

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepatuhan Syariah, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan Bmaitul Maal wa Tamwil Sahara Tulungagung)” yang ditulis oleh Erika Fatimatus Jachro, NIM. 1860401221022, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan Pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepatuhan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Loyalitas Nasabah, Religiusitas.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah, salah satunya tercermin melalui keberadaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang berperan strategis dalam pemberdayaan masyarakat dan pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Walaupun pertumbuhannya signifikan tetapi industri keuangan syariah masih menghadapi tantangan yaitu tingginya perpindahan nasabah, sehingga mempertahankan loyalitas nasabah menjadi isu yang krusial.

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menguji pengaruh kualitas layanan, kepatuhan syariah dan literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah serta menguji peran religiusitas sebagai variabel moderator dalam hubungan tersebut. Penelitian ini dilakukan di dua lembaga, yaitu KSPPS BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Sahara Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui google form atau media cetak kepada nasabah atau anggota dari kedua lembaga tersebut. Data dianalisis menggunakan SPSS Versi 25 dengan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pada KSPPS BMT Istiqomah variabel Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan variabel kepatuhan syariah dan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan. Untuk BMT Sahara, variabel kualitas layanan dan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Terkait peran moderasi, variabel Religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh kualitas layanan, kepatuhan syariah dan literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT Istiqomah Karangrejo. Untuk BMT Sahara, variabel religiusitas mampu memoderasi pengaruh variabel literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah, sedangkan variabel religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh variabel kualitas layanan dan kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah. Implikasi hasil penelitian sebagai bahan masukan meningkatkan kualitas layanan, memaksimalkan program edukasi kepatuhan syariah dan literasi keuangan syariah kepada nasabah.

ABSTRACT

Thesis titled “The Influence of Service Quality, Sharia Compliance, and Sharia Financial Literacy on Customer Loyalty with Religiosity as a Moderator Variable (Case Study at Sharia Compliant Saving and Loan and Financing Cooperative Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung and Baitul Maal wa Tamwil Sahara Tulungagung)” written by Erika Fatimatus Jachro, Student ID No. 1860401221022, Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Ahmad Budiman, M.S.I.

Keywords: Service Quality, Sharia Compliance, Sharia Financial Literacy, Customer Loyalty, Religiosity

This study is motivated by the potential for development in the Islamic economy and finance, as reflected, for example, in the existence of the Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Islamic Savings, Loan, and Financing Cooperative (KSPPS)—an Islamic microfinance institution that plays a strategic role in empowering communities and micro, small, and medium-sized enterprises. Although its growth has been significant, the Islamic finance industry still faces challenges, namely high customer churn, making the retention of customer loyalty a crucial issue.

The purpose of this study is to examine the influence of service quality, Sharia compliance, and Sharia financial literacy on customer loyalty, as well as to examine the role of religiosity as a moderator variable in this relationship. This study was conducted at two institutions: KSPPS BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung and BMT Sahara Tulungagung.

This study uses a quantitative approach with primary data obtained from the distribution of questionnaires via Google Forms or print media to customers or members of both institutions. The data were analyzed using SPSS Version 25 with the Moderated Regression Analysis (MRA) method.

The test results show that, at KSPPS BMT Istiqomah, the service quality variable has a significant effect on customer loyalty, whereas the Sharia compliance and Islamic financial literacy variables do not have a significant effect. For BMT Sahara, the variables of service quality and Sharia financial literacy have a significant effect on customer loyalty, whereas the Sharia compliance variable does not have a significant effect on customer loyalty. Regarding the moderating role, the religiosity variable was unable to moderate the influence of service quality, Sharia compliance, and Sharia financial literacy on customer loyalty at KSPPS BMT Istiqomah Karangrejo. For BMT Sahara, the religiosity variable moderated the effect of the Islamic financial literacy variable on customer loyalty, whereas the religiosity variable did not moderate the effects of the service quality and Sharia compliance variables on customer loyalty. The implications of the research findings serve as input for improving service quality and maximizing Sharia compliance and Islamic financial literacy education programs for customers.