

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Tingkat margin Terhadap Loyalitas Anggota Produk Murabahah Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada BMT di Wilayah Tulungagung)” ini ditulis oleh Happy Novasila Maharani, Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dibimbing oleh Prof. Agus Eko Sujianto, M.E dan Dr. Binti Nur Asiyah, M.E

Kata Kunci: *Loyalitas Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Tingkat Margin, Kepuasan Anggota, BMT*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh loyalitas anggota dan tren lembaga keuangan syariah BMT yang digemari oleh masyarakat serta perkembangan yang naik turun karena beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah loyalitas Anggota. Loyalitas Anggota produk Murabahah pada BMT sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat margin. Kualitas pelayanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan Anggota, sementara kualitas produk bagus dan tingkat margin yang sesuai dengan kebutuhan Anggota dapat memperkuat hubungan jangka panjang. Namun, kepuasan Anggota menjadi faktor penting yang memediasi hubungan antara ketiga faktor tersebut dengan loyalitas Anggota. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat margin terhadap loyalitas Anggota dengan kepuasan Anggota sebagai variabel intervening, guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan strategi bagi BMT untuk meningkatkan kinerja dan loyalitas Anggota dalam produk Murabahah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 375 Anggota BMT di wilayah Tulungagung. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel-variabel path analisis yang terlibat dalam penelitian ini, pengolahan data dengan PLS-SEM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas Anggota produk Murabahah di BMT. Selain itu, kualitas produk yang bagus dan berkualitas terbukti mempengaruhi kepuasan dan loyalitas Anggota, menegaskan pentingnya produk yang diperjual belikan dan sesuai harapan. Sementara itu, tingkat margin memiliki pengaruh yang lebih kompleks, di mana pengaturan tingkat margin yang tepat dapat meningkatkan loyalitas Anggota melalui pengaruh positif terhadap kepuasan Anggota. Secara keseluruhan, kepuasan Anggota terbukti menjadi faktor penting yang memediasi hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, tingkat margin, dan loyalitas Anggota, yang memberikan wawasan bagi BMT untuk meningkatkan strategi layanan dan produk mereka. Implikasi secara manajerial bmt perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan margin yang adil dan dapat diterima anggota, karena dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas anggota.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Service Quality, Product Quality, Margin Level on Customer Loyalty for Murabahah Products with Consumer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on BMT in the Tulungagung Area)" was written by Happy Novasila Maharani, Master of Sharia Economics, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University, Tulungagung, supervised by Prof. Agus Eko Sujianto, M.E and Dr. Bint Nur Asiyah, M.E

Keywords: *Customer Loyalty, Service Quality, Product Quality, Margin Level, Consumer Satisfaction, BMT.*

This research is motivated by economic growth and trends in BMT sharia financial institutions which are popular with the public as well as developments that fluctuate due to several factors. Influencing factors include customer loyalty. The customer loyalty of Murabahah products at BMT is greatly influenced by service quality, product quality and financing margin levels. Optimal service quality can increase customer satisfaction, while good product quality and margin levels that suit customer needs can strengthen long-term relationships. However, consumer satisfaction is an important factor that mediates the relationship between these three factors and customer loyalty. This research aims to analyze the influence of service quality, product quality and margin levels on customer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable, in order to provide a deeper understanding and strategy for BMT to improve customer performance and loyalty in Murabahah products.

This research uses a quantitative approach with an associative design. This type of research aims to examine the relationship between existing variables, namely service quality, product quality, and margin level on customer loyalty, with consumer satisfaction as an intervening variable. The data collection technique was carried out through a survey using a questionnaire distributed to 100 BMT customers in the Tulungagung area. The collected data was analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method to test the direct and indirect influence between the variables involved in this research, data processing using PLS-SEM.

The research results show that service quality has a significant influence on customer loyalty for Murabahah products at BMT. Apart from that, good quality products have been proven to influence customer satisfaction and loyalty, confirming the importance of products being sold and meeting expectations. Meanwhile, the margin level has a more complex influence, where setting the right margin level can increase customer loyalty through a positive influence on consumer satisfaction. Overall, consumer satisfaction is proven to be an important factor that mediates the relationship between service quality, product quality, margin level, and customer loyalty, which provides insight for BMT to improve their service and product strategies.