

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DI KJKS BMT BINA IHSANUL
FIKRI NITIKAN**



UIN

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh:

NIA FITRIANA

12390073

PEMBIMBING:

JOKO SETYONO, S.E., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2020



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117
Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-96/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2020

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA
DI KJKS BMT BINA IHSANUL FIKRI NITIKAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NIA FITRIANA
Nomor Induk Mahasiswa : 12390073
Telah diajukan pada : Jumat, 24 Januari 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Joko Setyono, S.E., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Penguji II

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

Muhfiatun, S.E.I., M.E.I.
NIP. 19890919 201503 2 009

Yogyakarta, 29 Januari 2020

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan



Dr. H. Syaiful Mahmadah Hanafi, M.Ag.

NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Nia Fitriana

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah menimbang, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nia Fitriana

NIM : 12390073

Judul Skripsi : **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota di KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan”.**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat digunakan sebagai syarat pengajuan munaqasyah. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 16 Januari 2020

Pembimbing,

Joko Setyono, S.E., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Fitriana
NIM : 12390073
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota di KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan"** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Yogyakarta, 14 Januari 2020

Penyusun



Nia Fitriana
NIM. 12390073

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Fitriana
NIM : 12390073
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota di KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 29 Januari 2020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yang menyatakan


(Nia Fitriana)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

M O T T O

What hurts more,
the pain of hard work
or the pain of regret?

Persembahan

Dengan mengucapkan syukur, skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta,

Bapak Mustaghfirin dan Ibu Endang Purwati

Suami tercinta,

Mas David Van Allen Budianto

Dan kakak-kakak tercinta,

Mas Haris dan Mas Halim

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puji syukur atas karunia Allah SWT Yang Maha Kuasa dan shalawat serta salam teruntuk Nabi besar Muhammad SAW beserta *ahlul bait*, *shahabat* dan pengikutnya sampai akhir zaman. Setelah melalui berbagai proses, dengan mengucap syukur akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan meskipun masih jauh dari kesempurnaan.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Untuk itu, penyusun dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq M. Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak H. M. Yazid Afandi, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberi masukan, kritik, saran dan motivasi dalam menyempurnakan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah

memberikan pengajaran ilmu pengetahuan dengan tulus ikhlas selama proses perkuliahan. Semoga beliau semua selalu dilimpahkan keberkahan oleh Allah SWT.

6. Seluruh Staff Tata Usaha Program Studi dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mustaghfirin dan Ibu Endang Purwati atas segala doa, perhatian, kasih sayang, cinta dan dukungan yang tiada hentinya.
8. Suami tercinta David Van Allen Budianto atas segala doa, dukungan, perhatian dan kasih sayangnya.
9. Kakak-kakak tercinta, Mas Harisul dan Mas Halimul atas segala doa dan dukungannya.
10. Seluruh teman-teman Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2012, 2013, 2014 dan 2015 yang telah berjuang bersama-sama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik atas jasa-jasa beliau semua. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya. *Aamiin.*

Yogyakarta, 5 Januari 2020

Nia Fitriana

NIM. 12390073

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Zāl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ﺀ	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Faṭḥah	ditulis	<i>A</i>
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Faṭḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. faṭḥah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. faṭḥah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فَرُوض	ditulis	<i>furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati بينكم	ditulis	<i>Ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fatḥah + wāwu mati قول	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan

Apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya :

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
أهل السنّة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori	15
1. Ekuitas Merek	15
a. Pengertian Ekuitas dan Merek	15
b. Pengertian Ekuitas Merek	18
c. Dimensi Ekuitas Merek	20
1) Kesadaran Merek	21
2) Asosiasi Merek	23
3) Persepsi Kualitas	26
4) Loyalitas Merek	28
d. Ekuitas Merek dalam Pandangan Islam	31
2. Kualitas Layanan	33
a. Pengertian Kualitas dan Jasa	33
b. Pengertian Kualitas Layanan	35
c. Pengukuran Kualitas Layanan	37
d. Dimensi Kualitas Layanan	38
1) <i>Tangible</i> (Kasat Mata)	38
2) <i>Reliability</i> (Keandalan)	39
3) <i>Responsiveness</i> (Daya Tangkap)	39
4) <i>Assurance</i> (Jaminan)	39
5) <i>Empathy</i> (Empati)	40
e. Kualitas Layanan dalam Pandangan Islam	41

3. Loyalitas	48
a. Pengertian Loyalitas	48
b. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	49
c. Tahap-tahap Loyalitas	50
1) Loyalitas Kognitif (Keyakinan)	50
2) Loyalitas Afektif (Sikap)	50
3) Loyalitas Konatif (Niat terhadap Merek)	50
4) Loyalitas <i>Action</i> (Tindakan)	51
d. Loyalitas dalam Pandangan Islam	51
C. Pengembangan Hipotesis	53
1. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Anggota	53
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Anggota	55
D. Kerangka Teoritik	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	58
B. Jenis Penelitian	58
C. Populasi dan Sampel	59
D. Teknik Pengumpulan Data	61
E. Definisi Operasional Variabel	61
1. Ekuitas Merek (X1)	61
2. Kualitas Layanan (X2)	65
3. Loyalitas Anggota (Y)	68
F. Instrumen Penelitian	70
G. Teknik Analisis Data	71
1. Analisis Deskriptif	71
2. Analisis Kuantitatif	71
a. Pengujian Instrumen Penelitian	71
1) Uji Validitas	71
2) Uji Reliabilitas	72
b. Uji Asumsi Klasik	73
1) Uji Normalitas	74
2) Uji Heteroskedastisitas	75
3) Uji Multikolonieritas	76
c. Regresi Linier Berganda	77
d. Uji Hipotesis	78
1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
2) Uji Statistik F (<i>F-test</i>)	79
3) Uji Statistik t (<i>t-test</i>)	80
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian	82
1. Latar Belakang Berdirinya BMT Bina Ihsanul Fikri	82
2. Logo BMT Bina Ihsanul Fikri.....	84
3. Visi, Misi, Tujuan dan Motto BMT Bina Ihsanul Fikri	85
a. Visi BMT Bina Ihsanul Fikri.....	85
b. Misi BMT Bina Ihsanul Fikri.....	85
c. Tujuan BMT Bina Ihsanul Fikri	85

d. Motto BMT Bina Ihsanul Fikri.....	85
4. Produk BMT Bina Ihsanul Fikri	86
a. Produk Penghimpunan Dana (<i>Funding</i>)	86
b. Produk Penyaluran Dana	87
5. Struktur Organisasi dan Kepengurusan BMT Bina Ihsanul Fikri	88
B. Analisis Deskriptif	90
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	92
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	93
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	94
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi....	95
C. Uji Instrumen Penelitian	95
1. Uji Validitas	95
2. Uji Reliabilitas	97
D. Uji Asumsi Klasik	98
1. Uji Normalitas	98
2. Uji Heteroskedastisitas	99
3. Uji Multikolonieritas	100
E. Uji Regresi Linier Berganda	101
F. Uji Hipotesis	103
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	103
2. Uji Statistik F	103
3. Uji Statistik t	105
G. Pembahasan Hasil Penelitian	106
1. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan	106
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan	108
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	110
B. Keterbatasan dalam Penelitian	110
C. Saran	111
 DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Jumlah Anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Tahun 2012-2018	3
Tabel 1.2 : Data Jumlah Dana Pihak Ketiga BMT Bina Ihsanul Fikri Tahun 2012-2018	4
Tabel 2.1 : Penelitian-penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 : Alternatif Skor dan Jawaban	69
Tabel 3.2 : Kisi-kisi Kuesioner Penelitian	70
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	93
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota ...	94
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi	95
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas	96
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas	98
Tabel 4.9 : Hasil Uji Normalitas	99
Tabel 4.10 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	100
Tabel 4.11 : Hasil Uji Multikolonieritas	101
Tabel 4.12 : Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	102
Tabel 4.13 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	103
Tabel 4.14 : Hasil Uji Statistik F	104
Tabel 4.15 : Hasil Uji Statistik t	103

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Dimensi Ekuitas Merek Versi David A. Aaker	21
Gambar 2.2 : Kerangka Teoritik Penelitian	57
Gambar 3.1 : Pramida Kesadaran Merek Menurut David A. Aaker	62
Gambar 3.2 : Acuan-acuan Asosiasi Merek Menurut Durianto <i>et al</i>	63
Gambar 3.3 : Subdimensi Persepsi Kualitas Menurut Durianto <i>et al</i>	64
Gambar 3.4 : Tingkatan Loyalitas Merek Menurut Rangkuti	65
Gambar 3.5 : Dimensi Kualitas Layanan dalam Metode SERVQUAL oleh Parasuraman <i>et al</i>	67
Gambar 3.6 : Tingkatan Loyalitas Menurut Lovelock dan Wirtz	69
Gambar 4.1 : Logo BMT Bina Ihsanul Fikri	84
Gambar 4.2 : Struktur Organisasi BMT Bina Ihsanul Fikri	88

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DI KJKS BMT BINA IHSANUL FIKRI NITIKAN

ABSTRAK

Pertumbuhan BMT sejak awal tahun 2000-an hingga saat ini terus mengalami peningkatan. Menurut data Permodalan BMT (PBMT) Ventura sebagai asosiasi BMT di Indonesia, terdapat sekitar 4.500 BMT di 2015 yang melayani kurang lebih 3,7 juta orang dengan aset sekitar Rp16 triliun yang dikelola sekitar 20 ribu orang. Pertumbuhan ini memicu persaingan antar BMT untuk memperoleh pangsa pasar sebesar-besarnya. Ekuitas merek dan kualitas layanan merupakan daya saing perusahaan dalam memperebutkan pangsa pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas anggota di BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan; (2) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota di BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan.

Objek dalam penelitian ini adalah KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Cabang Nitikan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan yang diperoleh dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria telah menjadi anggota minimal selama 1 tahun dan telah melakukan transaksi minimal sebanyak 10 kali. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan instrumen kuesioner. Data yang berhasil dikumpulkan akan dianalisa dengan metode analisis regresi linier berganda, yang sebelumnya telah melewati uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik antara lain uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolonieritas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, secara parsial, variabel ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan, pengaruhnya sebesar 0,270. Variabel kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan, pengaruhnya sebesar 0,352. Hasil uji F pun menunjukkan bahwa variabel ekuitas merek dan kualitas layanan secara simultan mempengaruhi loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel ekuitas merek dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan sebesar 48,8%.

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, Loyalitas

THE EFFECT OF BRAND EQUITY AND SERVICE QUALITY TO MEMBERS LOYALTY AT KJKS BMT BINA IHSANUL FIKRI NITIKAN

ABSTRACT

BMT growth since the early 2000s until now continues to increase. According to Ventura BMT Capital (PBMT) data as a BMT association in Indonesia, there were around 4,500 BMTs in 2015 serving approximately 3.7 million people with assets of around Rp 16 trillion managed by around 20 thousand people. This growth triggered competition among BMTs to gain the maximum market share. Brand equity and service quality are the company's competitiveness in gaining market share. This study aims to examine: (1) the effect of brand equity on member loyalty in the BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan; (2) the effect of service quality on member loyalty in the BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan.

The object of this research is KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan Branch. The samples in this study were 85 members of the BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan obtained by the purposive sampling method with the criterias of being a member for at least 1 year and having conducted a minimum transaction of 10 times. The data in this study were obtained by using a questionnaire instrument. Data collected will be analyzed using multiple linear regression analysis methods, which have previously passed the validity and reliability tests, as well as classic assumption tests including tests of normality, heteroscedasticity and multicollinearity.

The results of this study indicate that, partially, brand equity variables have a positive and significant effect on the loyalty of BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan members, the effect is 0.270. The service quality variable also has a positive and significant influence on the loyalty of BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan members, the effect of 0.352. The F test results also indicate that the brand equity and service quality variables simultaneously affect the loyalty of BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan members. The coefficient of determination test results (R^2) shows that the brand equity and service quality variables have an influence on the loyalty of BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan members by 48.8%.

Keywords: Brand Equity, Service Quality, Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Bank Indonesia, sektor usaha mikro memiliki daya adaptasi yang tinggi. Kemunculan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) merefleksikan kemampuan adaptasi sektor usaha mikro. Lembaga Keuangan Mikro hadir untuk merespon kebutuhan akses keuangan kelompok usaha mikro dan masyarakat lapisan bawah yang secara teknis sulit untuk mengakses lembaga keuangan formal terutama dalam memperoleh dukungan kredit atau pembiayaan. Sebagai negara yang memiliki populasi penduduk beragama Islam terbesar di dunia, agama Islam cukup signifikan mempengaruhi perilaku masyarakat dan aktivitas ekonomi di Indonesia. Agama Islam juga akhirnya mempengaruhi sektor usaha dan keuangan mikro syariah. Munculnya Lembaga Keuangan Mikro Syariah seperti BPRS, LKMS, BMT dan bahkan Bank Umum Syariah menjadi bukti kuatnya pengaruh agama Islam dan kehidupan ekonomi masyarakat di Indonesia.¹

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) atau Baitul Maal wa Tamwil (BMT), sering pula disebut Balai Usaha Mandiri Terpadu, adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan berdasarkan prinsip syariah. Dalam perkembangannya, sebagian besar BMT yang ada telah berbadan hukum koperasi namun tetap menonjolkan BMT sebagai jati dirinya, yang tetap menjalankan pengelolaan dana-dana sosial islam, seperti zakat, infak,

¹ Bank Indonesia, *Ringkasan Eksekutif Memberdayakan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia Peluang dan Tantangan ke Depan*, <https://www.bi.go.id/id/institute/publikasi/buku/Documents> (diakses 10 Desember 2019).

sedekah dan wakaf, sehingga dalam hal ini BMT telah menjadi ruh dari Lembaga Keuangan Mikro Syariah.²

Pertumbuhan BMT sejak pertama kali diperkenalkan pada awal tahun 2000-an hingga saat ini terus mengalami peningkatan. Selama ini pembinaan lembaga keuangan mikro syariah termasuk koperasi BMT berada pada dua kelembagaan yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Kementerian Koperasi dan UMKM. Sebagian besar BMT atau lembaga keuangan mikro di Indonesia memilih untuk berbadan hukum koperasi. Sedangkan hanya beberapa saja yang memilih untuk di bawah OJK. Menurut Salama, pertumbuhan BMT cukup signifikan dimana berdasarkan data Permodalan BMT (PBMT) Ventura sebagai asosiasi BMT di Indonesia, terdapat sekitar 4.500 BMT di 2015 yang melayani kurang lebih 3,7 juta orang dengan aset sekitar Rp16 triliun yang dikelola selitar 20 ribu orang. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan jumlah unit usaha koperasi di Indonesia mencapai 150.223 unit usaha, dimana terdapat 1,5 persen koperasi yang berbadan hukum. Berdasarkan data pertumbuhan tersebut, menunjukkan kondisi persaingan antar lembaga keuangan mikro khususnya BMT yang semakin ketat. Setiap LKMS berupaya bertahan dalam persaingan dan memperoleh pangsa pasar sebesar-besarnya.³

Salah satu Koperasi Jasa Keuangan Syariah yang berkantor pusat di Yogyakarta adalah BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF). BMT Bina Ihsanul Fikri

² Bank Indonesia, *Ringkasan Eksekutif Memberdayakan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia Peluang dan Tantangan ke Depan*, <https://www.bi.go.id/id/institute/publikasi/buku/Documents> (diakses 10 Desember 2019).

³ Salama, Sri Cahyaning Umi, *Babak Baru BMT di Indonesia*, <https://www.medcom.id/ekonomi/analisa-ekonomi/5b2VgYvb-babak-baru-bmt-di-indonesia> (diakses 10 Desember 2019).

didirikan pada tahun 1996 dan dimiliki oleh masyarakat. Pada prinsipnya usaha BMT Bina Ihsanul Fikri dibagi menjadi dua yaitu *Baitul Maal* (usaha sosial) dan *Baitul Tamwil* (usaha bisnis). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) serta *mentasyarufkannya* kepada 8 *asnaf*. Sedangkan usaha bisnisnya bergerak dalam pemberdayaan masyarakat ekonomi kelas bawah yang dilakukan dengan intensifikasi penarikan dan penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka, kemudian disalurkan dalam bentuk pembiayaan kepada pengusaha kecil, dengan sistem bagi hasil.

Dalam perkembangannya, BMT Bina Ihsanul Fikri mengalami pertumbuhan dalam beberapa aspek diantaranya dari sisi jumlah anggota dan jumlah dana pihak ketiga. Jumlah anggota BMT Bina Ihsanul Fikri mengalami peningkatan secara signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhan jumlah penabung dan peminjam yang semakin meningkat dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2019. Peningkatan ini menunjukkan bahwa *trust* (kepercayaan) yang diberikan anggota kepada BMT Bina Ihsanul Fikri sangat besar sebagaimana dicantumkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1

Data Jumlah Anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Tahun 2012 -2018

No	Data	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Penabung	20.941	25.130	29.031	30.452	32.889	36.702	41.553
2	Peminjam	9.782	9.635	9.873	9.893	9.967	10.053	10.197
	Jumlah	30.723	34.765	38.904	40.345	42.856	46.755	51.750

Sumber: Buku RAT BMT Bina Ihsanul Fikri

Pada tahun 2019 dalam catatan buku RAT BMT Bina Ihsanul Fikri, jumlah anggotanya telah mencapai 53.889 orang.

Jumlah dana pihak ketiga pun mengalami peningkatan secara signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhannya jumlah dana pihak ketiga yang semakin meningkat dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 sebagaimana dicantumkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2

Data Jumlah Dana Pihak Ketiga BMT Bina Ihsanul Fikri Tahun 2014 -2018

No	Tahun	Dana Pihak Ketiga (dalam Rupiah)
1.	2014	31.096.306.861
2.	2015	39.125.320.436
3.	2016	58.591.491.531
4.	2017	72.459.589.375
5.	2018	81.929.014.185
Jumlah		283.201.722.388

Sumber: Buku RAT BMT Bina Ihsanul Fikri

Menurut Hastuti dan Nasri (2014) salah satu elemen penting dalam menjamin kelangsungan LKMS adalah pendapatan operasional yang berasal dari nasabah selaku pelanggan. Dalam hal ini banyak pakar yang membuktikan bahwa faktor konsumen mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja keuangan. Konsumen yang merasa puas akan barang dan jasa yang dibelinya cenderung menjadikannya sebagai konsumen yang setia dan memberikan keuntungan finansial bagi perusahaan (Parasuraman *et al.*, 1988). Hal ini berlaku juga bagi anggota selaku nasabah di BMT, kepuasan anggota erat

kaitannya dengan kesediaannya untuk memenuhi kewajiban pokoknya yaitu membayar angsuran dengan tertib.

Tjiptono (2014: hal. 8) memaparkan bahwa tujuan perusahaan (baik dalam bentuk laba, volume penjualan, pangsa pasar, pertumbuhan, misi sosial, maupun tujuan lainnya) dicapai melalui upaya memuaskan pelanggan, dengan penekanan bukan semata-mata aspek transaksi, namun justru lebih berfokus pada aspek relasional. Untuk itu dibutuhkan strategi, kinerja, kompetensi inti, sumber daya (manusia, alam, finansial, teknologi, intelektual, informasi, dan waktu), dan koordinasi serta sinergi antar fungsi dalam organisasi demi penciptaan nilai bagi terwujudnya kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan demikian, daya saing sebuah perusahaan sekarang ini ditentukan oleh seberapa cara perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumen. Jika kualitas layanan benar-benar diperhatikan oleh perusahaan, maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang akan menjadikannya loyal pada suatu merek. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa baik tidaknya kualitas layanan berpengaruh langsung pada loyalitas konsumen. Japrianto *et al.* (2007) dalam penelitiannya menemukan bahwa terdapat pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan terdapat pengaruh tidak langsung pemasaran relasional di dalamnya. Hastuti dan Nasri (2014) juga menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah LKMS Kota Malang.

Faktor lain yang dianggap oleh para pakar sebagai salah satu penentu keberhasilan perusahaan dalam persaingan bisnis adalah ekuitas merek. Ekuitas merek merupakan serangkaian aset dan kewajiban merek yang terkait dengan

sebuah merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan sebuah produk atau jasa kepada perusahaan dan/atau konsumen perusahaan tersebut (Aaker dalam Tjiptono, 2011: hal. 96). Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen atau nasabah melibatkan keyakinan konsumen pada suatu merek sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil (Tobing dan Ngatindriatun, 2019). Suatu produk atau jasa yang memiliki ekuitas merek yang tinggi akan mudah mempengaruhi keputusan pembelian calon konsumen yang nantinya akan menjadikannya loyal. Syukri (2018) pada penelitiannya tentang pengaruh ekuitas merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Syarif Hidayatullah menemukan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Hal yang sama juga ditemukan oleh Tobing dan Ngatindriatun (2019) yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan sebuah Rumah Sakit Bersalin di Lampung, menemukan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa ekuitas merek dan kualitas layanan mempengaruhi loyalitas konsumen secara positif dan signifikan. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti kembali variabel ekuitas merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di suatu Lembaga Keuangan Syariah dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Anggota di KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan”** untuk memperkuat hasil temuan-temuan tersebut. Tentu yang lebih utamanya hasil temuan dalam

penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan yang diteliti untuk meningkatkan daya saingnya dalam memperebutkan pangsa pasar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menguji pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan.
- b. Menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bidang Keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literatur mengenai pengaruh ekuitas merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas

nasabah suatu lembaga keuangan syariah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memacu penelitian yang lebih baik pada masa yang akan datang dengan bahasan yang serupa.

b. Bidang Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang bermanfaat bagi manajemen sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan yang berkaitan dengan ekuitas merek dan kualitas layanan yang secara konseptual mempengaruhi loyalitas nasabah suatu lembaga keuangan syariah.

D. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini akan disajikan secara sistematis, dengan menggunakan lima bab pembahasan yang di dalamnya terdiri dari sub bab sebagai perinciannya.

Bab pertama, bagian ini berupa pendahuluan. Bagian pendahuluan ini merupakan gambaran umum penulisan penelitian ini. Pendahuluan terdiri dari latar belakang yang menjelaskan mengapa penelitian ini dilakukan, pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian, tujuan dan manfaat penelitian yang merupakan gambaran tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini baik manfaat secara keilmuan maupun manfaat secara praktis, serta sistematika pembahasan yang merupakan gambaran secara singkat alur penyusunan penelitian ini.

Bab kedua dalam penelitian ini berupa landasan teori dari penelitian yang akan dilakukan. Bab kedua ini terdiri dari telaah pustaka yang berisi kutipan-kutipan teori serta hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang mendukung

penelitian ini, landasan teori yang menjadi acuan dalam pengembangan pembahasan penelitian yang akan dilakukan, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian yang akan diteliti selanjutnya.

Bab ketiga berisi paparan metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian tersebut akan menjelaskan jenis penelitian apa yang akan dilakukan, sampel, populasi, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis apa yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Bab keempat menjelaskan uraian analisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode kuantitatif dan pembahasan lebih lanjut dari penelitian tersebut.

Bab kelima merupakan penutup yang berisi kesimpulan yang menjadi jawaban dari pokok masalah dalam penelitian ini, keterbatasan penelitian yang berisi kekurangan penyusun dalam melakukan penelitian ini, serta saran yang diberikan penyusun untuk penelitian selanjutnya dengan bahasan yang serupa.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan.

B. Keterbatasan dalam Penelitian

Keterbatasan-keterbatasan yang peneliti temui dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel anggota KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan yang berdagang di beberapa pasar yaitu Pasar Ngipik, Pasar Giwangan, Pasar Ngoto, Pasar Niten, Pasar Bantul dan Pasar Serangan sehingga kurang objektif. (mewakili keseluruhan anggota)
2. Metode pengumpulan data dilakukan dengan membacakan pertanyaan dalam kuesioner dan wawancara singkat terhadap responden, sehingga pemahaman responden terhadap pertanyaan kurang objektif karena bergantung pada pembacaan dan penjelasan peneliti tentang pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner.
3. Variabel-variabel independen dalam penelitian ini hanya ekuitas merek dan kualitas layanan, padahal berdasarkan temuan hasil

penelitian kedua variabel tersebut hanya memiliki pengaruh terhadap loyalitas anggota sebesar 48,8%, sedangkan sisanya 51,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Periode penelitian ini masih terbatas hanya dalam waktu sekitar dua minggu, sehingga data yang didapatkan pun terbatas.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk tidak menggunakan sampel yang hanya berasal dari satu cabang KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri saja, sehingga penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh. Diharapkan juga penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Bagi KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Nitikan disarankan untuk mempertahankan bahkan melakukan peningkatan ekuitas merek dan kualitas layanan supaya supaya dapat menarik calon anggota baru dan anggota lama tetap menjadi loyal.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian*. Cetakan Ketigabelas. April. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Mei. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Durianto, D., Sugiarto dan Sitinjak, Tony. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Cetakan Kedua. November. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan Kelima. April. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Cetakan Kesembilan. Februari. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gudono. (2014). *Analisis Data Multivariat* (Edisi 3). Cetakan Pertama. Januari. Yogyakarta: BPFE.
- Indriantoro, N. dan Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Cetakan Keenam. Januari. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P. dan Keller, K., L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Qardhawy, Yusuf, (1997). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Press.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power of Brand Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Cetakan Ketiga. Juli. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sodikin, S. S. Dan Riyono, B. A. (2014). *Akuntansi Pengantar 1* (Edisi 9). Cetakan Pertama. Agustus. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Subagyo, P. dan Djarwanto. (2013). *Statistika Induktif*. Cetakan Kelima. April. Yogyakarta: BPFE.
- Sudaryono. (2014). *Aplikasi Statistika untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. April. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiarto, Siagian, D., Sunaryanto, L.T. dan Oetomo, D.S. (2003). *Teknik Sampling*. Cetakan Kedua. Agustus. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan Pertama. Juli. Bandung: Alfabeta.

- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Supranto, J. (2010). *Analisis Multivariat Arti & Interpretasi*. Cetakan Kedua. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Cetakan Pertama. Jakarta: Indeks.
- Temporal, Paul. (2001). *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing Esensi & Aplikasi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Seri Manajemen Merek 01-Manajemen & Strategi Merek*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Edisi 1). Yogyakarta: ANDI.
- Wahana Komputer. (2005). *Pengembangan Analisis Multivariate dengan SPSS 12* (Edisi 1). Jakarta: Salemba Infotek.
- Wahyuni, A. (2009). *Manajemen Operasi Jasa* (Edisi 1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widarjono, Agus. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS* (Edisi 2). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

SERIAL:

- Cadogen, J. W. & Foster, B. D. (1999). *Developing Customer Loyalty: The Role of Salesperson and Firm Specific Relationship*. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, ISBN No. 1854493434, 1-29.
- Hastuti, T. & Nasri, M. (2014). Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Nasabah: Aplikasi Servqual Model Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Kota Malang. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 3, 73-94.
- Japarianto, E., Laksmono, P. & Khomariyah, N. A. (2007). Analisa Kualitas Layanan sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya dengan Pemasaran Relasional sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, No. 1, 34-42.
- Muluk, Asmuliardi. (2008). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan (Studi Kasus: PT Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Cabang Padang). *Optimasi Sistem Industri*, Vol. 8, No. 1, 22-31.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 12-40.
- Putri, Y. L. & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, Vol. 10, No. 19, 70-90.
- Setyowati, E. & Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 18, No. 2, 102-112.
- Soebianto, Albert. (2014). Analisa Pengaruh Faktor-faktor *Brand Equity* Sepeda Motor Merek Honda terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen di Kota Bandung. *E-Journal Graduate Unpar*, Vol. 1, No. 1, 14-37.
- Syukri, Ahmad. (2018). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Rumah Sakit Syarif Hidayatullah). *Jurnal Semarang*, Vol. 1, No. 2, 1-20.
- Tobing, A. S. & Ngatindriatun. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi di Rumah Sakit Bersalin ASIH Metro Lampung). *ECONBANK: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, Vol. 1, No. 1, 1-17.
- Wicaksana, T. A., Suharyono & Hidayat, K. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengguna Sepeda Motor Merek Honda Beat di Sarana Kartika Motor Kabupaten Magelang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 63, No. 1, 74-81.
- Yudiana, F. E. & Setyono, J. (2016). Analisis *Corporate Social Responsibility*, Loyalitas Nasabah, *Corporate Image* dan Kepuasan Nasabah pada Perbankan Syariah. *INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 10, No. 1, 93-114.

SKRIPSI:

- Alamsyah. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Rumah Sakit Syarif Hidayatullah). Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

PUBLIKASI ELEKTRONIK:

Bank Indonesia. *Ringkasan Eksekutif Memberdayakan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia Peluang dan Tantangan ke Depan*. <https://www.bi.go.id/id/institute/publikasi/buku/Documents>. Diakses pada 10 Desember 2019.

Finansialku. *Definisi Ekuitas adalah*. <https://www.finansialku.com/ekuitas-adalah/>. Diakses pada 25 Januari 2020.

Salama, Sri Cahyaning Umi. *Babak Baru BMT di Indonesia*. <https://www.medcom.id/ekonomi/analisa-ekonomi/5b2VgYvb-babak-baru-bmt-di-indonesia>. Diakses pada 10 Desember 2019.

Tim KBBI. *Pengertian Kualitas*. <https://kbbi.web.id/kualitas.html>. Diakses pada 25 Januari 2020.

PUBLIKASI CETAK:

BMT Bina Ihsanul Fikri. (2014). *Buku Rapat Anggota Tahunan BMT Ihsanul Fikri*. Yogyakarta: BMT Bina Ihsanul Fikri.

BMT Bina Ihsanul Fikri. (2015). *Buku Rapat Anggota Tahunan BMT Ihsanul Fikri*. Yogyakarta: BMT Bina Ihsanul Fikri.

BMT Bina Ihsanul Fikri. (2016). *Buku Rapat Anggota Tahunan BMT Ihsanul Fikri*. Yogyakarta: BMT Bina Ihsanul Fikri.

BMT Bina Ihsanul Fikri. (2017). *Buku Rapat Anggota Tahunan BMT Ihsanul Fikri*. Yogyakarta: BMT Bina Ihsanul Fikri.

BMT Bina Ihsanul Fikri. (2018). *Buku Rapat Anggota Tahunan BMT Ihsanul Fikri*. Yogyakarta: BMT Bina Ihsanul Fikri.

BMT Bina Ihsanul Fikri. *Profil BMT BIF*. Yogyakarta: BMT Bina Ihsanul Fikri.

Lampiran 1: Terjemahan Al-Qur'an dan Hadits

No	Halaman	Keterangan
1	31	<i>Sesungguhnya para pedagang akan dibangkitkan pada hari kiamat dalam keadaan sebagai orang-orang yang jahat kecuali orang yang bertakwa kepada Allah, berbuat kebajikan dan jujur.</i>
2	32	<i>Tangan Allah menyertai kedua orang yang berserikat selama salah satu dari keduanya tidak mengkhianati yang lain. Apabila salah satu dari keduanya telah mengkhianati temannya maka Dia mengangkat kembali tangan-Nya dari keduanya.</i>
3	32	<i>Diriwayatkan dari Uqbah bin 'Amir secara marfu': "Seorang muslim adalah saudara muslim (yang lainnya), tidak halal bagi seorang muslim jika menjual kepada saudaranya suatu barang yang ada cacat padanya kecuali ia menjelaskannya.</i>
4	41	<i>Dari Jabir bin Abdullah r.a., bahwasanya Rasulullah SAW. bersabda, 'Allah SWT. akan memberikan rahmat kepada seseorang yang mempermudah ketika menjual, mempermudah ketika membeli dan mempermudah ketika menagih hutang'.</i>
5	43	<i>Dari Abu Hurairah r.a. bahwasannya Rasulullah SAW. bersabda: 'Kalian tidak akan masuk surga hingga kalian beriman. Dan kalian tidak (dikatakan) beriman hingga kalian saling mencintai. Maukah aku beri tahu kalian pada satu hal yang jika kalian lakukan maka kalian akan saling mencintai? (Yaitu) sebarkanlah salam di antara kalian'.</i>
6	43	<i>Dari Abu Dzar r.a. berkata, bahwa Rasulullah SAW. bersabda: 'Senyumanmu terhadap saudaramu adalah sedekah bagimu, amar ma'ruf nahi munkarmu adalah sedekah, menunjukkan jalan pada orang yang tersesat adalah sedekah, membantu penglihatan kepada orang yang pandangannya lemah adalah sedekah, menyingkirkan batu, duri, dan tulang dari jalanan adalah sedekah, menuangkan air dari timba ke timba saudara kita adalah sedekah.</i>
7	44	<i>Dari Abdullah bin Umar r.a. bahwa Rasulullah SAW. bersabda, '... Dan barangsiapa yang (memerhatikan) keperluan saudaranya, maka Allah SWT pun akan (memerhatikan) keperluan-keperluannya'.</i>
8	45	<i>Pagi-pagilah dalam mencari rezeki dan berbagai keperluan (memulai berbisnis) karena pada pagi hari itu terdapat keberkahan dan kesuksesan.</i>

No	Halaman	Keterangan
9	45	<i>Dari Shakr Al-Amidi r.a. dari Nabi Muhammad SAW. bahwasanya beliau bersabda, 'Ya Allah berikanlah keberkahan pada umatku (atas usaha yang dilakukan) pada pagi hari. Dan bahwasanya Shakr adalah seorang pengusaha, dan apabila mengirimkan dagangannya ia lakukan pada waktu pagi hari. Maka ia menjadi kaya dan banyak hartanya'. Abu Dawud mengatakan, bahwa ia (Shakr) adalah Shakr bin Wada'ah.</i>
10	46	<i>Dari Anas bin Malik r.a. bahwasanya Rasulullah SAW. bersabda, 'Barangsiapa yang berkeinginan agar rezekinya dilapangkan dan nama baiknya dikekalkan, maka hendaknya ia menyambung tali persaudaraannya'.</i>
11	47	<i>Dari Aisyah r.a. bahwasanya Rasulullah SAW. bersabda, 'Sesungguhnya Allah SWT mencintai seorang hamba yang apabila ia mengerjakan sesuatu, ia mengerjakannya dengan itqan'.</i>
12	52	<i>Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menjadikan musuh-Ku dan musuhmu sebagai teman-teman setia sehingga kamu sampaikan kepada mereka (berita-berita Muhammad), karena rasa kasih sayang, padahal mereka telah ingkar kepada kebenaran yang disampaikan kepadamu. Mereka mengusir Rasul dan kamu sendiri karena kamu beriman kepada Allah, Tuhanmu. Jika kamu benar-benar keluar untuk berjihad pada jalan-Ku dan mencari keridaan-Ku (janganlah kamu berbuat demikian). Kamu memberitahukan secara rahasia (berita-berita Muhammad) kepada mereka, dan aku lebih mengetahui apa yang kamu sembunyikan dan apa yang kamu nyatakan. Dan barang siapa diantara kamu melakukannya, maka sungguh dia telah tersesat dari jalan yang lurus.</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KJKS BMT BINA IHSANUL FIKRI

Dalam rangka menyelesaikan Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang sedang menyusun skripsi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi:

Nama : Nia Fitriana
NIM : 12390073
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Saya hendak melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota di KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri*". Oleh karena itu saya meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini.

Mengingat mutu dan kualitas penelitian ini sangat tergantung dari kuesioner yang Bapak/Ibu/Saudara/i isi, saya meminta kesediaannya untuk mengisi dengan sejujurnya berdasarkan pengalaman yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya mengucapkan terima kasih.

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah data diri Bapak/Ibu/Saudara/i sebelum melakukan pengisian kuesioner

2. Petunjuk pengisian

Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:

- a) SS : Sangat Setuju
- b) S : Setuju
- c) N : Netral
- d) TS : Tidak Setuju
- e) STS: Sangat Tidak Setuju

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i paling tepat dengan memberi tanda silang (X) pada kolom jawabannya.

B. Data Responden

- 1. Nama :
- 2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- 3. Pendidikan Terakhir : SD Diploma
 SLTP Sarjana
 SLTA
- 4. Pekerjaan Saat Ini : Pelajar Pegawai Negeri
 Pedagang Karyawan Swasta
 Wirasawasta
- 5. Usia : < 20 tahun 41 – 50 tahun
 21 – 30 tahun > 50 tahun
 31 – 40 tahun

6. Lama Menjadi Anggota BMT BIF : [] 1 - 3 tahun [] > 5 tahun
 [] > 3 – 5 tahun

7. Pernah Bertransaksi Berapa Kali : [] 1 - 10 kali [] > 20 kali
 [] 11 – 20 kali

C. Daftar Pernyataan

No	Ekuitas Merek	SS	S	N	TS	STS
Kesadaran Merek						
1.	Saya mengenal BMT BIF					
2.	Apabila diminta menyebutkan lembaga BMT, maka yang pertama kali muncul dalam ingatan saya adalah BMT BIF					
Asosiasi Merek						
3.	Saya mengetahui buku rekening BMT BIF berwarna hijau dan kuning dengan tulisan BIF					
4.	Menurut saya, melakukan transaksi di BMT BIF tergolong mudah dan hemat waktu					
Persepsi Kualitas						
5.	Kualitas layanan BMT BIF sangat baik					
6.	Karyawan BMT BIF memiliki kemampuan yang mumpuni di bidang keuangan					
Loyalitas Merek						
7.	Saya merasa senang dan puas dengan pelayanan karyawan BMT BIF					
8.	Saya akan menyarankan orang lain untuk menjadi anggota BMT BIF					

No	Kualitas Layanan	SS	S	N	TS	STS
Tangible						
1.	Karyawan BMT BIF berpenampilan bagus dan rapi					
2.	Karyawan BMT BIF ramah dalam melayani					
Reliability						
3.	Waktu pelayanan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan					
4.	BMT BIF memiliki sistem administrasi pembukuan yang baik					
Responsiveness						
5.	Karyawan BMT BIF menanggapi permintaan anggota dengan cepat					
6.	Karyawan BMT BIF cepat tanggap atas keluhan dan masalah anggota					
Asurance						
7.	Karyawan BMT BIF menjelaskan informasi yang dibutuhkan anggota dengan rinci dan mudah dipahami					
8.	BMT BIF merupakan lembaga keuangan yang aman dan dapat saya percaya					
Empathy						
9.	Saya mudah menghubungi pihak lembaga BMT BIF					
10.	Karyawan BMT BIF memahami kebutuhan anggota					

No	Loyalitas Anggota	SS	S	N	TS	STS
Loyalitas Kognitif						
1.	Saya menganggap BMT BIF sebagai pilihan pertama pada saat saya akan melakukan transaksi simpan pinjam					
Loyalitas Afektif						
2.	Saya senang menjadi anggota BMT BIF					
Loyalitas Konatif						
3.	Saya akan terus menjadi anggota BMT BIF					
4.	Saya tidak akan pindah menjadi anggota BMT atau nasabah lembaga keuangan yang lain					
Loyalitas Action						
5.	Bagi saya tidak ada halangan untuk menggunakan layanan BMT BIF					
6.	Saya akan selalu menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan saya menjadi BMT BIF					



 STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

Lampiran 3: Profil Responden

PROFIL RESPONDEN

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Lama Menjadi Anggota	Frekuensi Transaksi
1	1	4	1	2	2	3
2	2	5	1	2	2	3
3	1	3	3	2	2	3
4	2	4	2	2	1	3
5	2	5	2	2	1	3
6	2	4	3	2	3	3
7	2	2	3	2	1	3
8	2	4	2	2	1	3
9	2	3	5	2	2	3
10	2	4	3	2	2	3
11	2	5	1	2	2	3
12	2	5	1	2	1	3
13	2	5	2	2	3	3
14	2	5	1	2	3	3
15	2	4	4	2	2	3
16	1	5	2	2	3	3
17	2	2	3	2	1	3
18	2	5	3	2	2	3
19	2	5	1	2	2	3
20	2	2	3	2	3	3
21	2	4	2	2	3	3
22	2	5	2	2	3	3
23	2	2	3	2	1	3
24	2	5	1	2	2	3
25	2	5	2	2	1	3
26	1	5	3	2	1	3
27	2	5	1	2	2	3
28	2	4	3	2	1	3
29	2	5	1	2	1	3
30	2	5	1	2	3	3

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Lama Menjadi Anggota	Frekuensi Transaksi
31	2	3	2	2	2	3
32	2	5	1	2	1	3
33	2	5	1	2	1	3
34	2	4	3	2	2	3
35	2	5	2	2	1	3
36	2	5	1	2	1	3
37	1	5	4	2	3	3
38	2	3	2	2	2	3
39	2	3	2	2	1	3
40	2	3	3	2	1	3
41	2	5	3	2	2	3
42	2	4	3	2	2	3
43	2	4	3	2	2	3
44	2	5	2	2	3	3
45	2	4	1	2	2	3
46	2	4	3	2	3	3
47	2	5	1	2	2	3
48	2	5	1	2	3	3
49	2	5	1	2	3	3
50	2	3	3	2	3	3
51	2	5	3	2	1	3
52	2	2	3	2	1	3
53	2	5	1	2	3	3
54	2	5	1	2	2	3
55	2	5	1	2	3	3
56	2	4	3	2	3	3
57	2	5	1	2	3	3
58	2	5	1	2	3	3
59	2	5	1	2	1	3
60	2	5	3	2	1	3

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Lama Menjadi Anggota	Frekuensi Transaksi
61	2	4	2	2	1	3
62	2	4	3	2	1	3
63	2	3	3	2	1	3
64	2	2	3	2	1	3
65	2	4	2	2	3	3
66	2	4	3	2	1	3
67	2	5	2	2	3	3
68	2	5	1	2	2	3
69	1	2	3	2	3	3
70	2	2	3	2	2	3
71	1	4	2	2	2	3
72	2	2	3	2	2	3
73	2	4	3	2	3	3
74	2	2	3	2	1	3
75	2	3	3	2	3	3
76	2	5	2	2	3	3
77	2	2	3	2	2	3
78	1	2	3	2	1	3
79	1	3	1	2	1	3
80	1	2	3	2	1	3
81	2	3	2	2	2	3
82	2	5	3	2	1	3
83	2	4	3	2	3	3
84	1	4	1	2	1	3
85	2	5	1	2	2	3

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 4: Data Hasil Kuesioner

DATA HASIL KUESIONER

No	EKUITAS MEREK (XI)								Total XI	KUALITAS LAYANAN (X2)										Total X2	LOYALITAS ANGGOTA (Y)						Total Y								
	1		2		3		4			5		6		7		8		9			10		1		2			3		4		5		6	
	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	1	2
1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	4	5	5	4	5	5	4	5	5	28				
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	5	5	4	5	4	3	25					
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	5	5	5	5	5	5	5	5	30					
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	33	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	44	4	5	5	5	5	5	4	28						
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	33	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	44	4	5	5	4	5	5	3	26						
6	4	4	4	4	5	3	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	24						
7	4	4	5	5	5	4	5	5	5	37	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45	4	5	4	4	4	4	5	26						
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38	3	4	4	4	4	4	4	23						
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39	3	4	4	4	4	4	3	22						
10	4	4	4	4	5	4	4	4	5	36	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44	4	5	4	4	4	4	5	26						
11	4	4	4	4	4	4	4	4	5	34	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	45	5	5	4	5	4	5	28							
12	4	4	4	4	5	4	4	4	5	36	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45	5	5	4	5	5	5	29							
13	5	4	4	4	5	4	4	4	5	37	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45	4	5	5	4	4	5	27							
14	5	5	5	5	4	4	4	4	4	37	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	46	5	5	5	4	5	4	28							
15	5	4	4	4	5	4	4	4	5	34	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46	4	5	5	4	4	3	25							
16	5	5	5	4	3	5	5	5	5	37	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44	4	5	5	4	4	5	27							
17	5	4	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	4	4	4	4	4	4	24							
18	5	4	4	4	4	5	4	4	5	36	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47	5	5	5	4	5	5	29							
19	5	4	4	4	5	4	4	4	5	36	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45	5	5	5	4	5	5	29							
20	5	5	5	4	4	4	4	4	5	36	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	40	4	5	5	5	4	4	26							

No	EKUITAS MEREK (X1)								Total X1	KUALITAS LAYANAN (X2)										Total X2	LOYALITAS ANGGOTA (Y)						Total Y
	1		2		3		4			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	
	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	
21	5	5	4	5	5	4	5	3	36	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	46	5	5	5	4	4	3	26
22	5	4	5	5	4	4	5	5	37	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	44	4	5	4	4	5	5	27
23	4	4	4	5	5	4	5	5	36	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47	4	5	4	4	4	5	26
24	4	4	4	5	5	4	5	5	36	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46	4	5	5	4	4	5	27
25	5	4	4	5	4	4	5	5	36	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45	5	5	5	5	4	5	29
26	5	5	4	4	3	3	5	4	33	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44	4	5	5	4	4	4	26
27	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	45	5	5	5	4	5	5	29
28	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45	5	5	4	4	4	4	26
29	4	4	5	5	5	4	5	3	35	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45	5	5	4	4	5	3	26
30	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45	5	5	4	4	5	5	28
31	4	3	4	4	5	5	5	5	35	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46	4	5	4	3	4	5	25
32	5	5	4	4	4	4	5	5	36	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	45	4	5	4	4	4	5	26
33	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	4	4	4	4	4	4	24
34	5	3	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43	4	5	4	4	4	5	26
35	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44	44	5	5	5	4	4	4	28
36	5	5	4	4	5	4	5	3	35	4	5	5	5	5	4	5	5	4	47	47	4	5	5	4	4	3	25
37	5	5	4	5	4	4	5	5	37	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	44	4	5	5	4	4	5	27
38	4	4	5	5	5	4	5	4	36	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46	46	4	5	4	4	5	4	26
39	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44	44	5	5	5	4	4	5	28
40	5	5	4	5	4	4	5	5	37	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44	44	5	5	4	4	4	5	27

No	EKUITAS MEREK (X1)								Total X1	KUALITAS LAYANAN (X2)										Total X2	LOYALITAS ANGGOTA (Y)						Total Y		
	1	2	3	4	5	6	7	8		9	10	1	2	3	4	5	6	1	2		3	4	5	6					
41	5	4	4	5	5	4	5	4	36	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44	5	4	4	4	3	4	4	24
42	4	3	4	5	4	4	5	4	33	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	40	3	5	5	3	4	3	4	23	
43	4	3	4	5	4	4	5	5	34	4	5	3	5	5	3	5	4	5	4	43	3	5	4	3	4	4	5	24	
44	5	4	4	5	5	4	5	3	35	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44	3	5	4	3	4	3	4	22	
45	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	42	3	5	4	3	4	4	4	23	
46	4	4	5	4	5	4	5	3	34	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44	5	5	5	4	4	4	3	26	
47	4	3	4	5	5	4	5	4	34	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45	5	5	5	5	5	4	4	29	
48	4	4	4	5	5	4	5	4	35	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45	5	5	5	5	5	4	4	29	
49	3	3	4	5	4	4	3	4	30	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	36	3	4	4	3	3	3	4	20	
50	4	4	3	5	5	4	5	4	34	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44	5	5	5	5	4	4	4	28	
51	4	4	5	4	4	4	4	3	32	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	31	4	4	4	3	3	3	3	21	
52	4	4	5	4	3	3	4	4	31	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31	31	3	4	3	3	3	3	3	19	
53	4	4	4	4	5	4	4	3	32	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	42	4	5	4	4	4	4	3	24	
54	5	4	4	4	5	4	5	3	34	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	43	4	4	4	5	4	4	3	24	
55	4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	5	4	3	4	3	3	3	5	3	37	4	4	4	3	4	3	4	22	
56	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	24	
57	5	4	4	5	5	4	5	3	35	5	5	4	4	5	4	4	4	4	43	43	5	5	5	5	5	5	3	28	
58	5	3	5	4	5	4	5	4	35	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42	42	5	5	5	5	5	4	4	28	
59	4	3	4	4	5	5	4	4	34	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46	46	4	5	5	5	4	4	4	26	
60	5	4	3	4	5	5	5	4	35	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45	45	4	5	5	5	3	4	4	25	

No	EKUITAS MEREK (X1)								Total X1	KUALITAS LAYANAN (X2)										Total X2	LOYALITAS ANGGOTA (Y)						Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	
61	4	4	3	4	5	5	5	35	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49	5	5	5	3	4	5	27	
62	5	5	4	4	5	4	3	34	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46	4	4	4	4	3	3	22	
63	5	4	4	5	5	4	5	36	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45	4	5	5	5	5	4	28	
64	4	4	4	3	5	4	5	34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30	
65	5	4	3	3	4	4	4	31	4	5	5	3	5	3	4	5	5	5	44	4	4	5	3	4	4	24	
66	5	4	4	3	5	4	5	34	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46	5	5	5	5	5	4	29	
67	5	4	5	4	5	4	5	37	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	5	5	5	4	4	5	28	
68	5	5	4	4	5	5	3	36	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47	5	5	5	5	5	3	28	
69	5	5	4	4	4	4	5	35	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	42	5	4	5	5	4	5	28	
70	5	5	4	4	4	4	4	34	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	41	5	4	5	5	4	4	27	
71	4	4	4	5	4	4	5	35	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	43	4	5	5	5	4	5	28	
72	4	3	4	3	5	4	5	31	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	47	5	5	5	3	4	3	25	
73	4	4	4	4	5	4	5	33	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	46	5	5	5	5	4	3	27	
74	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	4	4	4	4	4	4	24	
75	4	4	4	5	5	4	5	36	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44	5	5	5	5	4	4	28	
76	5	4	4	5	4	4	5	36	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	44	4	5	4	4	5	5	27	
77	4	4	5	4	5	5	4	36	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48	5	5	5	5	5	4	4	29	
78	5	5	5	4	5	5	4	38	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48	5	5	5	5	5	4	4	28	
79	5	5	4	3	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49	5	5	5	5	5	5	3	28	
80	5	4	4	3	5	4	5	34	5	5	4	4	4	4	5	3	4	43	3	5	5	5	3	3	4	23	

No	EKUITAS MEREK (X1)								Total X1	KUALITAS LAYANAN (X2)										Total X2	LOYALITAS ANGGOTA (Y)						Total Y								
	1		2		3		4			5		6		7		8		9			10		1		2			3		4		5		6	
	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6		
81	4	4	4	5	5	4	5	4	35	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	46	4	5	4	4	4	5	4	5	4	26				
82	5	5	5	4	5	5	5	4	38	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	45	4	5	5	3	4	4	4	4	4	25					
83	4	4	4	5	3	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	4	5	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24						
84	4	4	4	3	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	4	5	5	4	4	5	4	5	5	28						
85	5	5	4	5	5	4	5	4	37	5	5	4	4	5	4	4	4	5	45	5	5	5	4	4	4	5	4	5	28						

Lampiran 5: Data Profil Responden Diolah dengan Excel

DATA PROFIL RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	11	12,94%
Perempuan	74	87,06%
Total	85	100%

2. Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	0	0%
21 - 30 tahun	13	15,30%
31 - 40 tahun	11	12,94%
41 - 50 tahun	22	25,88%
> 50 tahun	39	45,88%
Total	85	100%

3. Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	27	31,77%
SLTP	19	22,35%
SLTA	36	42,35%
Diploma	2	2,35%
Sarjana	1	1,18%
Total	85	100%

4. Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	0	0%
Pedagang	85	100%
Wiraswasta	0	0%
Pegawai Negeri	0	0%
Karyawan Swasta	0	0%
Total	85	100%

5. Lama Menjadi Anggota

Lama Menjadi Anggota	Frekuensi	Persentase
> 1 - 3 tahun	32	37,65%
> 3 - 5 tahun	27	31,76%
> 5 tahun	26	30,59%
Total	85	100%

6. Frekuensi Transaksi

Transaksi	Frekuensi	Persentase
1 - 10 kali	0	0%
11 - 20 kali	0	0%
> 20 kali	85	100%
Total	85	100%

Lampiran 6: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Uji Validitas

a) Variabel Ekuitas Merek

		Correlations															
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Ekuitas_Merek_X1							
X1.1	Pearson Correlation	1															
	Sig. (2-tailed)																
	N	85															
X1.2	Pearson Correlation	,387**	1														
	Sig. (2-tailed)	,000															
	N	85	85														
X1.3	Pearson Correlation	,354**	,362**	1													
	Sig. (2-tailed)	,001	,001														
	N	85	85	85													
X1.4	Pearson Correlation	,101	-,008	,299**	1												
	Sig. (2-tailed)	,355	,942	,005													
	N	85	85	85	85												
X1.5	Pearson Correlation	,169	,106	,087	,224*	1											
	Sig. (2-tailed)	,122	,335	,426	,040												
	N	85	85	85	85	85											
X1.6	Pearson Correlation	,185	,121	,079	,163	,304**	1										
	Sig. (2-tailed)	,090	,269	,475	,136	,005											
	N	85	85	85	85	85	85										
X1.7	Pearson Correlation	,062	,055	-,004	,265**	,536**	,344**	1									
	Sig. (2-tailed)	,575	,614	,969	,014	,001	,001										
	N	85	85	85	85	85	85	85									
X1.8	Pearson Correlation	,103	,077	-,067	,181	,156	,299**	,299**	1								
	Sig. (2-tailed)	,350	,482	,540	,098	,589	,153	,005	,005								
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85							
Ekuitas_Merek_X1	Pearson Correlation	,565**	,535**	,518**	,518**	,590**	,510**	,421**	,421**	1							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85							

b) Variabel Kualitas Layanan

Correlations											
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Kualitas_Layanan_X2
X2.1	1	,449**	,220**	,292**	-,060	,292**	,249*	,334**	,049	,036	,456**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)		,000	,043	,007	,586	,007	,022	,653	,743	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.2	,449**	1	,333**	,254**	,326**	,214*	,205	,307**	,296**	,221*	,577**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,000		,002	,019	,002	,049	,060	,004	,006	,042	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.3	,220**	,333**	1	,313**	,205	,285**	,205	,362**	,170	,278**	,562**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,043	,002		,004	,059	,008	,059	,001	,120	,010	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.4	,292**	,254**	,313**	1	,349**	,435**	,498**	,537**	,168	,339**	,686**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,007	,019	,004		,001	,000	,000	,000	,124	,002	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.5	-,060	,326**	,205	,349**	1	,331**	,377**	,252	,154	,770**	,625**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,586	,002	,059	,001		,002	,000	,020	,160	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.6	,292**	,214*	,285**	,435**	,331**	1	,348**	,421**	,249*	,359**	,679**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,007	,049	,008	,000	,002		,001	,000	,021	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.7	,249*	,205	,205	,498**	,377**	,348**	1	,444**	,306**	,368**	,651**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,022	,060	,059	,000	,000	,001		,000	,004	,001	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.8	,334**	,307**	,362**	,537**	,252	,421**	,444**	1	,313**	,289**	,688**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,002	,004	,001	,000	,020	,000	,000		,004	,007	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.9	,049	,296**	,170	,168	,154	,249*	,306**	,313**	1	,215*	,471**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,653	,006	,120	,124	,160	,021	,004	,004		,048	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.10	,036	,221*	,278**	,339**	,770**	,389**	,368**	,289**	,215*	1	,662**
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,743	,042	,010	,002	,000	,000	,001	,007	,048		,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Kualitas_Layan an_X2	,456**	,577**	,562**	,686**	,625**	,679**	,651**	,688**	,471**	,662**	1
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

c) Variabel Loyalitas Anggota

Correlations									
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Loyalitas_Anggota		Y
Y.1	1	,303**	,439**	,568**	,433**	,105	,745**		
	Pearson Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,337	,000		
	N	85	85	85	85	85	85		
Y.2	,303**	1	,438**	,169	,472**	,327**	,637**		
	Pearson Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,121	,000	,002	,000		
	N	85	85	85	85	85	85		
Y.3	,439**	,438**	1	,373**	,358**	,044	,653**		
	Pearson Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,687	,000		
	N	85	85	85	85	85	85		
Y.4	,568**	,169	,373**	1	,431**	,034	,685**		
	Pearson Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,121	,000	,000	,000	,755	,000		
	N	85	85	85	85	85	85		
Y.5	,433**	,472**	,358**	,431**	1	,186	,719**		
	Pearson Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,088	,000		
	N	85	85	85	85	85	85		
Y.6	,105	,327**	,044	,034	,186	1	,465**		
	Pearson Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,337	,002	,755	,088	,000	,000		
	N	85	85	85	85	85	85		
Loyalitas_Anggota_Y	,745**	,637**	,653**	,685**	,719**	,465**	1		
	Pearson Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	85	85	85	85	85	85		

2. Uji Reliabilitas

a) Variabel Ekuitas Merek

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,625	8

b) Variabel Kualitas Layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,808	10

c) Variabel Loyalitas Anggota

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,708	6

Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,67119325
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,071
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,076	1,792		1,158	,250
	Ekuitas_Merek_X1	-,030	,073	-,067	-,417	,678
	Kualitas_Layanan_X2	,008	,047	,028	,176	,860

a. Dependent Variable: ABS_RES

3. Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,176	3,106		,379	,706	
	Ekuitas_Merek_X1	,270	,126	,246	2,140	,035	,473 2,112
	Kualitas_Layanan_X2	,352	,081	,500	4,351	,000	,473 2,112

a. Dependent Variable: Loyalitas_Anggota_Y



Lampiran 8: Hasil Uji Regresi dan Hipotesis

HASIL UJI REGRESI DAN HIPOTESIS

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,699 ^a	,488	,476	1,69145

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Layanan_X2, Ekuitas_Merek_X1

2. Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	223,750	2	111,875	39,103	,000 ^b
	Residual	234,602	82	2,861		
	Total	458,353	84			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Anggota_Y

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Layanan_X2, Ekuitas_Merek_X1

3. Uji Statistik t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,176	3,106		,379	,706
	Ekuitas_Merek_X1	,270	,126	,246	2,140	,035
	Kualitas_Layanan_X2	,352	,081	,500	4,351	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Anggota_Y

Lampiran 9: Tanda Bukti Administrasi Penelitian

TANDA BUKTI ADMINISTRASI

R/ Fitri 081578118

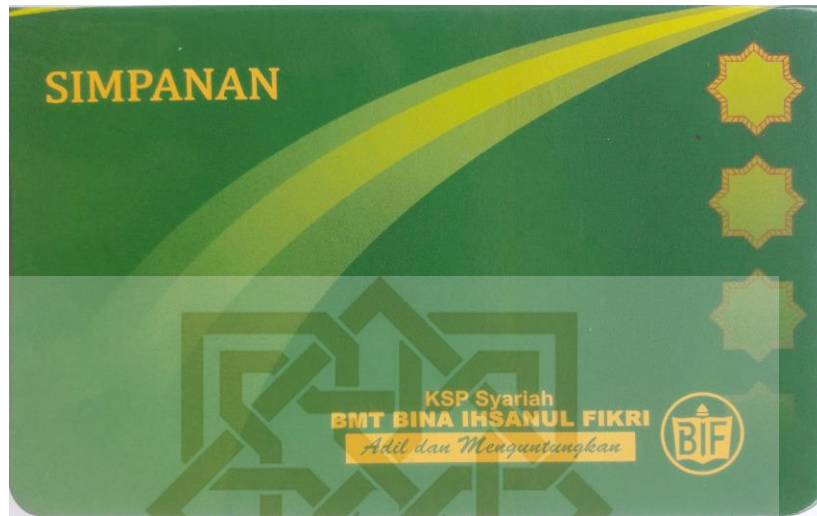
No. Unit :		 Baitul Maal Wat Tamwil BINA IHSANUL FIKRI	
No. Trans:			
Atas Nama NIA FITRIANA			
Jumlah Setoran		Jumlah dengan huruf	
Rp. 115.000		Seratus lima Belas Ribu Puluhan	
URAIAN Administrasi Penelitian			
No. Rek			
Setoran	Tab	Pokok	MU/Basil
			Z / I / S
			Adms
			SPP/SPA/SPW
	40.000		75.000
Wujud setoran <input type="checkbox"/> Tunai <input type="checkbox"/>			
Kasir	Petugas Rekening	Pengawas	Tanggal
	Saldo Pinjaman	Saldo butab cocok dengan Rek.	Tanggal, 19 November 2019
		Rp.	

Slip Setoran



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 10: Buku Tabungan BMT Bina Ihsanul Fikri



SANDI	TANGGAL SANDI	DEBIT Rp.	KREDIT Rp.	SALDO Rp.	PC	PENGESAHAN petugas BMT BIF
				20.000,00		
				0,00		
				20.000,00		
						LENY

= 1 Penyeteran
 = 2 Pengambilan Kadar Keuntungan
 = 3 Pajak Administrasi
 = 4 Pembelian buku
 = 5 Nota Debet
 = 6 Pemindahan Saldo
 = 7 Pembelian Kesalahan
 = 8 Nota Debet
 = 9 Nota Kredit
 = 10


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SIMPINAN UMUM

Nama Anggota : NIA FITRIANA
 No. Anggota : 03.004427
 No. Rekening : 03.005.004002
 Alamat : DANUNEGARAN MI 3/ 1090 RT 65/ 18 MANTRIJERON
 Telepon :

Buku ini adalah milik BMT BINA IHSANUL FIKRI apabila ditemukan harap dikembalikan kepada pemilik
 "Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman"
 (AL-Baqarah: 278)

Yogyakarta, 27 Januari 2020
 Disahkan oleh
 BMT Bina Ihsanul Fikri


 Pejabat BMT Bina Ihsanul Fikri

Bismillahirrohmaanirrohiim

Dengan ini saya sepakat dan mengizinkan BMT BINA IHSANUL FIKRI Yogyakarta untuk memanfaatkan uang tabungan saya (guna pembayaran yang bermanfaat menurut BMT BINA IHSANUL FIKRI Yogyakarta), sejumlah posisi saldo yang ada pada setiap harinya dan selama uang saya ada tersimpan di BMT BINA IHSANUL FIKRI, berdasarkan akad Mudharabah Mutlaqah (akad simpan dengan jaminan keamanan oleh BMT BIF). Nisbah bagi hasil yang akan saya terima berdasarkan akad Mudharabah Mutlaqah tersebut telah saya sepakati sebesar %
Syarat-syarat lain mengenai simpanan ini, saya bersedia tunduk dan mengikuti ketentuan di bawah ini :

KETENTUAN-KETENTUAN SIMPANAN

1. Penyimpan adalah sebagai anggota BMT BINA IHSANUL FIKRI Yogyakarta.
2. Setiap anggota berhak mendapat pembiayaan berdasarkan analisa kelayakan usaha.
3. Setiap penarikan simpanan penyimpan wajib menunjukkan buku simpanan ini kepada BMT BINA IHSANUL FIKRI Yogyakarta.
4. Penyetoran dan penarikan simpanan dilakukan dengan menunjukkan Slip setoran dan Slip penarikan yang tersedia.
5. Simpanan akan diberikan bagi hasil yang dibayar setiap bulan berikutnya dan langsung menambah nominal simpanan yang besarnya dihitung berdasarkan kesepakatan akad Mudharabah Mutlaqah sebagaimana tersebut di atas.
6. Perubahan atas besarnya keuntungan akan dilakukan atas kesepakatan penyimpan dengan BMT BINA IHSANUL FIKRI Yogyakarta.
7. Minimum saldo yang harus disisakan oleh penyimpan adalah sebesar Rp.2.500,- sebagai ganti ongkos penyimpanan dan pengadministrasian simpanan penyimpan.
8. Jika saldo pada buku simpanan berbeda dengan catatan di BMT BINA IHSANUL FIKRI, yang berlaku adalah catatan BMT BINA IHSANUL FIKRI.
9. Jika terjadi kesalahan pengkreditan oleh BMT BINA IHSANUL FIKRI, maka BMT BINA IHSANUL FIKRI berhak mendebel kembali.
10. Anggota wajib mengembalikan dana yang telah diambil yang berasal dari kesalahan pengkreditan.

Yogyakarta, 27 Januari 2021

Anggota

NIA FITRIANA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 11: Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 12: Curriculum Vitae Peneliti

CURICULUM VITAE

Data Pribadi

Nama : Nia Fitriana
Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 26 November 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jalan Parangtritis Gang Rama No. MJ3/1090
Danunegaran, Mantrijeron, Yogyakarta, DIY
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Nomor HP : 085870154620
Email : daltonewtonia@gmail.com



Riwayat Pendidikan

2000 – 2006 : SDN Surodadi
2006 – 2009 : MTs N Gajah
2009 – 2012 : MAN 2 Kudus
2012 – 2020 : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta, 6 Januari 2020

Nia Fitriana