loyalitas merupakan kesetiaan nasabah terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Sesuai dengan kenyataan yang ada dari jumlah anggota BMT Mitra Ummat Nasional maka dianggap anggota setia dan dapat dikatakan bahwa loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional masih sangat baik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional berdasarkan informasi yang didapatkan dari wawancara yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan

Pelayanan menurut Fandy Tjiptono adalah bentuk penyajian, tindakan, dan informasi yang diberikan untuk meningkatkan kemampuan pelanggan/pengguna jasa dalam mewujudkan nilai potensial yang terkandung dalam produk/jasa inti yang dibeli pelanggan/pengguna.³⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada 10 anggota BMT Mitra Ummat Nasional menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BMT Mitra Ummat Nasional ramah, baik, serta

³⁶ Khaerul Umam, *Manajemen Perkantoran: Referensi untuk Para Akademisi dan Praktisi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 271.

memudahkan anggotanya. Dari hasil wawancara tersebut maka dapat dikatakan bahwa BMT Mitra Ummat Nasional berhasil dalam memberikan pelayanan yang baik kepada anggota. Sehingga loyalitas anggota juga dipengaruhi oleh pelayanan yang dilakukan BMT Mitra Ummat Nasional. Sesuai dengan teori diatas bahwa Pelayanan dengan kualitas baik yang ditawarkan oleh suatu merek dapat memengaruhi loyalitas konsumen pada merek.

2. Nilai

Nilai (harga dan kualitas) dan penggunaan suatu merek dalam waktu yang lama akan mengarah pada loyalitas.³⁷ Harga selain merupakan jalan masuknya uang ke perusahaan, juga berhubungan dengan kualitas produk atau jasa.³⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan anggota, nilai atau keuntungan yang didapatkan anggota seperti mendapatkan modal usaha, simpanan dapat diambil sewaktu-waktu, meringankan beban modal usaha, usaha menjadi berkembang, menambah modal usaha, aman, mendapatkan bonus dan paket.

Hasil informasi yang peneliti peroleh berdasarkan wawancara tersebut maka dapat dikatan bahwa nilai yang dimiliki oleh BMT Mitra

³⁷ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, 248

³⁸ Nurullaili, Andi Wijayanto, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2, No. 1 (2013): 92.

Umat Nasional cukup baik karena dari keuntungan-keuntungan yang disebutkan oleh anggota yang diwawancarai tersebut menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan BMT Mitra Ummat Nasional bermanfaat dan memudahkan bagi anggotanya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional dipengaruhi oleh faktor nilai.

3. Citra

Produk yang memiliki citra yang baik dapat menimbulkan loyalitas konsumen pada merek.³⁹ Citra diartikan sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Hasil wawancara menunjukkan bahwa semua anggota yang digali informasi melalui wawancara mengatakan citra yang dimiliki oleh BMT Mitra Ummat Nasional baik, citra dikalangan masyarakat juga baik, dan sampai saat ini masih banyak anggota yang percaya dan menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia

Dapat peneliti katakan berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa BMT Mitra Ummat Nasional memiliki citra yang baik dikalangan anggota sehingga loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional tinggi. Hal ini sesuai dengan teori bahwa produk yang memiliki citra yang baik dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Artinya semakin baik citra

³⁹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, 248

yang dimiliki oleh BMT maka anggota juga akan semakin loyal terhadap BMT tersebut.

4. Kenyamanan

Dalam situasi yang penuh tekanan dan permintaan pasar yang menuntut kemudahan, pihak perusahaan dituntut untuk menyediakan produk yang nyaman dan mudah diperoleh.⁴⁰ Hasil wawancara menunjukkan bahwa semua anggota di wawancarai mengatakan bahwa selama menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional, anggota merasa nyaman. Artinya, BMT Mitra Ummat Nasional dapat dikatakan berhasil menciptakan sistem kerja dan kegiatan operasional yang nyaman sehingga membuat anggota merasa nyaman menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional.

Peneliti dapat mengatakan berdasarkan informasi diatas bahwa anggota BMT Mitra Ummat Nasiona merasa nyaman menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional. Dalam teori pada situasi yang penuh tekanan dan permintaan pasar yang menuntut kemudahan, pihak perusahaan dituntut untuk menyediakan produk yang nyaman dan mudah diperoleh. Semakin tinggi kenyamanan dari anggota maka anggota tersebut juga akan semakin loyal.

⁴⁰ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, 248.

5. Kepuasan

Kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya.⁴¹ Hasil wawancara menunjukkan bahwa semua anggota yang di wawancarai mengatakan bahwa selain merasa nyaman anggota juga merasa puas selama menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional. Artinya, BMT Mitra Ummat Nasional juga berhasil menciptakan sistem kerja dan kegiatan operasional sehingga membuat anggota merasa puas menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional.

Peneliti dapat mengatakan dari hasil informasi diatas bahwa anggota merasa puas menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasiona sehingga bersikap loyal terhadap BMT Mitra Ummat Nasional karena sesuai dengan teori diatas bahwa kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk. Sehingga apabila anggota merasa puas maka anggota tersebut juga akan bersikap loyal terhadap BMT.

Faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah seperti yang telah dipaparkan dari hasil wawancara diatas adalah faktor pelayanan yang diberikan oleh BMT Mitra Ummat Nasional. Hal ini dikarenakan sebagian besar narasumber mengatakan

⁴¹ Nurullaili, Andi Wijayanto, "Analisis Faktor-Faktor., 91

bahwa yang menjadi alasan narasumber menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional adalah pelayanannya. Hal ini dapat dilihat dari tabel rincian alasan anggota memilih BMT Mitra Ummat Nasional berdasarkan wawancara sebagai berikut:

Tabel data alasan anggota memilih BMT Mitra Ummat Nasional

No.	Nama Anggota	Tahun Bergabung	Faktor menjadi anggota
1.	Narti	2012	Citra
2.	Riyanto	2013	Pelayanan
3.	Muhaji	2014	Pelayanan
4.	Hani	2014	Pelayanan
5.	Kasno	2014	Pelayanan
6.	Sumarsih	2014	Pelayanan
7.	Sumadi	2015	Pelayanan
8.	Lia Alvina Damayanti	2015	Kenyamanan
9.	Warini	2015	Pelayanan
10.	Fitriani	2015	Nilai

Tabel 4.3: Tabel data alasan menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa dari 10 anggota yang menjadi narasumber penelitian ini terdapat 7 orang yang menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional dengan alasan pelayanan yang diberikan oleh BMT Mitra Ummat Nasional, 1 orang menjadi anggota karena citra BMT Mitra Ummat Nasional yaitu adanya badan hukum yang menaungi, 1 orang karena kenyamanan yang diberikan BMT Mitra Ummat Nasional berupa kemudahan keamanan, dan

kenyamanan dan 1 orang lagi karena Nilai yang diberikan BMT Mitra Ummat Nasional yakni produknya sesuai dengan kebutuhan.

Selain faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota, adapula strategi yang digunakan untuk menarik loyalitas anggota itu sendiri. Menurut teorinya, strategi dalam meningkatkan loyalitas seperti yang dijelaskan dalam teori sebagai berikut:

- a. Menambah Manfaat Keuangan.
- b. Menambah Manfaat Sosial.
- c. Menambah Manfaat Ikatan Struktural.⁴²

Adapun strategi dalam yang digunakan BMT Mitra Ummat Nasional dalam meningkatkan loyalitas anggota menurut bapak Ahmad Thohir selaku HRD (Sumber Daya Insani) BMT Mitra Ummat Nasional mengatakan bahwa strategi yang dilakukan BMT Mitra Ummat Nasional adalah sebagai berikut:

- a. Terus memberikan pelayanan terbaik terhadap anggota.
- b. Sering mengadakan kegiatan sosial melalui *Baitul Maal*.
- c. Melakukan pendampingan usaha kepada anggota.
- d. Memanfaatkan media sosial untuk membagikan kegiatan-kegiatan BMT agar diketahui masyarakat.⁴³

⁴² *Ibid.*, 244.

⁴³ Wawancara kepada bapak Ahmad Thohir selaku HRD (Sumber Daya Insani) BMT Mitra Ummat Nasional pada 14 Februari 2020

Dari hasil wawancara tersebut maka dapat dikatakan bahwa strategi yang dilakukan BMT Mitra Ummat Nasional sudah baik dengan menambah manfaat sosial dan structural seperti memberikan pelayanan terbaik, mengadakan kegiatan sosial, melakukan dampingan, dan memanfaatkan sosial media dimana sosial media saat ini turut berpengaruh besar dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Akan tetapi strategi yang dilakukan belum terlalu maksimal dalam penambahan manfaat keuangan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat peneliti simpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah adalah Nilai, Citra, Kenyamanan, Kepuasan, Pelayanan. Sedangkan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah yaitu faktor pelayanan. 7 dari 10 narasumber mengatakan bahwa alasan menjadi anggota karena pelayanan BMT Mitra Ummat Rumbia baik dan ramah sehingga anggota merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. 1 narasumber menjadi anggota karena kenyamanan yaitu aman dan mudah dalam menabung. 1 narasumber menjadi anggota karena nilai produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan 1 narasumber lainnya menjadi anggota karena citra yaitu BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah sudah memiliki badan hukumnya.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan untuk BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah adalah terus berupaya untuk mempertahankan loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah agar anggota tetap loyal terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Mitra

Ummat Nasional. Selain itu pengoptimalan penambahan manfaat keuangan, sosial, dan ikatan struktural perlu ditingkatkan. misalnya memberikan peningkatan penjualan, pembangunan relasi, dan mencari mitra kerjasama jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Saebani, Beni, Kadar Nurjman. *Manajemen Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia. 2013.
- Anaroga, Pandji. *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Ayu Ratna P., Citra. “Skripsi Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang”. Semarang: Universitas Negeri Semarang) 2016.
- Bulan di Desa Pematang Panjang Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara Tahun 2013”.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2011.
- Juni Priansa, Donni. *Perilaku Konsumen: dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Konitin, Minal. “Kajian Tentang Analisis Faktor Menggunakan Metode *Principal Component Analysis* (CPA)”. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2010.
- Krismanto, Adi. “Tesis Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Semarang Pattimura”. Semarang: Universitas Diponegoro. 2009.
- Mamang Sangadji, Etta. Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset. 2013.
- Mumtaz, AA Amarudin. “dan BMT-pun Bertumbuhan..., Isu Klasik Menarik untuk Diulik”, Kompasiana.com, 16 Juni 2015.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana. 2011.
- Nurullaili, Andi Wijayanto. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2, No. 1. 2013.

- Ridwan, Muhammad. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Perss. 2004.
- Simarmata, Iska. Abdul Jalil Amri Arma. Arnita. “Aplikasi Analisis Faktor dengan Metode *Principal Component Analysis* dan *Maximum Likelihood* dalam Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pemberian Makanan Tambahan Pada Bayi Usia 0-6
- Sri Yuniarti, Vinna. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia. 2015.
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi dan Ilustrasi)*. Yogyakarta: Ekonisia. 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perkantoran: Referensi untuk Para Akademisi dan Praktisi*. Bandung: Pustaka Setia. 2014.
- Wijayanti, Nina. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia TBK (Studi Kasus PT. BRI Tbk Kantor Kas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2010.
- Wiratmanto. “Analisis Faktor-Faktor dan Penerapannya dalam Mengidentifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Media Pembelajaran”. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. 2014.

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Ilirgugury Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507, Faksimili (0725) 42296, Website: www.iainmetro.ac.id e-mail: iainmetro@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ayu Novita Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
 NPM : 1502100160 Semester/Skripsi : 9 /2019

No	Hari/ Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	8/2021 /6	- kkn pelayanan bpr? → kkn? faktor dekl analisis faktor - 6000 6000 II - APD yg no 2 abc kkn ada laporan faktor yg pblj dan & kkn. autm faktor gnt gnt? Acc utg dmal gndel	4

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,


Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
 NIP. 19600918 198703 2 003


Ayu Novita
 NPM. 1502100160



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Inggilmyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41307, Faksimili (0725) 47296, Website: www.iainmetro.ac.id, email: iainmetro@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI


Nama : Ayu Novita Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
 NPM : 1502100160 Semester/Skripsi : 9 /2019

No	Hari/ Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	16/10/20 8	<p>- Belemar menemuk. jreg min sgr.</p> <p>- tab 10 mulai hal. 30 - akhir 31</p> <p>- ① Dari semua yg di urus mencari apda faktor yg yg agandi yg, kau mulai bny or? kmu cm bny or?</p> <p>- kmu kpd bny or?</p>	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,


Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
 NIP. 19600918 198703 2 003


Ayu Novita
 NPM. 1502100160



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47206; Website: www.iainmetro.ac.id; Email: iainmetro@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ayu Novita Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
 NPM : 1502100160 Semester/Skripsi : 9 /2019

No	Hari/ Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa. 17-3-20	Hasi wawancara yg mengacu pd APD turutkan dan jabarkan	
		Konsisten penulisan bahasa asing	
		Hindari singkatan	
		perbaiki	

Dosen Pembimbing II,

Liberty, SE.MA.
 NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Ayu Novita
 NPM. 1502100160







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41307, Faksimili (0725) 47296, Website: www.iainmetro.ac.id, email: iainmetro@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ayu Novita Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
 NPM : 1502100160 Semester/Skripsi : 9 /2019

No	Hari/ Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	TandaTangan
	Jum'at 13-3-20	Bimbingan bab 4-5 Setiap bimbingan sentakan cover judul nya Sejarah tentang prus yg di kaji tidak perlu di tentukan luas perbaiki !	   

Dosen Pembimbing II,



Liberty, SE,MA.
 NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,



Ayu Novita
 NPM. 1502100160



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726)41507; Faksimili (0725)47296; Website: www.iainmetro.ac.id; email: iainmetro@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ayu Novita
 NPM : 1502100160

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
 Semester/Skripsi : 9 /2019

No	Hari/ Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
4.	2 / - 20 4	Secara keseluruhan nitah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan	
		lengkapi lampiran ?	
		Bab 4-5 Acc	
		lanjutkan ke pemb I	

Dosen Pembimbing II,

Liberty, SE.MA.
 NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Ayu Novita
 NPM. 1502100160






KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringsutoyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 41296; Website: www.iainmetro.ac.id; email: iainmetro@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ayu Novita
 NPM : 1502100160

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
 Semester/Skripsi : 9 /2019

No	Hari/ Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
3	17/ 3 - 20	<p>Teknis wawancara di gabungan saja jika ada yg beres-beres sama</p> <p>Singkatan : di kurangi .</p> <p>Kesimpulan mengacu pd pertanyaan penelitian yg ada pd bab sebelumnya</p> <p><u>perbaiki !</u></p>	  

Dosen Pembimbing II,



Liberty, SE.MA.
 NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,



Ayu Novita
 NPM. 1502100160

Simpanan Haji & Umrah

Simpanan yang dipersiapkan untuk berangkat Haji & Umrah

Keuntungan dan Fasilitas

- Setoran awal ringan hanya Rp.100.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp.5.000,- per hari.
- Tidak dikenakan biaya administrasi rekening per bulannya.
- Mendapatkan Bonus simpanan Wedah pertumbuhannya
- Jangka Waktu Bebas BCT sampai dengan 20 Tahun (sesuai keinginan)
- Perjalanan Umrah dan haji dapat dilaksanakan dengan travel pilihan anggota yang sudah bekerjasama dengan BMT

Pengyaratan

- KTP/SIM/NIK dan foto anggota
- Memiliki Anggota KSPES BMT MITRA UMMAT NASIONAL
- Menyetor saldo awal sebesar Rp.100.000

Dibawah Setoran Simpanan

Pilihan	Setoran Simpanan		Jangka Waktu
	Per bulan (Rp)	Per hari (Rp)	
1	100.000	3.333	30 tahun 10 bulan
2	150.000	5.000	10 tahun 10 bulan
3	200.000	6.667	30 tahun 5 bulan
4	250.000	8.333	10 tahun 6 bulan
5	300.000	10.000	7 tahun
6	350.000	11.667	6 tahun
7	400.000	13.333	5 tahun 6 bulan
8	450.000	15.000	4 tahun 6 bulan
9	500.000	16.667	4 tahun 3 bulan
10	1.000.000	33.333	2 tahun 3 bulan

Simpanan Umroh dan Haji

- Menggunakan prinsip syaria'ah wadiah (Simpanan) digunakan untuk rencana umroh dan haji
- Hanya dapat diambil pada saat akan melakukan ibadah umroh atau haji

Keuntungan

- BMT memberikan Anggota atau bagi hasil kepada Anggota atas dananya yang disimpan di BMT
- Kebebasan/fleksibel dalam menyetor simpanan dan jangka waktu
- BMT tidak mengenakan biaya administrasi bulanan
- Setoran simpanan dapat dilakukan melalui bank/lembaga debit atau layanan jasa BMT simpanan
- Pendaftaran untuk mendapatkan porsi haji apabila simpanan sudah mencapai sejumlah Rp. 25 juta atau sesuai ketentuan BMT penerima setoran haji
- Perjalanan umroh atau haji dapat dilakukan dengan travel pilihan anggota yang sudah bekerjasama dengan BMT

Siapkan Mulai Qurban Anda Sekarang



Menyembelih hewan qurban pada hari raya Idul Adha dan hari tasrik bagi umat Islam merupakan sunnah yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah SAW. Bahkan ada sebuah hadis yang menekankan bahwa sedekah yang paling utama di hari itu adalah qurban, Rasulullah bersabda: *"Tiada sedekah yang lebih mulia dari yang dibelanjakan untuk qurban di hari raya Adha"*

Simpanan Qurban

KANTOR PUSAT
Jl. Raya Rumbia (Depan Pobek Rumbia) Kec. Rumbia Kabupaten Lampung Tengah
Telp./Fax (0725) 7627159

KANTOR CABANG
CAB. PUERA RUMBIA : Jl. Pasar Tugu Pura Kec. Kaya Rumbia Kali Lampung Tengah
CAB. PASAR BARU RUMBIA : Jl. Pasar Baru Rumbia Kec. Rumbia Kali Lampung Tengah
CAB. GAWABARD : Jl. Raya Esas Baru 2 (Dipasar Terminal Gawabard)
 Kec. Seputih Saribaya Kali Lampung Tengah

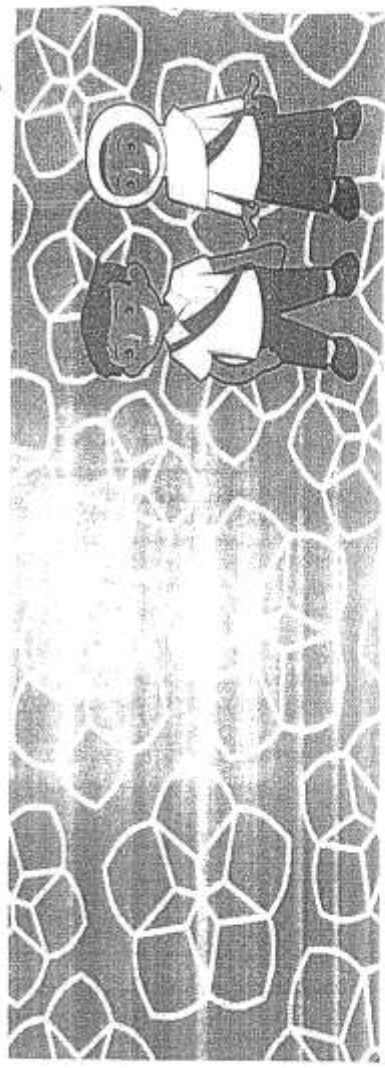
kunjungi : www.bmt-mitraummat.blogspot.com

 mitraummat.lmt@gmail.com  Bmt Mitra Ummat (Facebook)
Bmt Mitra Ummat Fanspage (Fanspage)

Simpanan Pelajar



BMT Mitra Ummat Nasional
Kewasudayan Ummat Pelajar & Mahasiswa
SALAH SARJANA 11/2010/1072-11/2010/1072





Lembaga Keuangan Syari'ah
KJKS BMT MITRA UMMAT

PEMBIAYAAN MUROBAHAH JUAL BELI



Silahkan datang di Kantor kami
dapatkan penawaran harga yang menarik
secara TUNAI maupun ANGSURAN.



YAMAHA **SUZUKI** **NOKIA** **BlackBerry**



Kantor Pusat:
Jl. Raya Rumbia (Depan Polsek Rumbia)
Kec. Rumbia Kab. Lampung Tengah
Telp/Fax (0725) 7627159

Kantor Cabang:
- Cabang Putra Rumbia:
Jl. Pasar Tugu Putih Kec. Putra Rumbia Kab. Lampung Tengah
- Cabang Pasar Baru Rumbia:
Jl. Pasar Baru Rumbia Kec. Rumbia Kab. Lampung Tengah
- Cabang Gayabaru:
Jl. Raya Gayabaru 2 (Depan Terminal Gayabaru)
Kec. Seputih Surabaya Kab. Lampung Tengah

Silahkan kunjungi www.bmt-mitraummat.blogspot.com

f Bmt Mitra Ummat



KJKS BMT
Mitra Ummat



**SIMPANAN TARBIYAH
PERENCANAAN
PENDIDIKAN**

Meninggalkan generasi yang kuat adalah kewajiban,
Untuk Masa Depan yang Lebih Cerah,
Perencanaan Masa Depan Anak haruslah
dimulai dari Sekarang
Rencanakan Pendidikan Anak dengan
SIMPANAN PENDIDIKAN

Kantor Pusat:
Jl. Raya Rumbia
(Depan Polsek Rumbia)
Kec. Rumbia
Kab. Lampung Tengah
Telp./Fax (0725) 2647159

Kantor Cabang:
Cabang Putra Rumbia:
Jl. Pasar Tugu Putih Kec. Putra Rumbia
Kab. Lampung Tengah
Cabang Pasar Baru Rumbia:
Jl. Pasar Baru Rumbia Kec. Rumbia
Kab. Lampung Tengah
Cabang Gayobaru:
Jl. Raya Gayobaru 2 (Depan
Terminal Gayobaru)
Kec. Sepuluh Surabaya
Kab. Lampung Tengah



KJKS BMT

Mitra Ummat

Tanpa dundi...
Tanpa menunggu giliran, dan
Pilih sendiri hadiahnya



**GEBYAR
HADIAH**

BMT Mitra Ummat ini super cepit habiskan
poin-poin Simpanan Berhadiah Lampung
Tanpa dundi. Dengan cara klik
Simpanan dengan nomor tel
tertentu. Anda bisa memilih
untuk membayarnya langsung
hadiahnya.

Kantor Pusat:
Jl. Raya Rumbia
(Depan Polsek Rumbia)
Kec. Rumbia
Kab. Lampung Tengah
Telp/Fax (0725) 7927159

Kantor Cabang:
- Cabang Putra Rumbia:
Jl. Pasar Tugu Putih Kec. Putra Rumbia
Kab. Lampung Tengah
- Cabang Pasar Baru Rumbia:
Jl. Pasar Baru Rumbia Kec. Rumbia
Kab. Lampung Tengah
- Cabang Gayabaru:
Jl. Raya Gayabaru 2 (Depan
Terminal Gayabaru)
Kec. Seputih Surabaya
Kab. Lampung Tengah





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningsulya Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507, Faksimil (0725) 47296.

Nomor : 2842/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019 16 Oktober 2019
 Lampiran : -
 Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag.
 2. Liberty, S.E., M.A.
- di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Ayu Novita
 NPM : 1502100160
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
 Judul : Analisis Dampak Penerapan Service Excellent Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota BMT (Studi Kasus Masyarakat Rukti Basuki Kecamatan Rumbia Lampung Tengah)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/5 bagian.
 - b. Isi ± 3/5 bagian.
 - c. Penutup ± 1/5 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
 Riset dan Pengabdian Masyarakat
 H. MUHAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0519/In.28/D.1/TL.01/02/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **AYU NOVITA**
NPM : 1502100160
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BMT Mitra Ummat Nasional, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS ANGGOTA BMT (Studi Kasus KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

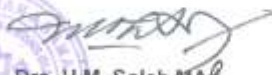
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 07 Februari 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Amel Thahir, S-Pd.1
Personalia

Wakil Dekan I,


Drs. H.M. Saleh-MA
NIP 19650111 199303 1 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47298; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 0520/In.28/D.1/TL.00/02/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Manager BMT Mitra Ummat
Nasional
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0519/In.28/D.1/TL.01/02/2020, tanggal 07 Februari 2020 atas nama saudara:

Nama : **AYU NOVITA**
NPM : 1502100160
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BMT Mitra Ummat Nasional, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS ANGGOTA BMT (Studi Kasus KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Februari 2020
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA.
NIP.19650111 199303 1 001



KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH
BMT MITRA UMMAT NASIONAL
 KECAMATAN RUMBIA KABUPATEN LAMPUNG TENGAH
 BADAN HUKUM : 11/BH/D.15/3.1/IX/2002



Rumbia, 11 Maret 2020

No : 003/ Research/ BMT-MUNAS/III/2020
 Lamp : -
 Perihal : Pemberian Izin Research

Kepada Yth.
 Institut Agama Islam Negeri Metro
 Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur
 Di -
 Kota Metro

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan surat Institut Agama Islam Negeri Metro No.0520/In.28/D.1/TL.00/02/2020 tanggal 07 Pebruari 2020 perihal Permohonan Izin Research pada KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional, dengan ini disampaikan bahwa kami dapat menyetujui Permohonan Izin Research, atas nama saudara:

Nama	: AYU NOVITA
NPM	: 1502100160
Jurusan	: S1 Perbankan Syari'ah
Judul Skripsi	: Analisis Faktot-Faktor Yang Mempengaruhi loyalitas Anggota BMT (Studi kasus KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah)

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami sampikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb


 BMT Mitra Ummat Nasional
 AHMAD THOHIR
 HRD



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47295; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaing@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-425/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2020**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : AYU NOVITA
NPM : 1502100160
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502100160.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 10 Juni 2020
Kepala Perpustakaan

Dra. Rochmahadi Sudin, M.Pd
NIP. 1958083119810301001

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
ANGGOTA BMT”
(Studi Kasus KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung
Tengah)

A. Wawancara

1. Wawancara dengan Karyawan KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah
 - a. Ada berapa banyak anggota di BMT Mitra Ummat Nasional ini?
 - b. Bagaimana respon masyarakat tentang produk yang ada di BMT Mitra Ummat Nasional ini?
 - c. Bagaimana loyalitas anggota BMT Mitra Ummat Nasional ini?
 - d. Berapa jumlah Nasabah yang sudah Transaksi ke 2/3/4 Kali?
 - e. Produk apa yang Nasabah (Anggota) berulang kali Transaksi lebih dari 2/3/4 Kali?
 - f. Menurut Bapak/Ibu apa alasan mereka yang sudah lebih dari 1 Kali Transaksi?
 - g. Strategi apa yang digunakan BMT Mitra Ummat Nasional ini untuk meningkatkan loyalitas anggota?
2. Wawancara dengan Anggota KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah
 - a. Sejak kapan anda menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional?
 - b. Mengapa anda memilih BMT Mitra Ummat Nasional?
 - c. Keuntungan apa yang anda dapat setelah menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional?
 - d. Bagaimana citra BMT Mitra Ummat Nasional dalam pandangan anda?
 - e. Apakah anda merasa nyaman menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional?
 - f. Apakah anda merasa puas menjadi anggota BMT Mitra Ummat Nasional?

- g. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BMT Mitra Ummat Nasional?
- h. Bagaimana kesan anda terhadap pelayanan yang diberikan BMT Mitra Ummat Nasional?
- i. Sudah berapa kali anda melakukan Transaksi di BMT dan apa saja Transaksi yang dilakukan?

B. Dokumentasi

1. Sejarah singkat KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.
2. Visi dan Misi KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.
3. Data anggota KSPPS BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah.

Metro, Februari 2020
Peneliti,



Ayu Novita
NPM. 1502100160

Pembimbing I



Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Pembimbing II



Liberty, SE,MA.
NIP. 19740824 200003 2 002

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Ayu Novita, lahir di Rumbia 27 April 1998 merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sugeng dan Ibu Trimah (Alm). Peneliti memulai pendidikan sekolah dasar di SD N 3 Rukti Basuki, lulus pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan ke jenjang pertama di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Rumbia, lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan ke jenjang atas (SMA/ sederajat) di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Rumbia, lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2015 peneliti melanjutkan pendidikan program studi S1 Perbankan Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang kemudian pada tahun 2017 beralih status menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.