Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

QULUBANA
Jurnal Manajemen Dakwah

Analisis Pengaruh Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS

Denas Hasman Nugraha[1], Ahyar[2], Suprih Hidayat[3], Muhammad Edo Sukma Wardhana[4]
[1,2,3,4] STAI Terpadu Yogyakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted Jul 14, 2026
Accepted Jul 15, 2026
Published Agus 20, 2026

Keywords:

Islamic Cooperative, Arisan Ukhuwah, SiRela Savings, Customer Loyalty.

ABSTRACT

*The sustainability of Sharia-based Savings and Loan Cooperatives (KSPPS) is heavily influenced by the institution's ability to maintain member loyalty through products that offer benefits and convenience while adhering to Sharia principles. This study aims to analyze the impact of the Arisan Ukhuwah product and SiRela savings on member loyalty at KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta, examining both individual and simultaneous effects. A quantitative approach using a survey method was employed. The study population consisted of 827 Arisan Ukhuwah product members, with a sample of 70 respondents selected via purposive sampling. Data were collected using Likert-scale questionnaires and analyzed through multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results indicate that the *Arisan Ukhuwah* product has a positive and significant effect on member loyalty, with a calculated t-value of 5.660 and a significance level of 0.000. SiRela savings also demonstrated a positive and significant effect on member loyalty, with a calculated t-value of 7.096 and a significance level of 0.000. Simultaneously, both the Arisan Ukhuwah product and SiRela savings positively and significantly influenced member loyalty, yielding a calculated F-value of 136.791 and a significance level of 0.000. These findings highlight that product innovation, transaction convenience, product benefits, and adherence to Sharia principles are crucial factors in strengthening KSPPS member loyalty. Consequently, developing products aligned with member needs—supported by quality service and compliance with Sharia principles—can serve as a*

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

strategy to enhance the loyalty and sustainability of KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

1. INTRODUCTION

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang memiliki fungsi ganda, yaitu menjalankan kegiatan usaha (*tamwil*) sekaligus melaksanakan fungsi sosial melalui penghimpunan, pengelolaan, dan pendistribusian dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF).[1] Dalam perkembangannya, BMT dikenal dalam bentuk Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan kemudian berkembang menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS).[2] KSPPS menjalankan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana berdasarkan prinsip dan akad syariah, antara lain *wadi'ah*, *ijarah*, dan *mudharabah*. Keberadaan KSPPS memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya pada sektor usaha kecil dan menengah.[3]

Keberlangsungan KSPPS sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan anggota dan masyarakat.[4] Kemudahan dalam bertransaksi serta kelancaran proses penarikan simpanan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan tersebut.[5] Namun demikian,

[1] Ainul Yaqin, 'Fungsi Sosial Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Pasca UU No 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro', *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 3, no. 2 (2021): 146–63, https://doi.org/10.24090/mabsya.v3i2.5597.

[2] Dudi Badruzaman and Hasanudin, 'Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Pendapatan KSPPS BMT Itqan Cabang Subang', *Al-Intifa* 1, no. 1 (2025): 66–85, https://doi.org/10.69630/ji.v1i1.7.

[3] Didin Syaepudin, 'Implementasi Akad Pembiayaan Mudharabah Pada Koperasi Syariah KSPPS BMT AL FATH IKMI', *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi* 3, no. 1 (2024): 1–10, https://doi.org/10.33050/mentari.v3i1.522.

[4] Ningsih Hayuni and Yesi Elsandra, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS BMT) Koto Lua', *Journal of Business Economics and Management | E-ISSN : 3063-8968* 1, no. 3 (2025): 643–53.

[5] Satrio Novianto and Fauzatul Laily Nisa, 'Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah', *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal* 3, no. 3 (2024): 1177–89, https://doi.org/10.56672/tnrxep11.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

tidak seluruh KSPPS mampu mempertahankan kepercayaan anggota, terutama ketika koperasi menghadapi persoalan likuiditas yang berdampak pada kelancaran pencairan simpanan. Kondisi tersebut antara lain terlihat pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) yang mengalami tekanan likuiditas setelah terjadi penarikan tabungan secara besar-besaran oleh anggota, sehingga koperasi mengalami kesulitan menyediakan dana tunai dan berdampak pada kualitas pelayanan penarikan simpanan. Untuk mengatasi kondisi tersebut, pengurus melakukan upaya percepatan pengembalian simpanan anggota secara bertahap.[6] Kasus serupa juga terjadi pada KSPPS Madani Watulimo di Trenggalek, ketika ratusan anggota mempersoalkan dana tabungan yang tidak dapat ditarik sepenuhnya dan meminta bantuan DPRD untuk penyelesaian pencairan dana mereka.[7] Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan KSPPS dalam menjaga likuiditas dan memenuhi hak anggota untuk memperoleh pencairan simpanan secara tepat waktu merupakan faktor penting dalam mempertahankan kepercayaan anggota terhadap keberlangsungan lembaga.

Loyalitas anggota tidak hanya tercermin dari perilaku penggunaan produk secara berulang, tetapi juga dari sikap positif anggota terhadap lembaga dan kesediaan merekomendasikan produk kepada pihak lain. Loyalitas memiliki dimensi perilaku dan sikap, yang ditunjukkan melalui pembelian atau penggunaan kembali produk, kepuasan, serta keinginan untuk tetap menggunakan dan merekomendasikan produk dari lembaga yang sama.[8] Dengan demikian, loyalitas anggota menjadi salah satu indikator penting bagi keberlangsungan hubungan antara KSPPS dan anggotanya.

Dalam konteks lembaga keuangan syariah, loyalitas dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain kepercayaan, relationship marketing, dan kualitas layanan.[9] Kepercayaan menjadi dasar terbentuknya hubungan

---

[6] *Upaya BMT Bina Ummat Sejahtera Percepat Pengembalian Dana Anggota – Satgassus P2 BMT BUS*, n.d., accessed 20 August 2025, https://bmtbus.com/upaya-bmt-bina-ummat-sejahtera-percepat-pengembalian-dana-anggota-bentuk-satgas-khusus-hingga-siapkan-layanan-pengajuan-penarikan/.

[7] Adhar Muttaqin, 'Tabungan Tak Bisa Ditarik, Ratusan Anggota Koperasi di Trenggalek Demo', detikjatim, accessed 20 August 2025, https://www.detik.com/jatim/berita/d-7961752/tabungan-tak-bisa-ditarik-ratusan-anggota-koperasi-di-trenggalek-demo.

[8] Mashuri Mashuri, 'Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam', *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no. 1 (2020): 54–64, https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212.

[9] Nur Sebariani Ismi Ningsih and Akhmad Yusuf Khoiruddin, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia', *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 197–208, https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.9884.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

jangka panjang karena dapat mengurangi ketidakpastian anggota dalam menggunakan produk. Sementara itu, relationship marketing berkaitan dengan upaya lembaga memahami kebutuhan anggota melalui komunikasi dan pengelolaan hubungan yang saling menguntungkan.[10] Adapun kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan lembaga memenuhi kebutuhan dan harapan anggota serta memberikan pelayanan yang baik selama anggota menggunakan produk lembaga.[11]

Salah satu KSPPS yang menunjukkan perkembangan positif adalah KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta. Berdasarkan wawancara awal dengan Kepala Cabang KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta, masyarakat menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap produk Arisan Ukhuwah sejak pertama kali diluncurkan pada Januari 2018. Produk tersebut dirancang antara lain untuk merekrut anggota baru, meningkatkan simpanan SiRela, serta menumbuhkan loyalitas anggota terhadap KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

Arisan Ukhuwah merupakan produk simpanan dengan setoran sebesar Rp100.000 per bulan selama 24 bulan. Produk tersebut memberikan insentif pada saat pendaftaran dan memberikan kesempatan kepada anggota untuk mengikuti undian hadiah setelah periode simpanan berakhir. Berdasarkan naskah sumber, hadiah yang ditawarkan antara lain satu unit mobil, lima sepeda motor, lima sepeda gunung, lima televisi, lima lemari es, serta hadiah dari mitra. Mekanisme tersebut menjadi salah satu daya tarik produk dan diharapkan dapat meningkatkan motivasi masyarakat untuk mengikuti Arisan Ukhuwah serta mempertahankan hubungan dengan KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

Perkembangan jumlah anggota Arisan Ukhuwah menunjukkan adanya dinamika yang menarik untuk dikaji. Data KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta memperlihatkan adanya fluktuasi jumlah anggota, dengan kecenderungan peningkatan jumlah anggota pada tahun 2020 dan 2022–2023. Peningkatan jumlah anggota tersebut menjadi penting untuk dikaji karena pertumbuhan anggota tidak selalu identik dengan terbentuknya loyalitas. Loyalitas perlu dilihat dari sejauh mana anggota memiliki keterikatan dan kecenderungan untuk terus menggunakan produk lembaga. Dalam penelitian ini, Arisan Ukhuwah dan simpanan SiRela ditempatkan sebagai

[10] Muhammad Jailani, 'Optimalisasi Kepatuhan Syariah dan Kualitas Layanan untuk Meningkatkan Kepercayaan Serta Loyalitas Nasabah Bank Syariah', *TAKAFUL: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2025): 94–104.

[11] Aziz Muhammad and Sarah Mutmainah, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota dalam Memanfaatkan Produk Koperasi: Studi Kasus Pada Koperasi Bahrul Ulum Subang', *The World of Financial Administration Journal*, ahead of print, 30 June 2021, https://doi.org/10.37950/wfaj.v3i1.1070.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

variabel yang diduga memiliki hubungan dengan loyalitas anggota. Fokus tersebut berbeda dari sejumlah penelitian sebelumnya yang lebih banyak mengkaji kualitas produk, kualitas pelayanan, atau kepuasan nasabah sebagai faktor yang berkaitan dengan loyalitas.

Penelitian Bibah Nurhabibah, Imam Sucipto, dan Saepul Bahri mengenai pengaruh kualitas produk tabungan wadi'ah terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah Cabang Wisma Purwakarta menemukan adanya korelasi antara kualitas produk dan loyalitas nasabah, dengan koefisien determinasi sebesar 9,8%.[12] Sementara itu, penelitian Lia Efriyanti mengenai pelayanan dan kualitas produk yang menggunakan akad wadi'ah terhadap loyalitas nasabah BMT Pat Sepakat menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sedangkan kualitas produk wadi'ah secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Namun, kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.[13] Penelitian Rizal Zulkarnain, Her Taufik, dan Agus David Ramdansyah juga menunjukkan bahwa kualitas produk dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.[14]

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian mengenai loyalitas pada lembaga keuangan syariah telah banyak dilakukan, tetapi penelitian yang secara khusus menguji pengaruh produk Arisan Ukhuwah dan simpanan SiRela terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta masih relevan untuk dilakukan. Penelitian ini memiliki kekhususan pada objek, karakteristik produk, dan kombinasi variabel yang digunakan, yaitu Arisan Ukhuwah sebagai variabel independen pertama, simpanan SiRela sebagai variabel independen kedua, dan loyalitas anggota sebagai variabel dependen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk Arisan Ukhuwah dan simpanan SiRela terhadap loyalitas anggota KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian mengenai perilaku anggota dan loyalitas pada

---

[12] Bibah Nurhabibah, et al., 'Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Wadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Di BTPN Syariah Cabang Wisma Purwakarta', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEBSIS)* (Bandung) 3, no. 2 (2020).

[13] Lia Efriyanti et al., 'Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk yang Menggunakan Akad Wadi'ah terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pat Sepakat' (undergraduate, Institut Agama Islam Negeri Curup, 2019), https://e-theses.iaincurup.ac.id/922/.

[14] Rizal Zulkarnain et al., 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 01 (2020): 87–110, https://doi.org/10.47080/10.47080/vol1no02/jumanis.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

lembaga keuangan mikro syariah, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi KSPPS dalam mengembangkan produk simpanan dan strategi mempertahankan loyalitas anggota.

Produk

Produk merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan pemasaran karena menjadi sarana organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk tidak hanya berupa barang yang berwujud, tetapi juga dapat berupa jasa, pengalaman, informasi, maupun konsep yang ditawarkan kepada pasar. Kotler dan Keller mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan,[15] sedangkan Tjiptono memandang produk sebagai interpretasi subjektif produsen terhadap suatu penawaran yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.[16]

Dalam konteks koperasi syariah, produk merupakan bentuk layanan atau fasilitas yang ditawarkan kepada anggota untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Produk yang memiliki manfaat, kemudahan, kualitas layanan, dan kesesuaian dengan kebutuhan anggota dapat menjadi instrumen penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara koperasi dengan anggotanya.[17]

Penelitian ini menggunakan teori produk untuk menjelaskan keberadaan Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela sebagai produk KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta. Kedua produk tersebut memiliki karakteristik dan manfaat yang ditawarkan kepada anggota sehingga dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong anggota untuk tetap menggunakan layanan koperasi.

Arisan Ukhuwah merupakan kegiatan pengumpulan dana secara berkala oleh sejumlah peserta yang kemudian diberikan kepada peserta berdasarkan mekanisme yang telah disepakati. Dalam perspektif muamalah, praktik arisan pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang dilarang dalam syariah, seperti riba, maisir, maupun unsur haram lainnya. Arisan juga dapat berfungsi sebagai sarana menabung sekaligus membantu anggota memperoleh dana dengan mekanisme yang relatif mudah.

Sementara itu, Simpanan SiRela merupakan produk simpanan sukarela yang dapat digunakan oleh anggota sesuai dengan ketentuan koperasi. Dalam sumber penelitian, SiRela menggunakan akad wadi'ah yad

---

[15] Kotler, P & Keller, K. L., *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1 (Erlangga, 2016).

[16] Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi ke 4 (Andi Offset, 2015).

[17] Supian Sauri, 'Analisis pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur' (masters, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016), http://etheses.uin-malang.ac.id/10280/.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

dhamanah dan memberikan sejumlah kemudahan kepada anggota, antara lain keamanan dan transparansi transaksi, tidak adanya biaya administrasi bulanan, serta manfaat yang diperoleh anggota sesuai ketentuan koperasi.

Berdasarkan teori produk tersebut, Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela dapat dipandang sebagai bentuk produk koperasi yang memberikan nilai dan manfaat kepada anggota. Semakin mampu produk memenuhi kebutuhan dan memberikan manfaat kepada anggota, semakin besar kemungkinan anggota mempertahankan penggunaan produk tersebut.

Koperasi Syariah dan Muamalah

Koperasi merupakan badan usaha yang keberlangsungannya sangat bergantung pada partisipasi anggota. Anggota memiliki kedudukan penting karena tidak hanya sebagai pengguna jasa, tetapi juga sebagai pemilik koperasi. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 menegaskan bahwa anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. Dengan demikian, perkembangan koperasi sangat berkaitan dengan partisipasi anggotanya.[18]

Dalam konteks koperasi syariah, kegiatan usaha koperasi harus memperhatikan prinsip-prinsip muamalah. Aktivitas ekonomi pada dasarnya diperbolehkan selama tidak terdapat dalil yang melarangnya dan pelaksanaannya tidak mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah. Dalam praktik Arisan Ukhuwah, misalnya, kegiatan tersebut dapat diterima selama tidak mengandung riba, maisir, maupun unsur haram lainnya.

Prinsip syariah menjadi pembeda penting antara koperasi syariah dengan koperasi konvensional. Produk yang ditawarkan tidak hanya dinilai berdasarkan manfaat ekonomi, tetapi juga berdasarkan kesesuaian akad dan mekanisme transaksi dengan ketentuan syariah. Oleh karena itu, aspek kepatuhan terhadap syariah menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan anggota terhadap produk koperasi.[19]

Dalam penelitian ini, teori koperasi syariah/muamalah digunakan untuk menjelaskan bahwa Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela merupakan produk yang harus memberikan manfaat ekonomi sekaligus dilaksanakan berdasarkan prinsip syariah. Untuk Arisan Ukhuwah, aspek syariah yang digunakan dalam penelitian meliputi tidak mengandung riba, menghindari unsur permainan atau perjudian (maisir), dan pelaksanaan sesuai dengan syariah.

---

[18] 'UU No. 25 Tahun 1992', Database Peraturan | JDIH BPK, accessed 15 August 2025, http://peraturan.bpk.go.id/Details/46650/uu-no-25-tahun-
.

[19] Wardah Jafar et al., 'Analisis Hukum Islam Terhadap Dinamika Produk Dan Akad Jasa Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)', *Jurnal Tana Mana* 6, no. 3 (2025): 291–301, https://doi.org/10.33648/jtm.v6i3.1428.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

Dengan demikian, penerapan prinsip syariah dalam produk koperasi dapat menjadi dasar terbentuknya kepercayaan dan hubungan yang berkelanjutan antara koperasi dan anggota. Dalam konteks penelitian ini, kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi karakteristik penting yang melekat pada produk yang diteliti.

Loyalitas

Loyalitas merupakan salah satu indikator penting keberhasilan organisasi dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan atau anggota. Griffin menjelaskan bahwa loyalitas lebih berkaitan dengan perilaku daripada sekadar sikap. Pelanggan atau anggota yang loyal akan menunjukkan perilaku penggunaan produk secara berulang serta kecenderungan untuk mempertahankan hubungan dengan organisasi.[20]

Dalam konteks koperasi syariah, loyalitas anggota dapat dipahami sebagai komitmen atau kecenderungan anggota untuk tetap menggunakan produk dan jasa koperasi, memanfaatkan produk lainnya, merekomendasikan koperasi kepada pihak lain, serta tidak mudah beralih kepada lembaga pesaing.[21]

Menurut Griffin, loyalitas dapat dilihat melalui empat indikator utama, yaitu melakukan penggunaan atau pembelian ulang secara teratur, menggunakan berbagai lini produk atau jasa, merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, serta menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik produk pesaing.

Indikator tersebut relevan digunakan dalam penelitian mengenai loyalitas anggota KSPPS karena hubungan anggota dengan koperasi tidak berhenti pada penggunaan satu produk. Anggota yang loyal diharapkan memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan produk koperasi, menggunakan produk lainnya, memberikan rekomendasi kepada pihak lain, serta tidak mudah berpindah kepada lembaga keuangan lain.

Dalam penelitian ini, loyalitas anggota dioperasionalkan melalui beberapa indikator, yaitu pembelian atau penggunaan ulang, rekomendasi, peningkatan penggunaan produk, dan resistensi terhadap pesaing.

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela terhadap loyalitas anggota KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

[20] Dr Sri Rahayu M.M S. E., *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian* (Penerbit Adab, 2021).

[21] Khairil Umuri et al., 'Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Anggota Koperasi Syariah Di Indonesia', *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah* 4, no. 1 (2023): 66–86, https://doi.org/10.54396/qlb.v4i1.981.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik sehingga dapat menguji hipotesis penelitian secara empiris.

Penelitian dilaksanakan di KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Tri Tunggal Kav. No. 3 Sorosutan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta dan Kantor Cabang Jalan Damai No. 55 Mudal, Sariharjo, Ngaglik, Sleman.

Populasi penelitian adalah seluruh anggota Produk Arisan Ukhuwah KSPPS Bina Martabat Insani yang berjumlah 827 anggota. Sampel penelitian sebanyak 70 responden ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu agar responden benar-benar mewakili tujuan penelitian. Adapun kriteria responden meliputi:

1. telah mengikuti Produk Arisan Ukhuwah minimal dua periode;
2. memiliki rekening Simpanan SiRela yang masih aktif;
3. bukan merupakan karyawan Yayasan Bina Anak Sholeh Yogyakarta; dan
4. bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen kelembagaan, laporan internal KSPPS, buku, artikel ilmiah, dan berbagai referensi yang relevan dengan topik penelitian.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima tingkat, mulai dari skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga skor 5 (Sangat Setuju). Variabel Produk Arisan Ukhuwah (X_1) diukur melalui indikator kepatuhan terhadap prinsip syariah, bebas riba, dan bebas unsur maisir. Variabel Simpanan SiRela (X_2) diukur berdasarkan indikator fasilitas produk, kemudahan transaksi, lokasi pelayanan, pertimbangan menjadi anggota, dan keputusan menggunakan produk. Sementara itu, variabel Loyalitas Anggota (Y) diukur melalui indikator pembelian ulang, rekomendasi kepada pihak lain, peningkatan penggunaan produk, serta ketahanan terhadap penawaran lembaga pesaing.

Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan ketentuan bahwa setiap butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai alpha lebih besar daripada batas minimal yang dipersyaratkan.

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas, kemudian dilanjutkan

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan antara Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela terhadap loyalitas anggota. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel secara bersama-sama, serta koefisien determinasi (Adjusted R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y=\alpha+\beta_1X_1+\beta_2X_2+e$$

dengan keterangan:

Y = Loyalitas Anggota
α = Konstanta
β_1 = Koefisien regresi Produk Arisan Ukhuwah
β_2 = Koefisien regresi Simpanan SiRela
X_1 = Produk Arisan Ukhuwah
X_2 = Simpanan SiRela
e = error

Pengujian hipotesis menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% (α = 0,05). Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai t hitung lebih besar daripada t tabel untuk pengujian parsial, sedangkan pada pengujian simultan hipotesis diterima apabila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel.

3. RESULTS AND DISCUSSIONS

HASIL

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 70 responden yang merupakan anggota KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta. Seluruh responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria telah mengikuti Produk Arisan Ukhuwah minimal dua periode, memiliki rekening Simpanan SiRela yang aktif, serta bukan merupakan karyawan Yayasan Bina Anak Sholeh Yogyakarta. Kriteria tersebut ditetapkan agar responden memiliki pengalaman yang memadai dalam menggunakan kedua produk sehingga mampu memberikan penilaian yang objektif terhadap loyalitas mereka sebagai anggota.

Karakteristik responden menunjukkan bahwa seluruh responden telah menggunakan lebih dari satu produk KSPPS, yaitu Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela. Hal ini memberikan dasar yang kuat untuk mengukur

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

hubungan antara persepsi terhadap kedua produk dengan tingkat loyalitas anggota.

Uji Kualitas Instrumen

Sebelum dilakukan analisis regresi, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas.

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Produk Arisan Ukhuwah (X_1), Simpanan SiRela (X_2), dan Loyalitas Anggota (Y) memiliki nilai korelasi (r hitung) yang lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian.

Tabel 1. Ringkasan Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Hasil
Produk Arisan Ukhuwah	6	Valid
Simpanan SiRela	9	Valid
Loyalitas Anggota	5	Valid

Sumber: Data primer diolah

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai alpha di atas batas minimum yang dipersyaratkan, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat konsistensi yang baik.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, data terlebih dahulu diuji untuk memenuhi asumsi klasik. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu syarat analisis regresi. Pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance berada di atas 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) berada di bawah 10. Hasil tersebut mengindikasikan tidak terdapat hubungan yang kuat antarvariabel independen sehingga model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa sebaran residual tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis. Pengujian linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara Produk Arisan Ukhuwah dengan Loyalitas Anggota maupun hubungan Simpanan SiRela dengan Loyalitas Anggota bersifat linear. Oleh karena itu, analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh Produk Arisan Ukhuwah (X_1) dan Simpanan SiRela (X_2) terhadap

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

Loyalitas Anggota (Y). Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki arah hubungan positif terhadap loyalitas anggota. Artinya, semakin baik persepsi anggota terhadap Produk Arisan Ukhuwah maupun Simpanan SiRela, maka semakin tinggi pula loyalitas anggota terhadap KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

Pengujian Hipotesis

Pengaruh Produk Arisan Ukhuwah terhadap Loyalitas Anggota

Hasil uji parsial (t-test) menunjukkan bahwa Produk Arisan Ukhuwah memiliki nilai t hitung sebesar 5,660, lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,9944, dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05). Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa Produk Arisan Ukhuwah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

Tabel 2. Hasil Uji t Variabel Produk Arisan Ukhuwah

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keputusan
Produk Arisan Ukhuwah	5,660	1,9944	0,000	H_1 diterima

Pengaruh Simpanan SiRela terhadap Loyalitas Anggota

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Simpanan SiRela memperoleh nilai t hitung sebesar 7,096, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,9944, dengan nilai signifikansi 0,000. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa Simpanan SiRela memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

Tabel 3. Hasil Uji t Variabel Simpanan SiRela

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keputusan
Simpanan SiRela	7,096	1,9944	0,000	H_2 diterima

Pengaruh Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela terhadap Loyalitas Anggota

Pengujian simultan dilakukan menggunakan uji F. Hasil analisis menunjukkan nilai F hitung sebesar 136,791, lebih besar daripada F tabel sebesar 3,13, dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima, yang berarti Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

Tabel 4. Hasil Uji F

F hitung	F tabel	Sig.	Keputusan
136,791	3,13	0,000	H_3 diterima

Koefisien Determinasi

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela mampu menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas anggota, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan anggota, kepuasan anggota, citra lembaga, maupun kualitas hubungan (relationship marketing).

Temuan ini memperlihatkan bahwa inovasi produk penghimpunan dana merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan loyalitas anggota koperasi syariah. Namun demikian, loyalitas anggota tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang perlu menjadi perhatian manajemen KSPPS.

PEMBAHASAN

Pengaruh Produk Arisan Ukhuwah terhadap Loyalitas Anggota

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk Arisan Ukhuwah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta. Hasil uji parsial memperoleh nilai t hitung sebesar 5,660 dengan tingkat signifikansi 0,000, sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi anggota terhadap Produk Arisan Ukhuwah, semakin tinggi pula loyalitas mereka terhadap KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa Produk Arisan Ukhuwah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen penghimpunan dana, tetapi juga menjadi strategi pemasaran yang mampu membangun hubungan jangka panjang antara koperasi dan anggota. Karakteristik produk yang menawarkan hadiah langsung pada awal keikutsertaan, kesempatan memperoleh hadiah melalui undian pada akhir periode, serta mekanisme simpanan yang mudah dipahami memberikan nilai tambah (customer value) bagi anggota. Nilai tambah tersebut mendorong anggota untuk terus menggunakan produk dan mempertahankan hubungan dengan koperasi.

Dalam perspektif pemasaran jasa, kondisi tersebut sejalan dengan teori Griffin yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan tercermin melalui pembelian ulang secara konsisten, penggunaan berbagai produk perusahaan, kesediaan merekomendasikan kepada orang lain, serta ketahanan terhadap penawaran pesaing. Ketika anggota merasakan manfaat ekonomi maupun psikologis dari suatu produk, mereka cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dengan lembaga penyedia jasa.

Dari perspektif Relationship Marketing yang dikembangkan oleh Morgan dan Hunt (1994), loyalitas tidak dibangun semata-mata melalui transaksi, tetapi melalui kepercayaan (trust) dan komitmen (commitment) yang terbentuk selama hubungan berlangsung. Produk Arisan Ukhuwah menjadi media yang memperkuat interaksi antara koperasi dan anggota melalui pertemuan berkala, komunikasi intensif, serta pemberian penghargaan kepada anggota. Hubungan yang semakin erat tersebut pada

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

akhirnya meningkatkan komitmen anggota untuk tetap menjadi bagian dari KSPPS.

Temuan penelitian ini juga mendukung teori Kotler dan Keller (2016) yang menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu strategi penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Produk yang memiliki karakteristik unik dan memberikan manfaat lebih besar dibandingkan produk pesaing akan meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan. Dalam konteks KSPPS Bina Martabat Insani, Arisan Ukhuwah merupakan bentuk inovasi produk yang tidak hanya menawarkan fungsi simpanan, tetapi juga mengintegrasikan unsur penghargaan (reward) dan kebersamaan (ukhuwah), sehingga memiliki daya tarik yang tinggi bagi masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bibah Nurhabibah, Imam Sucipto, dan Saepul Bahri (2020) yang menemukan bahwa kualitas produk tabungan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan lembaga keuangan syariah, semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat temuan Rizal Zulkarnain, Her Taufik, dan Agus David Ramdansyah (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Bank Muamalat.

Namun demikian, penelitian ini memiliki kontribusi yang berbeda dibandingkan penelitian terdahulu. Penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji kualitas produk tabungan secara umum, sedangkan penelitian ini menyoroti Produk Arisan Ukhuwah sebagai inovasi penghimpunan dana berbasis prinsip syariah yang dikombinasikan dengan sistem penghargaan bagi anggota. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian mengenai strategi pemasaran produk pada lembaga keuangan mikro syariah.

Pengaruh Simpanan SiRela terhadap Loyalitas Anggota

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Simpanan SiRela berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Nilai t hitung sebesar 7,096 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa semakin baik kualitas Simpanan SiRela, semakin tinggi loyalitas anggota terhadap KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

Simpanan SiRela merupakan produk simpanan dengan akad wadi'ah yad dhamanah yang memberikan kemudahan bagi anggota dalam melakukan transaksi, tanpa biaya administrasi bulanan, serta memungkinkan penarikan dana kapan saja sesuai kebutuhan. Kemudahan tersebut memberikan rasa aman dan kenyamanan sehingga meningkatkan kepercayaan anggota terhadap lembaga.

Menurut teori kualitas jasa SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dipengaruhi oleh aspek keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Produk Simpanan SiRela menunjukkan beberapa karakteristik

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

yang memenuhi dimensi tersebut, khususnya dalam aspek kemudahan transaksi, keamanan dana, dan kepastian pelayanan. Oleh karena itu, anggota yang memperoleh pengalaman positif cenderung mempertahankan hubungan dengan koperasi.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori Customer Satisfaction–Loyalty yang menyatakan bahwa kepuasan terhadap produk menjadi salah satu determinan utama loyalitas pelanggan. Produk yang mampu memenuhi kebutuhan anggota secara konsisten akan meningkatkan kepercayaan dan mendorong penggunaan produk secara berkelanjutan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Lia Efriyanti (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah lembaga keuangan syariah. Hasil penelitian ini juga memperkuat berbagai penelitian mengenai pentingnya kualitas produk simpanan sebagai faktor pembentuk loyalitas anggota koperasi syariah.

Pengaruh Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela terhadap Loyalitas Anggota

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Nilai F hitung sebesar 136,791 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa kedua variabel secara simultan mampu menjelaskan variasi loyalitas anggota.

Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas anggota tidak hanya dibentuk oleh satu produk tertentu, tetapi merupakan hasil dari kombinasi berbagai pengalaman positif yang diterima anggota selama berinteraksi dengan koperasi. Produk Arisan Ukhuwah memberikan nilai emosional melalui konsep kebersamaan dan penghargaan, sedangkan Simpanan SiRela memberikan manfaat fungsional berupa kemudahan transaksi dan keamanan dana. Sinergi antara manfaat emosional dan manfaat fungsional tersebut memperkuat keterikatan anggota terhadap lembaga.

Dalam perspektif Resource-Based View (RBV), inovasi produk merupakan sumber daya strategis yang sulit ditiru oleh pesaing apabila didukung oleh budaya organisasi dan kemampuan manajerial yang baik. KSPPS Bina Martabat Insani berhasil memanfaatkan inovasi produk sebagai keunggulan kompetitif untuk meningkatkan loyalitas anggota. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah peserta Produk Arisan Ukhuwah dari tahun ke tahun, yang menunjukkan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

Hasil penelitian ini juga memperkuat konsep Islamic Marketing yang menekankan bahwa keberhasilan lembaga keuangan syariah tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh penerapan nilai-nilai syariah seperti kejujuran (ṣidq), amanah, keadilan, dan transparansi. Produk yang sesuai dengan prinsip syariah mampu membangun kepercayaan anggota, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas terhadap lembaga.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

4. CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela terhadap loyalitas anggota KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh beberapa temuan penting.

Pertama, Produk Arisan Ukhuwah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang memadukan sistem simpanan dengan program penghargaan (reward) mampu meningkatkan minat anggota untuk tetap menggunakan layanan KSPPS. Selain memberikan manfaat finansial, Produk Arisan Ukhuwah juga membangun ikatan emosional antara anggota dan koperasi melalui konsep kebersamaan (ukhuwah), sehingga memperkuat hubungan jangka panjang antara kedua belah pihak.

Kedua, Simpanan SiRela berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Kemudahan transaksi, keamanan dana, fleksibilitas penarikan simpanan, serta penerapan akad wadi'ah yad dhamanah yang sesuai dengan prinsip syariah menjadi faktor yang meningkatkan kepercayaan anggota terhadap KSPPS. Kepercayaan tersebut mendorong anggota untuk terus memanfaatkan produk yang tersedia serta mempertahankan hubungan dengan lembaga.

Ketiga, Produk Arisan Ukhuwah dan Simpanan SiRela secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas anggota tidak hanya dibentuk oleh satu produk, tetapi merupakan hasil dari kombinasi kualitas produk, manfaat ekonomi, kemudahan layanan, dan penerapan nilai-nilai syariah dalam operasional koperasi. Dengan demikian, inovasi produk yang didukung pelayanan berkualitas menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan KSPPS Bina Martabat Insani Yogyakarta.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan produk keuangan syariah yang berorientasi pada kebutuhan anggota, dipadukan dengan pelayanan yang profesional dan sesuai prinsip syariah, merupakan strategi efektif untuk meningkatkan loyalitas anggota pada lembaga keuangan mikro syariah.

5. BIBLIOGRAPHY

Badruzaman, Dudi, and Hasanudin. 'Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Pendapatan KSPPS BMT Itqan Cabang Subang'. *Al-Intifa* 1, no. 1 (2025): 66–85. https://doi.org/10.69630/ji.v1i1.7.

Bibah Nurhabibah, Imam Sucipto, and Saepul Bahri. 'Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Wadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Di BTPN Syariah Cabang Wisma Purwakarta'. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEBSIS)* (Bandung) 3, no. 2 (2020).

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

Database Peraturan | JDIH BPK. 'UU No. 25 Tahun 1992'. Accessed 15 August 2025. http://peraturan.bpk.go.id/Details/46650/uu-no-25-tahun-.

Efriyanti, Lia, Elkhairati Elkhairati, and Fitmawati Fitmawati. 'Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk yang Menggunakan Akad Wadi'ah terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pat Sepakat'. Undergraduate, Institut Agama Islam Negeri Curup, 2019. https://e-theses.iaincurup.ac.id/922/.

Hayuni, Ningsih, and Yesi Elsandra. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS BMT) Koto Lua'. *Journal of Business Economics and Management | E-ISSN : 3063-8968* 1, no. 3 (2025): 643–53.

Jafar, Wardah, Hamzah Khaeriyah, and Rahmawati Muin. 'Analisis Hukum Islam Terhadap Dinamika Produk Dan Akad Jasa Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)'. *Jurnal Tana Mana* 6, no. 3 (2025): 291–301. https://doi.org/10.33648/jtm.v6i3.1428.

Jailani, Muhammad. 'Optimalisasi Kepatuhan Syariah Dan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Kepercayaan Serta Loyalitas Nasabah Bank Syariah'. *TAKAFUL: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2025): 94–104.

Kotler, P & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Erlangga, 2016.

Mashuri, Mashuri. 'Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam'. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no. 1 (2020): 54–64. https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212.

M.M, Dr Sri Rahayu, S. E. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian*. Penerbit Adab, 2021.

Muhammad, Aziz, and Sarah Mutmainah. 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Dalam Memanfaatkan Produk Koperasi: Studi Kasus Pada Koperasi Bahrul Ulum Subang'. *The World of Financial Administration Journal*, ahead of print, 30 June 2021. https://doi.org/10.37950/wfaj.v3i1.1070.

Muttaqin, Adhar. 'Tabungan Tak Bisa Ditarik, Ratusan Anggota Koperasi di Trenggalek Demo'. detikjatim. Accessed 20 August 2025. https://www.detik.com/jatim/berita/d-7961752/tabungan-tak-bisa-ditarik-ratusan-anggota-koperasi-di-trenggalek-demo.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

Ningsih, Nur Sebariani Ismi, and Akhmad Yusuf Khoiruddin. 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia'. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 197–208. https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.9884.

Novianto, Satrio, and Fauzatul Laily Nisa. 'Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah'. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal* 3, no. 3 (2024): 1177–89. https://doi.org/10.56672/tnrxep11.

Sauri, Supian. 'Analisis pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur'. Masters, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016. http://etheses.uin-malang.ac.id/10280/.

Syaepudin, Didin. 'Implementasi Akad Pembiayaan Mudharabah Pada Koperasi Syariah KSPPS BMT AL FATH IKMI'. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi* 3, no. 1 (2024): 1–10. https://doi.org/10.33050/mentari.v3i1.522.

Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 4. Andi Offset, 2015.

Umuri, Khairil, Ridwan Nurdin, and Muhammad Haris Riyaldi. 'Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Anggota Koperasi Syariah Di Indonesia'. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah* 4, no. 1 (2023): 66–86. https://doi.org/10.54396/qlb.v4i1.981.

Upaya BMT Bina Ummat Sejahtera Percepat Pengembalian Dana Anggota – Satgassus P2 BMT BUS. n.d. Accessed 20 August 2025. https://bmtbus.com/upaya-bmt-bina-ummat-sejahtera-percepat-pengembalian-dana-anggota-bentuk-satgas-khusus-hingga-siapkan-layanan-pengajuan-penarikan/.

Yaqin, Ainul. 'Fungsi Sosial Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Pasca UU No 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro'. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 3, no. 2 (2021): 146–63. https://doi.org/10.24090/mabsya.v3i2.5597.

Zulkarnain, Rizal, H. E. R. Taufik, and Agus David Ramdansyah. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)'. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 01 (2020): 87–110. https://doi.org/10.47080/10.47080/vol1no02/jumanis.

Volume 7 No. 1 Mei 2026
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v7i1.2737

QULUBANA
Jurnal Manajemen Dakwah