

**PENGARUH PENERAPAN PRINSIP SYARIAH PADA KOPERASI  
SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) BMT BINA  
IHSANUL FIKRI ( BIF) YOGYAKARTA TERHADAP TINGKAT  
LOYALITAS NASABAH**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

**Disusun oleh :**

**Sri Mulyani Indah Hartati**

**NIM : 20102040061**

**Pembimbing :**

**Dr. Hikmah Endraswati, S.E., Msi**

**NIP.19770507 200003 2 001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-853/Un.02/DD/PP.00.9/07/2025

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PENERAPAN PRINSIP SYARIAH PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) BMT BINA IHSANUL FIKRI (BIF) YOGYAKARTA TERHADAP TINGKAT LOYALITAS NASABAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SRI MULYANI INDAH HARTATI  
Nomor Induk Mahasiswa : 20102040061  
Telah diujikan pada : Kamis, 19 Juni 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 68637b369b537

Ketua Sidang

Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si.  
SIGNED



Valid ID: 68643151e1bb5

Penguji I

Dr. Dra. Hj. Mikhriani, MM  
SIGNED



Valid ID: 6863897608bf3

Penguji II

Dr. Maryono, S.Ag., M.Pd.  
SIGNED



Valid ID: 686606ee4be30

Yogyakarta, 19 Juni 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.  
SIGNED

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

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

Nama : Sri Mulyani Indah Hartati

Nim : 20102040061

Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah Pada KSPPS BMT Bina

Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta Terhadap Tingkat Loyalitas

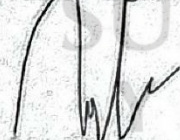
Nasabah

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Yogyakarta, 13 Juni 2025

Mengetahui

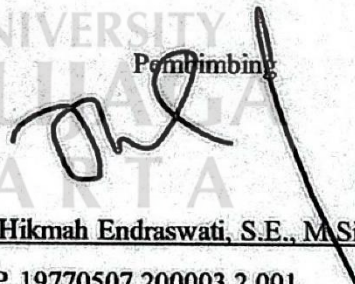
Ketua Program Studi



Munif Solihan, MPA

NIP. 19851209 201903 1 002

Pembimbing



Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si.,

NIP. 19770507 200003 2 001

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Mulyani Indah Hartati

Nim : 20102040061

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah pada KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung unsur plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian- bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar maka peneliti siap bertanggung jawab sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Sri Mulyani Indah Hartati

20102040061

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

Almamater tercinta

Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴿٢٨٦﴾

“Allah tidak akan membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya. Baginya ada sesuatu (pahala) dari (Kebajikan) yang diusahakannya dan terhadapnya ada (pula) sesuatu (siksa) atas (kejahatan) yang diperbuatnya. (Maka berdoa,) “Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau hukun kami jika kamu lupa atau kami salah. Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana Engkau bebaskan kepada orang-orang sebelum kami. Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Maafkanlah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami. Engkaulah pelindung kami. Maka, tolonglah kami dalam menghadapi kaum kafir” (QS. Al Baqarah :286)<sup>1</sup>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>1</sup> Al-Quran, 3: 286. Semua ayat al-Quran di skripsi ini diambil dari Kementrian Agama Republik Indonesia, *Qur'an Kemenag in Word*, (Jakarta: Lajnah Penthashihan Mushaf Al-Quran, 2021)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan. Sholawat serta salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa menjadi suri tauladan untuk kita semua, dan semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir nanti, aamiin. Skripsi ini merupakan wujud terakhir karya saya sebagai mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulisan tugas akhir ini tidak mungkin dapat menyelesaikan sendiri, pasti banyak pihak-pihak yang terkait selain diri sendiri. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Noorhaidi, S.AG., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Munif Solihan, MPA selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Maryono, S.Ag., M.Pd. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah mengarahkan serta memberikan semangat dan motivasi selama menjadi mahasiswa baru sampai mahasiswa akhir perkuliahan.
5. Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan kesabaran yang sangat luas, serta membimbing,

mengarahkan, dan meluangkan waktunya sehingga penulisan skripsi ini selesai.

6. Seluruh Dosen Prodi Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Bu Wahyu, dan seluruh pegawai KSPPS BMT Bina Ikhsanul Fikri (BIF) Yogyakarta yang telah membantu dalam menyediakan informasi, sehingga peneliti ini terlaksana dengan baik.
9. Cinta pertamaku yang tidak pernah tergantikan, orang yang paling sabar, Bapak Rojidin. Terimakasih telah memberikan doa, cinta, support, motivasi, dan kepercayaan kepada penulis dalam melanjutkan mimpi dan cita-citanya, dan beribu-ribu terima kasih karena membuat saya percaya dan kuat bahwa saya mampu untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
10. Ibuku tersayang, Ibu Dairoh, terimakasih telah memberikan doa, serta support, mustahil jika saya melewati semua permasalahan yang penulis alami tanpa doa yang tulus dan dukungan dari beliau, terimakasih telah mengajarkan saya untuk menjadi kuat dan mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Untuk kaka-kakaku, Mbak Neli, Mas didi, dan Mbak ii, mbak Irma, yang telah support dan selalu mendukung akan pilihan saya dan mempercayakan sepenuhnya bahwa saya mampu dalam menyelesaikan skripsi ini.



12. Untuk diri sendiri yang sudah mampu dan mau bertahan sampai detik ini untuk melewati berbagai macam-macam warna warni dunia ini, namun tetap memilih untuk tegak dan kuat. Terima kasih Sri Mulyani Indah Hartati, kamu hebat, kamu kuat dan bisa menyelesaikan dan Menyusun tugas akhir ini dengan baik.
13. Sahabatku Mba Indri, Khusna, Dhean, Nabil, Khulqi, Afif yang selalu memberikan dukungan demi kelancaran penulisan skripsi ini selesai.
14. Sahabtku Frida, Uti, Fitri Dwi, meskipun jarak kita jauh, terimakasih atas dukungannya dalam kelancaran penulisan skripsi ini selesai.
15. Kepada Pihak-Pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan dukungan dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Tidak adanya nama bukan bermaksud mengurangi rasa terimakasih peneliti, semoga Allah SWT membalas kebaikan, melimpahkan Rahmat, dan Hidayah-Nya kepada kita semua. Peneliti sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat peneliti butuhkan guna perbaikan dimasa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Aamiin Ya Rabbal'Alamiin.

Yogyakarta, 27 Mei 2025

Sri Mulyani Indah Hartati

20102040061

## ABSTRAK

Sri Mulyani Indah Hartati (20102040061) Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Skripsi dengan judul “Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT Bina Ikhsanul Fikri (BIF) Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara prinsip syariah terhadap Tingkat loyalitas nasabah KSPPS BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta. Jenis penelitian pada skripsi yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif. Adapun populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu nasabah atau anggota KSPPS BMT Bina Ikhsanul Fikri (BIF) Yogyakarta yang telah menggunakan produk atau jasa bmt lebih dari 2 tahun sejumlah 130 responden, dengan catatan 30 sebagai sampel. Metode yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data melalui angket dan kuosioner, dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik yang penentuannya berdasarkan pertimbangan tertentu. Metode Analisa yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode regresi linier sederhana dengan dikelola menggunakan spss 22.0.

Hasil pada penlitian ini menunjukkan bahwa secara uji parsial menyatakan bahwa prinsip syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah.

**Kata Kunci : Prinsip Syariah, Loyalitas Nasabah, KSPPS BMT**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Kerangka Teori.....	10
G. Hipotesis.....	21
<b>BAB II METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Sumber Data Penelitian.....	24
C. Populasi dan Sampel .....	25
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	27

E. Teknik Pengumpulan Data .....	29
F. Instrumen Penelitian .....	30
G. Uji Instrumen Penelitian .....	32
H. Teknik Analisi Data.....	34
<b>BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Letak Geografis.....	37
B. Sejarah Singkat.....	37
C. Visi, Misi dan Tujuan Lembaga .....	39
D. Struktur Organisasi Lembaga.....	40
E. Produk-Produk KSPPS BMT BIF.....	40
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Analisis Karakteristik Responden.....	48
B. Hasil Uji Instrumen.....	52
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
D. Hasil Uji Hipotesis.....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kisi-kisi Instrumen Prinsip Syariah.....	31
Tabel 2.2 Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Nasabah .....	32
Tabel 4.1 Hail Data Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 4.2 Hail Data Berdasarkan Usia Responden .....	49
Tabel 4.3 Data Lamanya Menjadi Nasabah BMT.....	51
Tabel 4.4 Hasil Data Produk Yang digunakan Responden.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	54
Tabel 4.7 Hail Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.9 Hail Uji Regresi Linier Sederhana .....	56
Tabel 4.10 Hail Uji Parsial (t) .....	58



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Teori.....	21
Gambar 3.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT BIF.....	40



## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Semakin berkembangnya perekonomian dikalangan masyarakat, tentu akan menimbulkan kebutuhan sebuah lembaga keuangan untuk mengelola uang yang dimilikinya. Hal tersebut maka timbullah sebuah lembaga keuangan, dimana lembaga keuangan sendiri mempunyai fungsi yang strategis sebagai suatu lembaga yang berperan untuk menghimpun dana, mengelola dana hingga mendistribusikannya ke masyarakat.

Peran tersebut tentu membuat lembaga keuangan ingin memberikan manfaat bagi masyarakat. Sehingga masyarakat dibebaskan dalam menggunakan sebuah lembaga dalam mengelola keuangannya, baik menggunakan lembaga syariah maupun lembaga non syariah. Lembaga syariah sendiri merupakan sebuah lembaga keuangan yang identik dengan tidak menggunakan bunga, melainkan menggunakan prinsip bagi hasil dan mengharamkan sistem bunga dan menghalalkan sistem bagi hasil. Salah satu lembaga keuangan syariah yaitu KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta.

BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) merupakan lembaga keuangan syariah yang menitik beratkan pada pemberdayaan ekonomi kelas bawah yang didirikan dan dimiliki oleh masyarakat pada tahun 1996 di daerah Gedong Kuning Yogyakarta. Munculnya ide untuk mendirikan BMT BIF ini karena melihat banyak pengusaha kecil potensial tetapi tidak terjangkau

oleh bank, selain itu juga karena selama ini dakwah islam belum mampu menyentuh kebutuhan ekonomi umat. Sehingga seringkali kebutuhan modalnya dicukupi oleh rentenir dan lintah darat yang suku bunganya sangat besar dan juga merupakan praktek riba serta sangat memberatkan masyarakat, karena masyarakat diharuskan membayar bunga tambahan dari dana yang dipinjam. Keprihatinan ini mendorong untuk berdirinya BMT BIF.

Pada prinsipnya usaha BMT BIF dibagi menjadi dua yaitu Baitul Maal (usaha sosial) dan Baitul Tamwil (usaha bisnis). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infak, dan shodaqoh (ZIS) serta menstasyarufkannya kepada delapan Ashnaf. Skala prioritasnya dimaksud untuk mengentaskan kemiskinan melalui program ekonomi produktif dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang etika bisnis serta bantuan sosial, seperti beasiswa anak asuh, biaya bantuan kesehatan serta perlindungan kecelakaan diri dengan asuransi, karena BMT BIF mengadakan kerja sama dengan Asuransi Takaful. 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 atau kredit kepada pengusaha kecil dengan sistem bagi hasil.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> [www.bmtbif.yogyakarta.co.id](http://www.bmtbif.yogyakarta.co.id).

BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) ini merupakan salah satu BMT yang ada di Yogyakarta yang menitik beratkan pada pemberdayaan kelas bawah, yang mana BMT BIF melayani serta mencukupi banyaknya usaha kecil yang membutuhkan. Semakin tahun kinerja BMT BIF Yogyakarta semakin meningkat, hal ini dapat dilihat dari asset tahun 2021 yaitu mencapai 112.558.660.426 dan asset pada tahun 2022 mengalami peningkatan yaitu mencapai 140.000.000.000. Selain dari pada itu dilihat dari anggota Tabungan wadiah yang pada tahun 2021 sebesar 87.328.398 mengalami penurunan pada tahun 2022 yang mencapai 63.333.063. Akan tetapi dilihat berdasarkan jumlah Tabungan mudharabahnya dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yaitu yang pada tahun 2021 mencapai 22.374.541.544 mengalami peningkatan pada tahun 2022 yaitu mencapai 25.555.265.822. Dan jumlah anggota (nasabah) BMT Bina Ihsanul Fikri setiap tahunnya mengalami peningkatan dimana dari bulan juni TAHUN 2023 yang sebanyak 49.074 dan bulan September sebanyak 49.312, mengalami peningkatan pada bulan November tahun 2023 sebanyak 49.460 anggota (nasabah). <sup>3</sup>Dan dari banyaknya jumlah anggota tersebut merupakan jumlah anggota yang sudah termasuk jumlah anggota penabung dan jumlah anggota peminjam.

Dengan total asset dan jumlah anggota yang semakin meningkat, maka diharapkan pihak KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta

---

<sup>3</sup> RAT BMT BIF Yogyakarta.

dapat mengoptimalkan peran mereka dalam meningkatkan loyalitas para anggota (nasabah) banyak tantangan yang akan dihadapinya.

Persaingan antara BMT syariah dengan bmt syariah yang lain semakin ketat, menuntut untuk setiap BMT memunculkan ide atau inovasi yang baru untuk menarik anggota atau nasabah baru maupun anggota yang lama untuk tetap bergabung dengan BMT. Menjalankan prinsip-prinsip syariah dengan yang baik dan benar akan memberikan pengaruh yang baik terhadap perilaku anggota atau nasabah kepada produk atau jasa yang diberikan oleh BMT. Karyawan pada BMT BIF dalam menjalankan tugasnya harus menghindari dan meninggalkan segala hal yang tidak sesuai dengan prinsip syariah yang dijalankan. Setiap karyawan yang bertugas harus menjalankan nilai-nilai syariah yang telah dibuat oleh pihak BMT BIF.

Adanya pengaplikasian Prinsip prinsip syariah sendiri merupakan aturan perjanjian yang berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan dana dalam kegiatan usaha atau kegiatan yang lainnya. Penerapan prinsip-prinsip syariah pada BMT BIF secara baik dan benar akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota atau nasabah dari BMT BIF. Penerapan prinsip-prinsip syariah menjadi perhatian penting bagi BMT, dengan penerapan prinsip syariah tersebut akan meningkatkan kepercayaan dan kelayakitan masyarakat untuk menggunakan jasa atau produk dari BMT.



Loyalitas sendiri merupakan sebuah bentuk kesetiaan serta ketaatan para anggota terhadap jasa atau produk layanan yang dilakukan oleh pihak lembaga keuangan. Kombinasi sikap loyalitas anggota dapat dipahami sebagai kombinasi sikap senang anggota dan pembelian secara berulang-ulang. Mengenai loyalitas nasabah atau anggota tidak terlepas dari kepuasan anggota yang telah menggunakan produk atau jasa serta pelayanan yang diberikan kepada anggota BMT. Anggota BMT yang sudah merasa puas akan layanan dan produk yang diberikan tentu akan melakukan pembelian secara terus menerus dari produk yang sama dan menunjukkan loyalitas mereka terhadap produk atau jasa yang diberikan. Memiliki anggota yang loyalitas terhadap produk atau pelayanan yang diberikan sangat diharapkan oleh sebuah lembaga keuangan untuk meningkatkan nasabah yang baru.

Dari beberapa permasalahan serta tantangan yang dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “ Apakah penerapan prinsip syariah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu “Untuk mengetahui apakah penerapan prinsip syariah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta”

### **D. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat memperluas kajian ilmu ekonomi syariah khususnya mengenai penerapan prinsip syariah pada sebuah lembaga atau perusahaan yang berbasis syariah, serta mengenai pengaruh pada tingkat loyalitas nasabah. Sehingga hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan serta pengetahuan tentang penerapan syariah terhadap tingkat loyalitas nasabah.

#### **2. Secara Praktis**

##### **a. Bagi Pihak KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF)**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi pihak KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) mengenai penerapan prinsip syariah untuk meningkatkan loyalitas para nasabahnya. Selain dari pada itu penelitian ini diharapkan untuk memberikan kontribusi mengenai prinsip syariah yang diterapkan oleh pihak KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) terhadap tingkat loyalitas para nasabahnya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta memberikan wawasan yang baru dan pengembangan bagi peneliti selanjutnya, khususnya dalam upaya untuk memahami penerapan prinsip syariah pada lembaga syariah terhadap tingkat loyalitas para nasabah.

**E. Kajian Pustaka**

Kajian Pustaka bertujuan untuk menjadi sebuah referensi dan menunjukkan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Dimana setelah dilakukan dan ditelaah mengenai beberapa peneliti sebelumnya, ditemukan beberapa keterkaitan dari berbagai penelitian mengenai penerapan prinsip syariah terhadap tingkat loyalitas para nasabah, yang dijadikan sebagai kajian Pustaka yang diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Besse Alfira Anugrah yang berjudul “Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar” Pada penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana. Dimana dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT.Bank Syariah Mandiri

Cabang Makassar, dimana hal ini dapat dilihat dari nilai penerapan nilai-nilai islam dengan prob  $< 0,05$ .<sup>4</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Wina Purnamasari yang berjudul “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu” Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data dan menggunakan kuosioner. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu menunjukan bahwa terdapat pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikan yaitu sebesar 0,040 dimana nilai tersebut dibawah 0,05 maka  $H_0$  diterima yang artinya terdapat pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu.<sup>5</sup>
3. Penelitian yang dilakukan oleh Alviyan Nulviki yang berjudul “Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada BPRS Amanah Ummah Kas UIKA Bogor), dalam penelitian ini metode sample yang digunakan yaitu menggunakan metode purposive sampling. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa (i) variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap loyalitas

---

<sup>4</sup> Besse Alfira Anugrah, *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Cabang Makassar*, Skripsi (Makassar: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018).

<sup>5</sup> Wina Purnamasari, *Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BNI Syraiah Kota Bengkulu*, Skripsi (Bengkulu : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institu Agama Islam Negerei (IAIN), 2018).

nasabah, (ii) variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, (iii) variabel citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.<sup>6</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh Shalihani Hudayana yang berjudul “Analisis Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.BTN Syariah Cabang Medan” Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer dan penyebaran kuosioner kepada alumni mahasiswa/I perbankan syariah UINSU Angkatan 2016. Dimana dari hasil uji t, dari variabel humanis melalui t-hitung senilai 3,171 > t-tabel 2,779, nilai signifikan senilai 0,039 < 0,05 serta koefisien regresi senilai 0,912. Hasil dari variabel emansipatoris t-hitung senilai 2,949 > t-tabel 2,779, nilai signifikan senilai 0,014 < 0,05 serta nilai koefisien regresi senilai 0,656. Selanjutnya hasil uji F dengan nilai F-hitung > F-tabel senilai (10,838 > 2,97), nilai signifikan senilai 0,016 < 0,05. Maka dari hasil diatas memperoleh hasil bahwa humanis, emansipatoris, serta transcendental berpengaruh secara signifikan baik secara persial maupun secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT.BTN Syariah Cabang Medan.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Akvian Nulviki, *Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus pada BPRS Amanah Ummah Kas UIKA)*, Skripsi (Jakarta: Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2020).

<sup>7</sup> Shalihani Hudayana, *Analisis Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Syariaah Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT BBIN Syariah Cabang Medan*, Skripsi (Medan: Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Sumatra Utara, Medan, 2021).



5. Penelitian yang dilakukan oleh Umi Masruroh yang berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2014)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana sampelnya diambil secara purpose sampling, dan menggunakan metode pengumpulan data dengan penyebaran angket. Dimana dari metode tersebut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara nilai-nilai islam seperti keadilan, kesederajatan dan kejujuran terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun bersama-sama.<sup>8</sup>

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Prinsip Syariah**

#### **a. Pengertian Syariah**

Menurut etimologi syariah berarti sumber air yang dituju (didatangi) untuk minum. Yang kemudian kata syariah sendiri digunakan oleh orang-orang bahasa arab dengan arti jalan yang lurus. Adapun secara terminologi kata syariah yang disebutkan oleh Manna’Khalil al-Qaththan ialah segala yang diterapkan oleh Allah untuk para hamba-Nya, baik mengenai akidah, akhlak, muamalat,

---

<sup>8</sup> Umi Maruroh, *Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2014)*, Skripsi (Palopo: Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018).

maupun tatanan kehidupan lainnya, dengan segala cabangnya yang bermacam-macam, guna merealisasikan kebahagiaan mereka baik di dunia maupun diakhirat.

Sedangkan menurut Muhammad Ali al-Thahanawi, syariah yaitu hukum yang ditetapkan oleh Allah untuk hamba-hamba-Nya, yang dibawa oleh Nabi-Nya, baik itu sebagai hukum *furu'* (*cabang*) dan *al-amaliyah* (*perbuatan*) dan untuknya himpunan “*ibnu fiqh*” atau berhubungan dengan cara untuk menentukan kepercayaan (*I'tiqad*) yang disebut hukum pokok dan kepercayaan, yang untuknya himpunan “*ilmu kalam*” Syara (*syariah*) yang disebut juga dengan *al-Din dan al-Millah* (agama).<sup>9</sup>

Menurut Qardhawi syariah adalah hukum-hukum Allah yang ditetapkan berdasarkan dalil-dalil Al-qur'an dan sunnah serta dalil-dalil yang berkaitan dengan keduanya seperti *ijma'* dan *qiyas*. Sedangkan dalam islam kata istilah syariat adalah apa-apa yang diwajibkan oleh Allah kepada hamba-hambanya, seperti keyakinan (*aqdah*), akhlak, ibadah, muamalah, dan kegiatan-kegiatan yang lainnya untuk meraih keselamatan baik di dunia maupun diakhirat.<sup>10</sup>

Dari beberapa definisi tersebut maka secara terminologi syariah dapat diartikan dengan kata luas maupun sempit. Dalam

---

<sup>9</sup> Putri Indriyani, Tomi Hendra, “Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Youtube @Culapculip”, *Jurnal Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi* Vol.1:4 9 Oktober 20230. hlm 96

<sup>10</sup> Fitra Nelll, “Maqasid al-syaria'ah Sebagai Katalisator Pembaruan Hukum Islam”, *Sakena Jurnal Hukum Keluarga*, Vol3:1 2018.

pengertian yang luas syariah adalah keseluruhan norma agama islam yang meliputi seluruh aspek, baik aspek doctrinal, maupun aspek yang praktis. Sedangkan kata syariah dalam artian sempit dapat diartikan sebagai aspek praktis dari ajaran islam, yaitu bagian yang terdiri dari norma-norma yang mengatur tingkahlaku kongrit manusia, seperti ibadah, nikah, jual beli, berperkara maupun pengadilan dan lain sebagainya.

b. Indikator Prinsip Syariah

Menurut Undang-Undang pasal 1 ayat 13 no 10 tahun 1998 menjelaskan mengenai prinsip syariah. Dimana prinsip syariah adalah aturan perjanjian yang berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah yang lainnya seperti mudharabah, musyarokah, murobaha, dan ijarah.<sup>11</sup>

Menurut Mulawarman tahun 2006 prinsip prinsip syariah terdapat beberapa yang diantaranya :

- 1) Prinsip Keadilan (*adl*), yaitu menempatkan sesuatu yang hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu yang hanya

---

<sup>11</sup>Shidarta, Binus University, *Pengertian, prinsip dan landasan hukum bank syariah* sesuai undang-undang thn 2016

pada bank yang berhak serta memerlukan ssuatu sesuai dengan porsinya.

- 2) Prinsip Keseimbangan (*tawazun*), yaitu keseimbangan yang meliputi aspek material dan spiritual, aspek privat dan public, sektor keuangan, sektot rill, bisnis, sosial dan keseimbangan aspek pemanfaatan dan kelestarian.
- 3) Prinsip Kemaslahatan (*maslahah*), merupakan segala bentuk kebaikan yang berdimensi duniawi dan ukrawi, material dan spiritual serta individual dan kolektif serta harus memenuhi 3 unsur yang diantaranya yaitu, kepatuhan syariah (*halal*), bermanfaat dan membawa kebaikan dalam semua aspek secara keseluruhan dan tidak menimbulkan kemudharatan.
- 4) Universal (*alamiyah*), yaitu suatu yang dapat dilakukan dan diterima oleh dengan dan untuk semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan sesuai dengan kerahmatan semesta (*rahmatan lil alamin*).<sup>12</sup>

Dalam lembaga perbankan syariah sendiri dilarang untuk melakukan hal-hal seperti berikut :

---

<sup>12</sup> Mulawarman, Dedi Aji, *Menyibak akuntansi Syariah Rekontruksi Teknologi, Akuntansi Syariah*, (dari wacana ke aksi, Yogyakarta Kreasi 2006)

- a) *Gharar*, atau dengan kata lain kegiatan untuk menipu atau unsur-unsur yang memberikan ketidakpastian kepada kostumer dalam melakukan sebuah transaksi.
- b) *Maysir*, atau iasa yang disebut dengan unsur judi, yaitu unsur yang apabila melakukan transaksi, transaksi tersebut bersifat spekulatif yang dimana hal tersebut dapat menimbulkan kerugian kepada satu pihak saja dan memberikan keuntungan kepada satu pihak yang lain.
- c) Riba, istilah riba tentunya didunia perbankan sangat tidak asing yaitu sebuah transaksi yang didalamnya mengandung bunga.<sup>13</sup>

## 2. Tingkat Loyalitas Nasabah

### a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah situasi dimana nasabah berikir positif terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan disertai dengan membeli produk atau menggunakan jasa tersebut secara berulang-ulang. Sedangkan loyalitas nasabah adalah komitmen untuk memela secara mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan yang dipilih secara konsisten dimasa yang akan datang.<sup>14</sup>

Loyalitas merupakan perbuatan sejauh mana pelanggan atau nasabah menunjukkan perilaku atau pembelian yang disediakan oleh

<sup>13</sup> Maimun, Dara Tzahira, *Jurnal Prinsip Dasar Perbankan Syariah* vol.1 no.1 (July-Desember) 2022

<sup>14</sup> Utomo, *Analisis Terhadap factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada operator telfon seluler*, (Yogyakarta, Tesis 2011)



sebuah lembaga maupun perusahaan baik dari produk maupun jasa dengan berulang kali dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan produk dan jasa tersebut ketika keinginan untuk menggunakan kebutuhan untuk memakai jasa tersebut<sup>15</sup>. Sedangkan menurut Utomo, loyalitas nasabah tidak hanya seorang yang membeli atau melakukan pembelian secara berulang kali, akan tetapi pelanggan yang loyal yaitu kesetiaan seorang nasabah pada lembaga keuangan yaitu bank. Dimana dalam konsep marketing loyalitas yaitu sangat berkaitan dengan nasabah, yang tidak lain merupakan bentuk kesetiaan nasabah kepada kualitas serta layanan jasa yang digunakan oleh bank tersebut.<sup>16</sup>

Menurut Hurriyati loyalitas adalah sebuah komitmen yang dipegang oleh pelanggan atau nasabah dan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian secara berulang dengan konsisten dimasa yang akan datang, meskipun kondisi pada sebuah perusahaan atau lembaga keuangan tersebut membawa pengaruh situasi dan kondisi yang menyebabkan perubahan perilaku oleh nasabah<sup>17</sup>. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius loyalitas nasabah yaitu suatu cermib

---

<sup>15</sup> Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta, 2010). Hal. 111

<sup>16</sup> Utomo, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. (Yogyakarta, Tesis 2011). Hlm 27.

<sup>17</sup> Hurriyati, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada operator telepon seluler*, Tesis (Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2006) hlm 27.

omitmen psikologis konsumen terhadap produk atau jasa tertentu yang disertai dengan perilaku pembelian secara berulang baik produk maupun jasa tertentu yang sama secara berulang kembali.<sup>18</sup>

Menurut Usmana mengemukakan bahwa loyalitas adalah sebuah komitmen yang mendalam untuk seorang pembeli atau berlangganan kembali untuk suatu produk atau jasa yang dipilih dimasa depan, dengan cara membeli merek yang sama secara berulang-ulang, meskipun memiliki pengaruh situasi dan usaha-usaha marketing yang menyebabkan tingkah laku konsumen untuk melakukan pembelian ke produk lain.<sup>19</sup>

Dari beberapa definisi mengenai loyalitas nasabah dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah sebuah perilaku yang dimiliki oleh nasabah atau kostumer untuk membeli secara berulang-ulang kembali produk atau jasa pada sebuah lembaga keuangan khususnya bank, yang dimana hal tersebut merupakan bentuk atau wujud kesetiaan sebagai nasabah dari bank tersebut meskipun keadaan dari segi marketing maupun pemasaran melakukan potensi bagi nasabah untuk melakukan pemindahan produk atau jasa lain.

#### b. Indikator Loyalitas Nasabah

Dalam sebuah perusahaan khususnya lembaga keuangan (bank) memiliki nasabah yang loyalitas merupakan sebuah asset

---

<sup>18</sup> Hurriyati, pengertian loyalitas nasabah 2014. Hal.149

<sup>19</sup> Usmara, pengertian loyalitas nasabah, 2015. Hal 122

yang penting, dimana hal ini dapat dilihat berdasarkan karakteristik seorang pelanggan yang diungkapkan oleh Griffin, dalam Hurriyati bahwa seorang pelanggan yang loyal memiliki macam-macam karakteristik yang diantaranya <sup>20</sup>:

- 1) Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchases*), atau dengan kata lain konsumen melakukan pembelian secara teratur.
- 2) Membeli diluar lini produk atau jasa (*Purchases across product and service lines*), yaitu konsumen tidak hanya membeli satu produk saja.
- 3) Merekomendasikan produk lain (*rapert other*), yaitu nasabah mereferensikan produk atau jasa kepada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk yang sejenis dari pesaing (*Demonstates an immunity ti the full of the competition*), yaitu nasabah tidak mudah dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah.

Menurut Joko Riyadi dalam Hurriyati menyebutkan lima faktor utama yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yang diantaranya :

- 1) Kualitas produk, berdasarkan kualitas produk yang baik secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan oleh nasabah, dan apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan secara berskala

---

<sup>20</sup> Griffin, dalam hayyati, karakteristik loyalitas nasabah 2013, hal 130

menghasilkan produk yang baik maka akan mengakibatkan konsumen membeli secara terus menerus atau akan menggunakan produk atau jasa tersebut, dimana hal inilah yang bisa jadi dikatakan sebagai loyalitas nasabah.

- 2) Kualitas layanan, selain perusahaan menghasilkan produk yang bagus kualitas pelayanan yang diberikan juga dapat membawa pengaruh yang besar terhadap tingkat loyalitas nasabah.
- 3) Emosional, emosial yang dimaksud yaitu sebagai keyakinan oleh seorang penjual atau pengusaha sendiri agar lebih baik dalam memajukan perusahaannya. Yang dimana dari keyakinan tersebut akan menghasilkan semangat dan motivasi dalam meningkatkan serta menghasilkan ide-ide dalam meningkatkan kualitas produk, layanan dalam perusahaannya.
- 4) Harga, tidak heran jika konsumen atau nasabah menginginkan barang yang bagus dengan harga yang murah atau bersaing. Dimana harga disini dapat diartikan sebagai akibat, atau kata lain harga yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari pelayanan yang bagus.
- 5) Biaya, seseorang tentu akan berfikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas sehingga membuat konsumen menjadi lebih loyal terhadap produk serta

pelayanan yang disediakan oleh lembaga keuangan (bank), atau perusahaan.<sup>21</sup>

c. Faktor – Faktor Loyalitas Nasabah

Untuk membangun dan meningkatkan loyalitas nasabah, tentu perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah yang diantaranya :

a. Perhatian (*Caring*)

Perusahaan harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan maupun masalah yang dihadapi pelanggan. Dengan demikian, pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan melakukan transaksi ulang dengan perusahaan yang pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan perusahaan yang loyal.

b. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah, hubungan perusahaan dan pelanggan tercermin dari tingkat kepercayaan para pelanggan. Apabila tingkat kepercayaan pelanggan tinggi, maka hubungan

---

<sup>21</sup> Handoko, *Prilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE (Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, 2010) hlm.83.

perusahaan dengan pelanggan akan menjadi lebih kuat yang berdampak pada loyalitas nasabah yang kuat pula.

c. Perlindungan (*length of patronage*)

Perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik berupa kualitas produk, pelayanan ataupun komplan. Dengan demikian pelanggan tidak akan khawatir pada perusahaan dalam melakukan transaksi berhubungan dengan perusahaan, karena pelanggan merasa perusahaan memberikan perlindungan yang mereka butuhkan.

d. Kepuasan akumulatif (*Overall Saticfaction*)

Kepuasan barang dan jasa pada suatu periode tertentu, kepuasan terhadap perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan rasa puas kepada pelanggan dalam melakukan segala transaksi dengan perusahaan, sehingga dalam hal ini perusahaan harus memperhtikan dan meningkatkan fungsidan kegunaan dari segala fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar pelanggan dapat memanfaatkannya dimana saja dan kapan saja.<sup>22</sup>

Menurut Griffin dalam Hurriyati, loyalitas mengacu pada wujud perilaku unit-unit dalam pengambilan kepuasan untuk melakukan pembelian secara terus menerus hadap barang atau

---

<sup>22</sup> <http://economicsjurnal.blogspot.com/2011/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>, diakses tanggal 2 Desember 2023.



jasa suatu perusahaan yang dipilih.<sup>23</sup>Pelanggan yang loyal merupakan asset yang penting bagi perusahaan atau sejenisnya.

## G. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan penjelasan mengenai adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Seperti Variabel bebas (X) yaitu Prinsip syariah yang terdiri dari prinsip keadilan (*adl*), prinsip keseimbangan (*tawazun*), prinsip kemaslahatan (*maslahah*), prinsip universal (*alamiyah*), terhadap variabel terikat (Y) yaitu loyalitas nasabah. Adapun keterkaitan antar variabel dapat dijelaskan pada kerangka teori sebagai berikut:

**GAMBAR 1.1**

### **Kerangka Penelitian**



Variabel bebas (X) yaitu prinsip syariah memiliki pengaruh dengan variabel terikat (Y) loyalitas nasabah. Dimana analisa yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknis regresi linier sederhana dimana teknik tersebut menguji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial pada variabel bebas terhadap variabel terikat.

<sup>23</sup> Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen (Bandung: Alfabeta, 2018). hlm 129.

## H. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang belum tentu sempurna. Adapun hipotesis yang sesungguhnya hanya sekedar jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Dimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Umi Masruroh yang berjudul “ Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2014)”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan sampelnya diambil secara purpose sampling, dan menggunakan metode pengumpulan data dengan penyebaran angket, Dimana dari metode tersebut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara nilai-nilai islam seperti keadilan, kesederajatan, dan kejujuran terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun bersama-sama. Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh Wina Purnamasari yang berjudul “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu” menunjukkan pada penelitian ini terdapat pengaruh penerapan prinsip syariah dan kepuasan loyalitas nasabah dengan nilai signifikan yaitu sebesar 0,04 dimana nilai tersebut dibawah 0,05 maka  $H_0$  diterima yang artinya terdapat pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu. Berdasarkan dari peneliti sebelumnya mengenai penerapan nilai-nilai islam terhadap loyalitas, maka hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

H0 : Prinsip syariah tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta.

H1 : prinsip syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa variable Prinsip Syariah (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah (Y) pada KSPPS BMT Bina Ikhsanul Fikri (BIF) Yogyakarta. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji parsial (t) yaitu dimana nilai signifikansinya yaitu  $0,000 > 0,05$ , maka dengan ini dapat dinyatakan signifikan dan terdapat pengaruh dari variabel Prinsip Syariah (X) terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y).

#### **2. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dipaparkan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran yang dapat saya sampaikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi instansi, Prinsip Syariah yang dilaksanakan oleh KSPPS BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta bertujuan untuk meningkatkan keloyalitan yang diberikan oleh anggota terhadap KSPPS BMT Bina Ikhsanul Fikri (BIF) Yogyakarta. Oleh karena itu, bagi setiap karyawan alangkah baiknya memperhatikan pelayanan dan memberikan segala informasi yang terkait mengenai bmt kepada para anggotanya, sehingga ketika kita memberikan pelayanan yang baik dan menjalankan sesuai

dengan prinsip yariah hal tersebut sangat berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah.

2. Bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti mengenai variable yang terkait, maka sebaiknya mengembangkan variable-variabel pada penelitiannya sesuai dengan isu-isu yang sedang terjadi. Sehingga, diharapkan terdapat pengembangan dan pembaruan terhadap penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- “Analisis Pelayanan Publik dan Relationship Marketing Terhadap Bank Pengkreditan Rakyat Muhadi Setia Budi (BPRS MSB) Brebes*
- Alvian Nukviki *“Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPRS Amanah Ummah Kas UIKA Bogor).* Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Anna Karina, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Skripsi, Makassar, Program Sarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021
- Besse Alfira Anugrah *“Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Cabang Makasar.* Skripsi Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Deni Darmawan *“Metode Penelitian Kuantitatif* (bandung. PR.Remaja Rosda Karya 2014)
- Ema Salma *“Nilai nilai Islam pada Bank berbasis Syariah Studi Kasus BNI Syariah Makassar.”* (Jurusan Manajemen dakwah : UIN Makassar :2016)
- Egi Zidia Pretty Diana, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Skripsi, Lampung Program Sarjana, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2022
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pengertian Loyalitas* Tahun 2014
- Griffin, dalam Hayyati *“Karakteristik Loyalitas Nasabah”* tahun 2013
- Hurriyati, *Pengertian Loyalitas Nasabah* tahun 2014
- Joko Riyadi dalam Hurriyati *“Faktor Loyalitas Nasabah”* Tahun 2004
- Jurnal Akualisasi Syariah dan Fiqih dalam menyelesaikan berbagai persoalan Hukum, Abdul Wahab Abd. Muhaimain, Juli Tahun 2015
- Jurnal Media Hukum Danang Wahyu Muhammad, *Penerapan Prinsip Syariah Dalam Permodalan Bank Syariah*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- M.UU. *Pengertian, Prinsip, dan Landasan Hukum Bank Syariah* Sesuai UU 1098, Binus University, tahun 2016
- Maimun, Dara Tzahira, *Jurnal Prinsip Dasar Perbankan Syariah* VO.1 NO.1 july-Desember tahun 2022



Mulawarman, Dedi, Aji “*Menyibak Akuntansi Syariah Rekonstruksi Teknologi, Akuntansi Syariah*”, dari wacana ke aksi, Yogyakarta Kreasi Wacana, 2006

Rika Andriyani, Ekonomi dan Bisnis Islam, Skripsi, Bandung, Program Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Sari Sonya Ika Nurika Skripsi “*Adapun Pengaruh Atribut dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah KCP Tulungagung* “. (Tulungagung : 2014”

Shalihani Hidayana, Ekonomi dan Bisnis Islam, Skripsi, Medan, Program Sarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021.

Sinambla, Sekaran, dan Bouge “*Metode Penelitian*” 2016

Slamet Bambang Riono, Dwi Harsini, Muhammad Syaifulloh, Suci Nur Utami

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif B&D*, Bandung, Alfabeta 2018

Usmana, *Pengertian dan Definisi Loyalitas* Tahun 2012

Utomo, Analisis Terhadap Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telfon Seluler

Undang-Undang Republik Indonesia No. 41 Tahun 2014 tentang Wakaf.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 41 Tahun 2014 tentang barang Wakaf, Pasal 16 ayat (3)

Wina Purnamasari “*Pengaruh Penerapan Syariah dan Kepuasan Terhadap Nasabah Pada Bank BNI Kota Bengkulu*”. Skripsi IAIN Bengkulu.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA