

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Produk Terhadap Loyalitas Anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung" yang ditulis oleh Mohammad Rizal Hanafi, Jurusan Perbankan Syariah, NIM. 12401173499, Pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh BMT yang berlandaskan prinsip syariah di dalamnya menawarkan transaksi yang tidak berlandaskan pada konsep bunga diharapkan untuk lebih optimal melayani kalangan masyarakat kecil. Kotler juga menyatakan bahwa terdapat hubungan yang erat kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan. Tjiptono menyampaikan sebagaimana kualitas pelayanan dirasakan oleh pelanggan dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang mereka terima. Pengetahuan produk dalam ini informasi yang disimpan dalam ingatan anggota tentang berbagai macam produk dan jasa atau layanan. Semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki anggota semakin tinggi keyakinan dan kepercayaan anggota terhadap lembaga sehingga kepercayaan ini menginvestasikan dananya yang dimiliki serta menjadi loyal terhadap BMT. BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung menjadi salah satu wadah masyarakat yang dipilih untuk menghimpunkan dananya dan melakukan pembiayaan di kedua BMT tersebut karena dari setiap tahunnya kedua BMT tersebut mengalami peningkatan jumlah anggota dengan ini semakin meningkatnya persaingan yang ketat pula dalam menjalankan BMT maka pihak BMT perlu memberikan pelayanan terbaik dan pengetahuan produk agar mampu mempertahankan loyalitas anggotanya.

Tujuan dari penelitian ini untuk 1) menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung; 2) menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung; 3) menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan anggota di BMT Istiqomah Tulungagung. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode insidental sampling. Pada penelitian ini untuk menentukan besar jumlah sampel dengan rumus solvin diperlukan masing-masing 100 responden dari BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung, pengetahuan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung

Kata Kunci : BMT, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Anggota Pengetahuan Produk

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Service Quality and Product Knowledge on Member Loyalty in BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Tulungagung" written by Mohammad Rizal Hanafi, Department of Sharia Banking, NIM. 12401173499, Supervisor Ahmad Budiman, M.S.I

This research is backgrounded by BMT which is based on sharia principles in that it offers transactions that are not based on the concept of interest expected to more optimally serve small communities. Kotler also stated that there is a close relationship between quality of service, customer satisfaction. Tjiptono conveys that the quality of service is felt by customers by comparing customer perceptions of the real service they receive. Product knowledge in this information is stored in the member's memory about a wide variety of products and services or services. The higher the level of knowledge that members have, the higher the member's confidence and trust in the institution so that this trust invests its funds and becomes loyal to BMT. BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Tulungagung are one of the community forums chosen to raise funds and finance the two BMTs because every year the two BMTs experience an increase in the number of members, with this, the increasing competition is also fierce in running BMT, so BMT needs to provide the best service and product knowledge in order to be able to maintain the loyalty of its members.

The purpose of this study is to 1) analyze the effect of service quality on member loyalty in BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Tulungagung; 2) analyze the effect of product knowledge on member loyalty in BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Tulungagung; 3) analyze the effect of product knowledge on member loyalty in BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Tulungagung.

The approach in this study uses a quantitative approach with an associative type of research. The population in this study were members in BMT Muamalah Tulungagung and members in BMT Istiqomah Tulungagung. The sampling technique in this study is *non probability* sampling with incidental sampling method. In this study to determine the size of the number of samples with the solvin formula, 100 respondents each from BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Tulungagung were needed

The results showed that the quality of service partially had a positive and significant effect on the loyalty of BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Tulungagung members, product knowledge partially had a positive and significant effect on the loyalty of BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Tulungagung members, service quality and product knowledge simultaneously had a positive and significant effect on the loyalty of BMT Muamalah Tulungagung and BMT members Istiqomah Tulungagung

Keywords: *BMT, Quality of Service, Loyalty of Members Product Knowledge*