

**PENGARUH ASPEK LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KC
PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

**AZIZ SETIAWAN
NIM. 1817202008**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aziz Setiawan

NIM : 1817202008

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program : Perbankan Syariah

Judul skripsi : **Pengaruh Aspek Lokasi dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 20 September 2022

Saya yang menyatakan,



Aziz Setiawan
NIM. 1817202008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH ASPEK LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KC
PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Aziz Setiawan NIM 1817202008** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **3 Oktober 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP
NIDN. 2010038303

Pembimbing/Penguji

Dr. H. Chandra Warsito, M.Si.
NIP. 197903232011011007

Purwokerto, 10 Oktober 2022
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto,
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Aziz Setiawan NIM 1817202008 yang berjudul:

**Pengaruh Aspek Lokasi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC
Purwokerto**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam ilmu perbankan syariah

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 20 September 2020
Pembimbing,



Dr. H. Chandra Warsito, M.Si.
NIP. 197903232011011007





”Ubahlah hidupmu dari hari ini, jangan pernah bertaruh pada masa depan, kamu harus bertindak sekarang tanpa menunda-nunda yang harus dikerjakan.”

**PENGARUH ASPEK LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KC
PURWOKERTO**

AZIZ SETIAWAN
1817202008

E-mail: azizsetiawan0299@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia sangat pesat dan semakin bersaing dalam memberikan pelayanan jasa keuangan salah satunya KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Harus mampu menghadapi perkembangan industri keuangan, dengan meningkatkan dan mengembangkan faktor apa saja yang dapat menciptakan pelanggan yang loyal mampu membuat peluang yang besar bagi bank untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aspek lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner (angket) dengan menggunakan skala pengukuran yaitu likert. Dengan menggunakan sampel sebanyak 95 responden dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin yaitu nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji F dengan alat bantu aplikasi SPSS 26 for windows.

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Sedangkan variabel lokasi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas pelayanan dan Loyalitas nasabah

THE EFFECT OF ASPECTS OF LOCATION AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY KSPPS HANADA QUWAI SEMBADA KC PURWOKERTO

AZIZ SETIAWAN
1817202008

E-mail: azizsetiawan0299@gmail.com

Department of Sharia Banking Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic University of Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Islamic financial institutions' development in Indonesia is rapidly expanding and highly competitive in providing financial services, one of which is KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Must be to face the development of the financial industry, by improving and developing any factors that can create loyal customers can create great opportunities for banks to expand marketing networks and maintain company viability. This research intended to determine the effect of location and service quality on customer loyalty KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

This research was a field study utilizing a quantitative approach. This study applied primary data, which was collected by questionnaire employing a measuring scale, the Likert scale. This study's sample comprised 95 respondents from the result of calculations using the slovin formula from customer KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. The data was analyzed using analytical techniques, including validity, reliability, classical assumption, multiple linier regression, t-test and F test with SPSS 26 for windows application instrument.

The partial test findings indicated that service quality (X2) variables statistically significantly affected customer loyalty KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Similarly, the location variable (X1) did not significantly affect the customer loyalty KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. In addition, the simultaneous test findings indicated that location and service quality affected customer loyalty KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Keyword: location, service quality and customer loyalty

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	J	je
ح	ħ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em

ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

2. Konsonan rangkap karena Syaddah ditulis lengkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbūtah

a. Bila dimatikan, ditulis h:

الآية	Ditulis <i>al-ibahah</i>
معاملة	Ditulis <i>mu'amalah</i>

b. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis <i>ni'matullāh</i>
-----------	----------------------------

c. Bila *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

المصلحة	Ditulis <i>Al-Maslahah</i>
---------	----------------------------

4. Vokal pendek

َ	fathah	ditulis	a
ِ	kasrah	ditulis	i
ُ	dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

ا	fathah +alif	Ditulis	a
---	--------------	---------	---

	تجاره	Ditulis	tjarah
2	fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تنس	Ditulis	tansa
3	kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	karîm
4	dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furûd

6. Vokal rangkap

1	fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2	fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan I (el)-nya

السماء	Ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	zawi al-furûd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat sahabatnya dan kepada pengikutnya. Semoga kita senantiasa mengamalkan semua ajarannya dan kelak semoga mendapat syafaatnya di hari akhir. Aamiin.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Loyalitas Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto”, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya petunjuk, arahan, bimbingan serta bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, SE., M.Si Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. Selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas Perbankan Syariah A Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
10. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Untuk kedua orang tua saya yang saya banggakan, Bapak Jawahir, Ibu Dariswah, Mas Saefi, Mas Kukuh selaku orang tua dan kakak yang telah mendukung pendidikan saya baik secara moril maupun materil serta mendampingi, membimbing serta mensupport kelancaran penyusunan skripsi.
13. Kepada Milla Syarof terimakasih yang selalu mendukung dan selalu memotivasi saya dalam menempuh skripsi.
14. Segenap teman-teman seperjuangan perkuliahan kelas PSY-A tahun 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan semangatnya.
15. Kepada sahabatku Abi, Awanda, Kiki, Tiwi, dan Hanum, orang-orang baik yang berjuang dan selalu mensupport dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Terimakasih banyak kepada Abdillah Fikri Romadhon selaku teman seperjuangan ketika kuliah sampai selesainya pengerjaan skripsi ini, yang selalu memberikan support dan bantuan yang saya butuhkan selama pengerjaan skripsi ini.
17. Terimakasih kepada para karyawan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto, yang sudah membantu ketika saya melaksanakan penelitian sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

18. Semua pihak yang terlibat langsung ataupun tidak langsung yang telah membantu dan mendukung penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Untuk semua pihak yang berpartisipasi dalam pendidikan penulis semoga menjadikan itu sebagai amal sholeh dan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Aamiin.

Akhirnya, marilah kita senantiasa berikhtiar dan memohon kepada Allah SWT agar membuka pintu rahmat bagi kita, sehingga kita selalu berada di jalan yang diridhoi-nya. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya, Aamiin

Purwokerto, 20 September 2022



Aziz Setiawan
NIM. 1817202008

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	9
D. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kerangka Teori.....	12
B. Landasan Teologis	23
C. Kajian Pustaka.....	25
D. Kerangka Pemikiran.....	30
E. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33

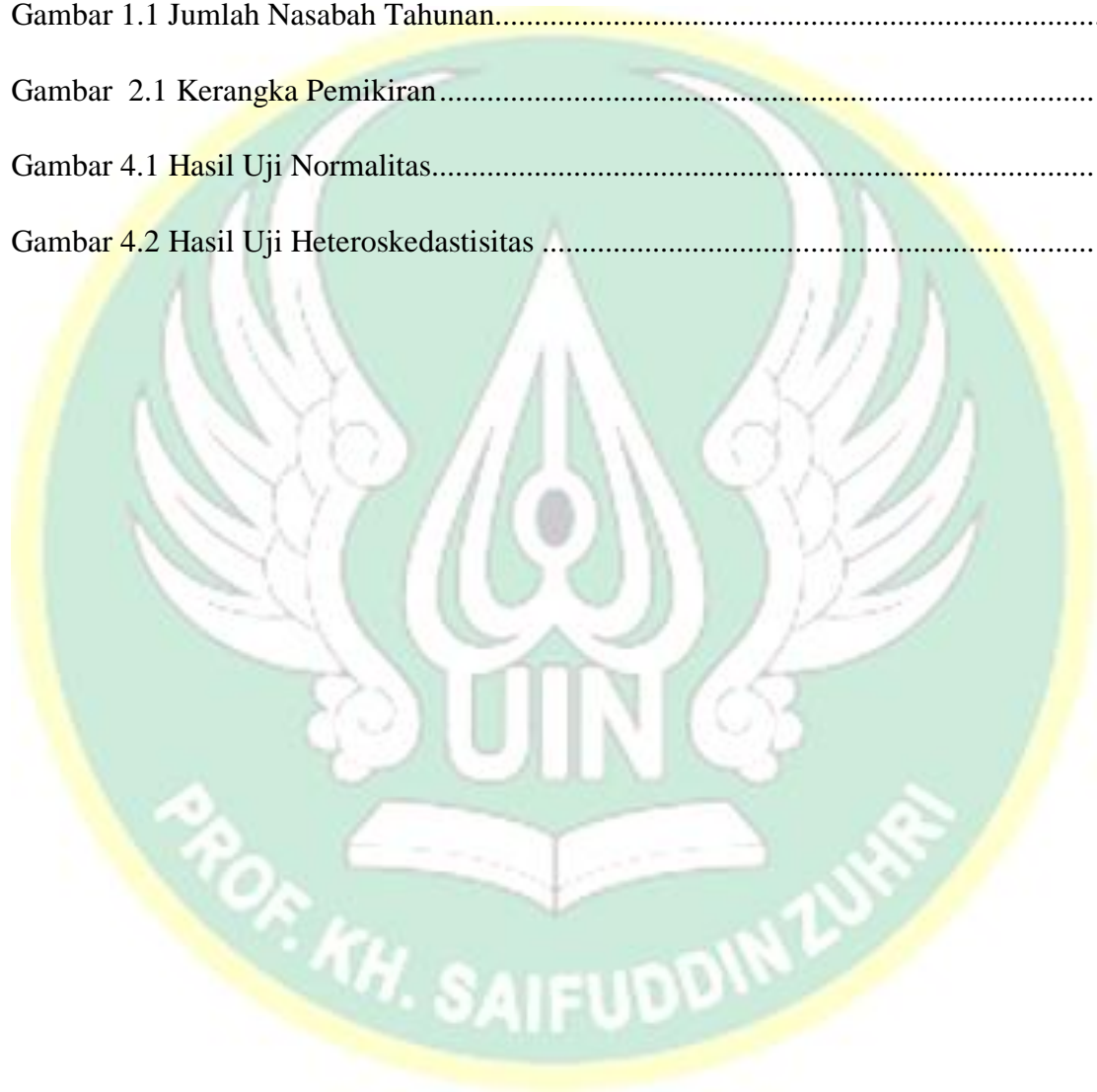
B. Tempat dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel Penelitian	33
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	35
E. Sumber Data Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Analisis Data Penelitian	39
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	43
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	43
B. Karakteristik Responden	55
C. Uji Instrumen	58
D. Hasil Analisis Data.....	60
E. Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Jumlah Penambahan Nasabah Setiap Tahun.....	34
Tabel 3.2 Variabel Dan Indikatornya.....	36
Tabel 4.1 Persyaratan Pembukaan Tabungan	49
Tabel 4.2 Persyaratan Pengajuan Pembiayaan.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Parsial)	65
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan).....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji- R^2).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Nasabah Tahunan.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Kuesioner	85
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	93
A. Uji Validitas	93
B. Uji Reliabilitas	95
C. Uji Asumsi Klasik.....	96
D. Analisis Regresi Linier Berganda	98
E. Uji Hipotesis.....	98
Lampiran 4 Dokumentasi.....	99
Lampiran 5 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi	100
Lampiran 6 Surat Pernyataan Ketersediaan Menjadi Pembimbing Skripsi	101
Lampiran 7 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	102
Lampiran 8 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif	103
Lampiran 9 Surat Balasan Riset.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah lembaga yang memiliki produk utama yang menghimpun dana yang berasal dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana serta kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (Lubis, 2018:27). Dalam perkembangan perbankan di Indonesia sangat pesat sampai saat ini menjadi besar dan mampu sebagai tumpuan yang berasal dari masyarakat, awal mulanya perbankan memakai sistem bunga, bagi masyarakat sistem bunga itu dianggap memberatkan maka munculah perbankan syariah yang menggunakan prinsip Islam dan menggunakan sistem bagi hasil dalam transaksinya. Seiring dengan berkembangnya lembaga keuangan Bank di Indonesia lembaga keuangan mikro yang memiliki kegiatan sama seperti bank pada umumnya, lembaga keuangan mikro (LKM) dinilai mempunyai peran yang besar dalam mendukung program pemerintah untuk mengatasi kemiskinan. LKM pada dasarnya dibentuk berdasarkan pasal 27 ayat (2) serta pasal 3 ayat (1) dan ayat (4) UUD 1945 LKM adalah lembaga yang memberikan jasa keuangan bagi pengusaha mikro dan masyarakat berpenghasilan rendah, baik formal, semi formal dan informal. LKM memiliki produk yang relatif lengkap dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat berpenghasilan rendah.

Lembaga keuangan syariah nampak mulai tumbuh di Indonesia sejak dipelopori oleh Aries Mufti yang mendirikan BMT Bina Insan Kamil di Jakarta Pusat, BMT secara resmi didirikan pada tahun 1995 setelah Bank Muamalat Indonesia dibentuk, dimana lembaga keuangan tersebut seperti bank umum syariah, BPRS Syariah dan *Baitul Maal Wat Tamwil* telah mengelola berjuta bahkan bermilyaran rupiah dana masyarakat sesuai dengan prinsip syariah (Ridwan, 2004). *Baitul Maal Wat Tamwil* adalah merupakan lembaga keuangan dengan konsep syariah yang sebagai pilihan yang

menggabungkan konsep *Maal* dan *Tamwil* dalam satu kegiatan lembaga. Konsep *Maal* lahir dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat muslim dalam hal menghimpun dana dan menyalurkan dana zakat, Infak dan Shadaqah secara produktif. Sedangkan konsep *Tamwil* lahir untuk kegiatan bisnis produktif yang murni untuk mendapatkan keuntungan dengan sektor masyarakat menengah ke bawah (mikro) (Masyitoh, 2014).

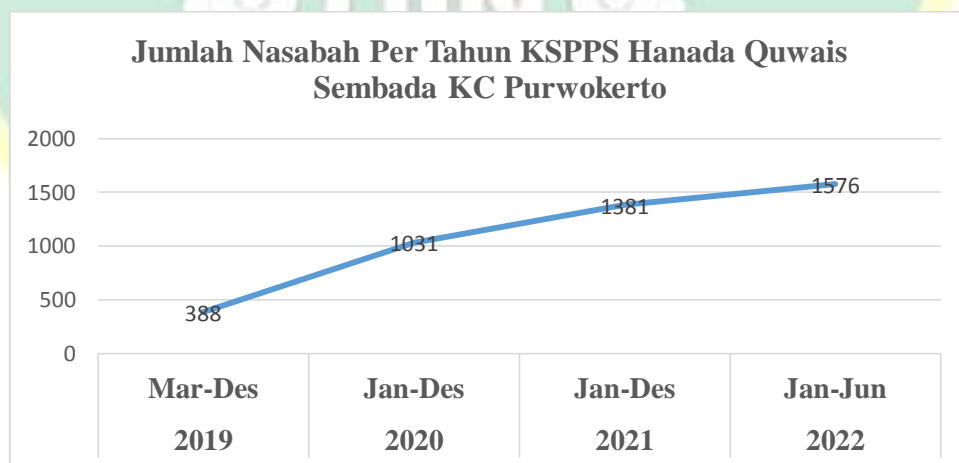
Dalam prakteknya di Indonesia BMT berbentuk kelompok swadaya masyarakat (KSM) atau KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Perbankan Syariah) koperasi yang mengelola dana milik masyarakat dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan. Dari sumber inilah BMT berasal dana yang dipercayakan masyarakat kepada BMT dalam bentuk simpanan kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan. Pola kerja yang diambil BMT pada akhirnya sama dengan pola kerja bank syariah yang menjadi lembaga intermediasi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat.

Berkembangnya BMT membawa pengaruh positif untuk masyarakat terutama kaum masyarakat menengah kebawah. Serta didirikan BMT juga dapat mengurangi kemiskinan terutama para pelaku ekonomi mikro. Perkembangan BMT yang membaik memiliki 3 alasan yaitu (1) tingginya permintaan masyarakat untuk mengajukan pembiayaan kepada BMT dikarenakan mereka tidak memiliki akses untuk mendapatkan pinjaman dari sektor keuangan bank, (2) tingginya keinginan para masyarakat muslim yang mengharuskan transaksi menggunakan asas-asas syariah, (3) kesuksesan beberapa BMT yang ada di Indonesia menimbulkan keinginan untuk mendirikan institusi yang sama.

KSPPS Hanada Quwais Sembada merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan mikro syariah yang awal mulanya berdiri di Kecamatan Kebasen Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah yang kegiatan utamanya adalah simpanan dan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah

dalam rangka meningkatkan ekonomi pengusaha kecil dan mitra bisnis dengan mendorong kegiatan menabung dan menjunjung pembiayaan kegiatan untuk masyarakat di lingkungan sekitar. Awal mulanya berdirinya KSPPS Hanada Quwais Sembada dari diskusi antara Manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada (Alfalisyado) dengan ketua pengurus KSPPS Hanada Quwais Sembada (Sochimim) pada bulan Juli 2012. Setelah mereka berdiskusi mengenai lembaga keuangan mereka tertarik untuk mendirikan Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Sebelumnya manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada sudah mendirikan BMT Al-Furqon di Purwokerto pada Maret 2013. Setelah bulan Juli 2013 antara Manajer dan ketua pengurus bersepakat mendirikan LKS. Seiring berdirinya KSPPS Hanada Quwais Sembada di Kebasen sebagai kantor pusat kemudian mendirikan kantor cabang KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang di Purwokerto Pada Tahun 2019 hingga sampai sekarang yang kegiatan produktivitasnya sama seperti kantor pusatnya. Berikut adalah jumlah seluruh anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Grafik 1.1
Jumlah Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto



Sumber : Hasil wawancara dengan ibu Tri Damayanti selaku karyawan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto ini terletak di Jalan Veteran No. 17 Gang Angrek No. 05 Pasir Muncang Purwokerto Barat. Berdirinya setelah sebelumnya sudah ada kantor pusat di Kebasen dan ini sebagai kantor cabang yang pertama berdiri mulai merintis pada bulan Maret tahun 2019 pada tahun pertama dengan jumlah anggota sebanyak 388 nasabah, kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan anggota sebanyak 643 nasabah, kemudian di tahun 2021 mengalami kenaikan sebanyak 351 sampai sekarang tahun 2022 bulan juni sebanyak 194. Jadi dapat dilihat dari grafik di atas jumlah seluruh nasabah dari 4 tahun berjalan sampai saat ini sebanyak 1576 nasabah. Dengan melihat data pada tabel diatas dapat disimpulkan jumlah nasabah setiap tahun selalu mengalami kenaikan tetapi dibandingkan dengan koperasi yang lain yang ada di Purwokerto ini masih tergolong koperasi yang sangat muda dibanding koperasi lain yang ada di Purwokerto karena baru berdiri 4 tahun sampai sekarang sejak tahun 2019, dan termasuk dalam koperasi yang memiliki kantor cabang yang sangat sedikit.

Dengan meningkatnya jumlah nasabah dimana lokasi menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan usaha lokasi merupakan faktor yang sangat penting terhadap persaingan dan perkembangan serta dalam aktivitas sehari-hari dalam menghimpun dana dari masyarakat. Lokasi merupakan sebagian dari sebuah marketing sehingga orang dapat tertarik untuk menggunakan jasa atau membeli suatu produk karena lokasinya yang strategis mudah dijangkau memungkinkan dan memudahkan nasabah dapat menjangkau lokasinya dengan mudah dan dekat dengan transportasi umum, pemilihan lokasi bisnis yang dekat dengan target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai memudahkan konsumen mendapatkan jasa atau produk yang diinginkan atau di cari.

Penentuan lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan staffnya. Lokasi juga menjadi faktor

yang mempengaruhi loyalitas nasabah menggunakan jasa atau produk menurut (Sumarwan, 2011). Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen atau nasabah untuk datang dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Bannet yang dikutip Muhammad (2015) dalam buku manajemen pemasaran jasa, lokasi pelayanan yang akan digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan kunci dari kegiatan pemasaran, karena itu keputusan mengenai tempat atau lokasi pelayanan yang akan digunakan perlu adanya kajian yang mendalam, agar tempat atau lokasi pelayanan dalam penyampaian jasa kepada pelanggan dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan sehingga mendorong nilai tambah yang cukup tinggi bagi pelanggan, karena lokasi pelayanan yang akan ditetapkan itu harus memberikan nilai strategis yang baik dalam perspektif lingkungan, komunikasi maupun keamanan (Muhammad, 2015). Penentuan lokasi akan mempengaruhi prospek berjalannya usaha secara jangka panjang untuk kedepannya seperti pada umumnya masyarakat akan mencari institusi keuangan mikro syariah yang praktis serta mudah dijangkau, serta masih banyak lokasi lembaga keuangan yang aksesnya cukup jauh dan belum dapat dijangkau oleh masyarakat oleh karena itu perlu adanya pemilihan lokasi yang harus di perhatikan oleh setiap perusahaan atau lembaga keuangan. Sebagian besar institusi keuangan mikro syariah berada di pasar sedangkan lainnya terletak pada lokasi seperti masjid, pesantren dan lainnya.

Lokasi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto ini keberadaan letaknya berada di pusat kota dekat dengan keramaian seperti pasar dan terdapat dalam lingkungan perumahan warga, sedangkan aksesnya menggunakan transportasi umum sangat mudah karena berdekatan dengan jalan raya besar banyak angkutan perkotaan setiap harinya. Walaupun dengan keadaan lokasi seperti itu KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto masih menerapkan sistem jemput bola kepada nasabah dimana nasabah dapat

datang secara langsung ke kantor atau marketing yang akan datang langsung ketempat nasabahnya. Dengan masih diterapkannya sistem jemput bola ini sebagai fasilitas nasabah-nasabah yang tidak dapat mengakses kantor secara langsung dan dengan kendala-kendala yang setiap nasabah berbeda-beda sehingga diharapkan dapat meningkatkan dan menjaga loyalitas dari setiap nasabah.

Di sisi lain kapasitas koperasi dapat disebut sebagai lembaga keuangan yang paling sederhana karena pada sektor BMT yang ada di Indonesia sangat berpotensi untuk dikembangkan lebih jauh apabila BMT mampu mengatasi kelemahan-kelemahan dalam setiap operasionalnya. Dalam menjalankan operasionalnya BMT menjalankan usahanya harus memperoleh laba supaya aktivitasnya dapat terus berlanjut (*sustainable*) serta kemampuan melayani nasabah semakin meningkat (*outrech*). Peran sebagai lembaga keuangan yang mendukung fungsi intermediasi dengan UMKM menuntut BMT memiliki kinerja yang mumpuni secara kelembagaan supaya tujuan memerankan BMT sebagai lembaga pendukung intermediasi perbankan akan tercapai, tetapi dalam perkembangannya sejauh ini masih dipandang belum sepenuhnya mampu menjawab permasalahan ekonomi yang ada dikalangan masyarakat, karena masalah sumber daya manusia yang belum profesional dan tingkat kepercayaan yang masih rendah dari masyarakat. Sehingga sampai saat ini masih menghadapi beberapa persoalan yang bersifat internal maupun eksternal yang menghambat proses menuju keberlanjutan, keadaan ini menyebabkan tingkat keberlanjutan usaha atau sustainabilitas lembaga keuangan mikro menjadi rendah hanya beberapa lembaga keuangan mikro yang mampu bersaing dengan layanan perbankan yang modern. Perlu diketahui bahwa pengembangan lembaga keuangan syariah bukan hanya ditentukan oleh keberhasilan pertumbuhan yang spektakuler atau keberhasilan penyebaran informasi, penyusunan atau penyempurnaan perangkat ketentuan hukum, atau banyaknya pembukaan jaringan kantor, tetapi juga

sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap lembaga keuangan para pelaku perbankan syariah itu sendiri, sehingga lembaga keuangan syariah bisa berjalan sesuai prinsip syariah dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas.

Selanjutnya kualitas pelayanan Zeithaml (1990). Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai “*the extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions*”. Dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Kualitas pelayanan sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Kualitas pelayanan merupakan *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto ini memiliki pegawai sebanyak empat (4) orang pegawai yang pertama sebagai Manajer yang kedua sebagai teller melayani nasabah yang datang langsung ke kantor untuk bertransaksi setiap hari dan dua orang sebagai marketing yang setiap harinya turun kelapangan. Walaupun didukung dengan adanya sumber daya manusia dan dengan kemajuan sumber teknologi, sumber daya manusia harus bisa memberikan pelayanan secara baik transparan dan akuntabel dengan sistem manajemen operasional yang baik. kemampuan memberikan jasa yang akurat dan mempunyai wawasan terhadap produk serta bertutur kata yang sopan dengan ramah dalam memberikan pelayanan, kemampuan menenangkan kepercayaan kepada nasabah merupakan salah satu kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan dari para nasabah dan akan memunculkan sifat kelayakan.

Loyalitas juga didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembeli berulang merek yang sama

atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merek. Dari penjelasan tersebut, loyalitas nasabah kepada bank menurut peneliti ialah nasabah yang menggunakan lebih dari satu produk atau jasa pada bank yang sama (Engel, 1995:144). Dengan adanya (4) pegawai tersebut diharapkan dapat menimbulkan keunggulan dan mendukung penyelenggaraan produktivitas tugas-tugas dan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, BMT merupakan lembaga yang risiko operasionalnya cukup tinggi maka perlu adanya kontrol pengawasan terhadap sumber daya manusia terhadap tugas yang setiap hari dilakukan khususnya pelayanan yang diberikan kepada nasabah yaitu pelayanan secara cepat, mudah, aman, tanpa adanya tindakan diskriminatif, sehingga dapat memberikan kepuasan kepercayaan terhadap nasabah dan setiap tugas tersebut dapat dipertanggung jawabkan, sehingga dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan nasabah sehingga akan timbul loyalitas pada nasabah, oleh karena itu lembaga keuangan bisa mengutamakan kualitas pelayanan karena sangat berpengaruh pada kepercayaan nasabah dan dampaknya juga akan berpengaruh pada loyalitas nasabah. Kemudian mendorong timbulnya loyalitas nasabah akan menguntungkan bagi lembaga keuangan dalam persaingan yang kompetitif apabila didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan berintegritas serta berkompeten di bidangnya sehingga bisa menghasilkan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah dan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan prinsip syariah.

Penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor lokasi dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas nasabah di lembaga keuangan bank maupun non bank menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti kadang tidak konsisten dengan penelitian yang serupa, hal ini dapat terjadi dimungkinkan karena perbedaan sampel, waktu, lokasi dan populasi yang diteliti. Contohnya, hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan

oleh Titisari (2007) menemukan bahwa variabel independen (lokasi) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2018) menemukan bahwa variabel independen (lokasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rocmaniah (2014) menemukan bahwa variabel independen (kualitas layanan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Welta (2017) menemukan bahwa variabel independen (kualitas layanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas serta penelitian sebelumnya telah banyak dilakukan namun menunjukkan hasil dari setiap penelitian terdapat perbedaan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Aspek Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto”**

B. Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah aspek lokasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto?
2. Apakah aspek kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto?
3. Apakah aspek lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh aspek lokasi terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.
- c. Untuk mengetahui pengaruh aspek lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan untuk menggali konsep teoritis mengenai faktor lokasi dan kualitas pelayanan, selain itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti yang sejenis maupun civitas akademika yang lain dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk kemajuan ilmu pendidikan.

b. Manfaat Praktis

- 1) Untuk penulis supaya bisa mengembangkan pemikiran mengenai akibat suatu peristiwa sehingga diharapkan memberikan wawasan keilmuan dari lembaga keuangan mikro dalam hal analisis loyalitas nasabah.
- 2) Untuk industri perbankan atau lembaga keuangan penelitian dapat sebagai bahan informasi, evaluasi dan masukan bagi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dalam loyalitas nasabah.
- 3) Untuk pembaca pada umumnya sebagai bahan kajian teori bagi orang lain yang akan mengadakan penelitian yang lebih mendalam berkenaan dengan masalah yang sama seperti ini dari sudut pandang yang berbeda.
- 4) Untuk kampus Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya *khazanah* perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada umumnya dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada khususnya.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini untuk mempermudah dan mengetahui bab-bab apa saja yang terdapat dalam penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika pembahasan ke dalam pokok-pokok bahasan yang dibagi menjadi 5 bab sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Sistematika Penulisan.

BAB II : Landasan Teoritis

Bab ini berisikan menjelaskan tentang kajian pustaka atau penelitian terdahulu yang mendukung dalam penelitian ini, kerangka teori, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian ini secara umum, yang terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, instrumen penelitian, dan uji instrumen penelitian serta teknik analisis data penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian dan hasil analisis data serta pembahasan atas hasil pengolahan data yang telah dilakukan, serta berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

BAB V : Penutup

Dalam bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang didapatkan dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian ini. Tidak lupa, penulis juga mencantumkan daftar pustaka dari lampiran-lampiran yang mendukung dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang akan berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, penelitian dan pengevaluasian produk dan jasa (Firmansyah, 2018: 2). Sedangkan menurut Winardi dalam Sumarwan (2011) mendefinisikan perilaku konsumen yaitu perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. Kemudian Kotler (2009) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai bidang ilmu yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka. Dari beberapa definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud perilaku konsumen yaitu sejumlah tindakan-tindakan nyata individu (konsumen) yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang mengarahkan mereka untuk menilai, memilih, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa yang diinginkannya (Subianto, 2007).

Perilaku konsumen pada dasarnya secara umum dibagi menjadi dua yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irasional (Firmansyah, 2018: 15). Perilaku konsumen yang bersifat rasional yaitu tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama, serta manfaat produk itu sendiri terhadap konsumen. Ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat rasional yaitu:

- a. Konsumen memilih produk sesuai kebutuhan dan keinginannya.
- b. Produk yang dipilih konsumen memberikan manfaat yang optimal bagi konsumen.

- c. Konsumen memilih produk yang kualitasnya bagus.
- d. Konsumen memilih produk yang harganya sesuai dengan kemampuan dan pendapatan konsumen.
- e. Konsumen memilih produk sesuai dengan kenyamanan lingkungan toko.

Sedangkan perilaku konsumen yang bersifat irasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbuju oleh rayuan marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan. Beberapa ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat irasional:

- a. Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media baik cetak maupun elektronik.
- b. Konsumen memilih produk bermerek atau branded yang sudah terkenal.
- c. Konsumen memilih produk bahan untuk kebutuhan, tetapi karena gengsi atau prestise.
- d. Konsumen memilih produk hanya karena ingin mencoba-coba.

Loyalitas nasabah dapat ditingkatkan dengan memperhatikan beberapa faktor, antara lain faktor psikis yang merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri konsumen yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap (Laela, 2015). Selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial, dan kelompok acuan, kemudian pemberdayaan baruan pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan juga mengenai tempat dimana barang tersebut dijual (di distribusikan). Perilaku konsumen setelah pembelian sangat penting bagi perusahaan. Perilaku konsumen dapat mempengaruhi ucapan-ucapan mereka kepada pihak lain tentang produk perusahaan. Bagi semua perusahaan, baik yang menjual produk maupun jasa, perilaku konsumen pasca pembelian, akan menentukan minat konsumen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan tersebut. Ada kemungkinan konsumen tidak akan membeli produk atau jasa perusahaan tersebut setelah merasakan ketidaksesuaian kualitas

produk atau jasa yang didapatkan dengan keinginan atau apa yang digambarkan sebelumnya.

2. Loyalitas nasabah

a. Pengertian loyalitas nasabah

Jangka panjang loyalitas pada anggota atau nasabah menjadi tujuan bagi perencanaan sebuah perusahaan, dan dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Loyalitas juga akan menjadi kunci sukses, tidak hanya kunci sukses jangka pendek tetapi secara jangka panjang. Loyalitas pada nasabah merupakan perilaku yang terkait dengan lokasi dan sumber daya manusia, jika suatu faktor tersebut tidak terdapat pada perusahaan maka nasabah atau pelanggan akan memutuskan untuk berhenti menggunakan produk atau jasa.

Definisi loyalitas menurut Oliver (2010) mengemukakan definisi loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasional dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Selain itu menurut Jill (2015) yang diterjemahkan oleh Hurriyati (2010) menyatakan “bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Pada masa sekarang loyalitas pada nasabah yang dalam perkembangan awalnya lebih menitikberatkan pada perilaku, dan dikembangkan lebih luas dengan melibatkan sikap para karyawan, loyalitas mempunyai hubungan erat dengan sikap relatif dan perilaku pembelian ulang. Loyalitas dapat juga dikatakan sebagai kesetiaan seseorang nasabah terhadap perusahaan yang mereka gunakan, atau

lamanya hubungan nasabah dengan bank syariah atau lembaga keuangan untuk melakukan kerjasama yang saling menguntungkan satu sama lainnya. Loyalitas dapat dilakukan oleh seluruh nasabah apabila mereka merasa senang terhadap sumber daya manusia yang baik dan mendapatkan perhatian dari lembaga keuangan yang sedang mereka gunakan.

b. Karakteristik loyalitas nasabah

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut (Jill, 2015):

1. Melakukan pembelian secara teratur (*Makes Regular repeat purchase*), pelanggan senantiasa membeli produk yang telah ditawarkan oleh pihak perusahaan.
2. Merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain (*Refers other*), karena pelanggan sangat puas dan percaya dengan produk atau pelayanan yang telah diberikan atau ditawarkan oleh perusahaan. Maka pelanggan merekomendasikan kepada orang lain tentang produk perusahaan yang telah digunakan oleh pelanggan.
3. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*). Karena merasa telah nyaman terhadap produk atau jasa yang digunakan didalam perusahaan tersebut maka pelanggan akan tetap menggunakan produk atau jasa yang perusahaan tersebut tawarkan atau akan selalu tertarik pada produk perusahaan tersebut.

c. Tahapan dan Tingkatan loyalitas

Untuk menjadi nasabah yang mempunyai sifat loyal terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui oleh nasabah. Secara sederhana saat nasabah membeli produk atau memakai jasa, nasabah harus mempunyai keyakinan dalam dirinya tentang produk dan jasa tersebut.

Pembentukan nasabah yang mempunyai sifat loyal menurut Hill yang diterjemahkan oleh Hurriyati (2010) menjelaskan tahapan loyalitas terbagi menjadi enam tahap, yaitu:

1. *Suspect* meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang atau jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang atau jasa perusahaan
2. *Prospect* adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*word of mouth*).
3. *Customer* pada tahap ini pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan loyalitas pada tahap ini belum terlihat.
4. *Clients* meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang atau jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama dan mereka telah memiliki sifat *retention*.
5. *Advocates* pada tahap ini, clients secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang atau jasa perusahaan tersebut.
6. *Partners* pada tahap terakhir ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, pada tahap ini pula pelanggan berani menolak produk atau jasa dari perusahaan lain.

Sedangkan tingkatan nasabah menuju loyalitas menurut Syaifuddin Chan yang dikutip Hurriyati (2010) dibagi menjadi empat tahapan, yaitu:

1. Emas (*Gold*) merupakan kelompok yang memberikan keuntungan terbesar kepada perusahaan. Biasanya kelompok ini adalah *Heavy user* selalu membeli dalam jumlah besar dan frekuensi pembeliannya tinggi. Mereka tidak sensitif terhadap harga, tidak segan mengeluarkan uang untuk sesuatu yang hanya bisa dinikmati pada masa yang akan datang, mau mencoba sesuatu yang baru yang ditawarkan oleh perusahaan dan yang paling penting memiliki komitmen untuk tidak berpaling kepada pesaing.
2. Perak (*Silver*) kelompok ini masih memberikan keuntungan yang besar walaupun posisinya masih di bawah. Mereka mulai memperhatikan tawaran potongan harga hal ini dikarenakan mereka cenderung sensitif terhadap harga, mereka pun tidak seloyal *gold*. Walaupun mereka sebenarnya *heavy user*, tetapi pemenuhan kebutuhannya diperoleh dari berbagai perusahaan tergantung penawaran yang lebih baik.
3. Perunggu (*Bronze*) kelompok ini paling besar jumlahnya. mereka adalah kelompok yang *spending level*-nya relatif rendah, driver terkuat untuk bertransaksi semata-mata didorong oleh potongan harga besar, sehingga mereka juga dikenal sebagai kelompok pemburu diskon. Dengan demikian margin yang diterima perusahaan juga relatif kecil. Akibatnya perusahaan tidak berfikir untuk memberikan pelayanan premium kepada mereka. Terlepas dari *average spending level* yang rendah, kelompok ini masih dibutuhkan oleh perusahaan untuk menggenapkan pemenuhan target penjualan tahunan.
4. Besi (*Iron*) kelompok pelanggan yang bukannya menghasilkan keuntungan justru membebani perusahaan, tipe pelanggan seperti ini memiliki kecenderungan untuk meminta perhatian lebih besar

dan cenderung bermasalah membuat perusahaan berfikir lebih baik menyingkirkan mereka dari daftar pelanggan.

3. Lokasi

a. Pengertian lokasi

Lokasi menurut Sumarwan (2011) lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan menggunakan produk yang kita tawarkan. Definisi lain dari lokasi yaitu tempat dimana perusahaan beroperasi atau tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan mempertimbangkan dari sisi ekonominya.

Penentuan lokasi usaha adalah hal yang perlu dipertimbangkan. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam pemilihan lokasi usaha, pemilik usaha harus mempertimbangkan beberapa faktor dalam pemilihan lokasi usaha, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang yang akan berdampak pada kesuksesan usaha tersebut, keputusan pemilihan lokasi yang strategis digunakan biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedangkan untuk bisnis eceran dan jasa profesional, strategi yang digunakan terfokus pada memaksimalkan pendapatan (Fitriyani, 2019). Kemudian seleksi lokasi yang tepat bagi perusahaan barang atau manufaktur yaitu perlu lebih dekat ke bahan baku atau tenaga kerja, perusahaan jasa perlu mempertimbangkan kedekatan dengan pelanggan.

b. Faktor-faktor penentu pemilihan lokasi

Terdapat 5 faktor kunci dalam menentukan pemilihan lokasi yang baik, yaitu:

1. Kemudahan dalam mencapai konsumen

Pertimbangan pertama dalam memilih lokasi adalah kemudahan dalam mencapai konsumen. Biasanya konsumen jarang

berkeinginan melakukan perjalanan jauh untuk membeli sesuatu. Banyak produk seperti makanan kecil ataupun bahan bakar adalah sesuatu yang membutuhkan lokasi penyalur eceran dekat dengan konsumen yang dituju. Jika tidak, konsumen akan menggunakannya dengan produk pesaing.

Kemudahan dalam mencapai konsumen juga penting dalam industri yang biaya pengiriman produknya relatif tinggi daripada nilai produk. Berlokasi dekat dengan konsumen pasar yang kecil, sering memaksa perusahaan menempati lokasi yang kurang diinginkan.

2. Kondisi lingkungan bisnis

Bisnis berskala kecil dipengaruhi oleh sejumlah cara dari lingkungan tempat bisnis tersebut beroperasi. Kondisi lingkungan dapat menghalangi atau melancarkan keberhasilan suatu bisnis.

3. Tersedianya sumber daya

Tersedianya sumber daya yang berhubungan dengan produksi barang dan pengoperasian bisnis juga harus dipertimbangkan di dalam memilih lokasi bisnis. Bahan mentah, persediaan tenaga kerja, tersedianya sarana transportasi adalah beberapa faktor yang patut dipertimbangkan. Kedekatan dengan bahan mentah produk dan kesesuaian persediaan tenaga kerja merupakan pertimbangan yang paling utama bagi lokasi bisnis perusahaan.

4. Pilihan pribadi wirausaha

Supaya praktis, para wirausaha cenderung mengesampingkan kemampuan mengakses konsumen, kondisi lingkungan bisnis, dan tersedianya sumber daya. Mereka hanya mempertimbangkan komunitas di sekitarnya. Kemungkinan untuk berlokasi di tempat lain tidak pernah terpikir oleh mereka. Hanya karena seseorang selalu hidup di kota tertentu, bagaimanapun juga

tidak secara otomatis membuat kota tersebut adalah lokasi bisnis yang memuaskan.

5. Tersedianya lokasi dan biaya

a) Tersedianya lokasi

Pendekatan yang salah dalam mengevaluasi lokasi bukanlah tipikal para wirausaha. Banyak dari mereka yang mencari bantuan profesional dalam menentukan lokasi usaha. Jika pilihan utama seorang wirausaha tidak tersedia, pilihan lain harus dipikirkan, salah satu pilihan adalah sebagai fasilitas.

b) Biaya lokasi

Proses pemilihan lokasi harus bergantung pada pengavaluasian biaya yang relevan. Seorang wirausaha seringkali tidak dapat membiayai lokasi yang terbaik. Biaya yang dikeluarkan untuk membangun sebuah gedung baru mungkin tidak menguntungkan atau harga pembelian atas bangunan yang sudah berdiri dapat melampaui anggaran.

Dengan mengasumsikan bahwa bangunan yang sesuai telah tersedia, wirausaha memutuskan untuk menyewa atau membeli. Meskipun hak kepemilikan bangunan memberikan kebebasan yang lebih besar dalam memodifikasi dan menggunakan bangunan, keuntungan dari penyewaan tersebut biasanya lebih besar dari dua kegunaan tersebut.

a. Dimensi lokasi

Dalam pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap beberapa faktor berikut (Tjiptono, 2014):

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

3. Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering kali terjadi spontan, tanpa perencanaan, atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadaman kebakaran, atau ambulans.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing usaha
8. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang bengkel kendaraan bermotor yang terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk.

Lingkungan dan setting tempat penyampaian jasa merupakan aspek yang tidak kalah penting dan tidak boleh diabaikan dalam desain jasa. Persepsi pelanggan terhadap suatu jasa dapat dipengaruhi oleh atmosfer (suasana) yang dibentuk oleh eksterior dan interior fasilitas jasa bersangkutan. Atmosfir elegan, misalnya seringkali menimbulkan persepsi status sosial tertentu, atmosfer yang hangat membangkitkan persepsi nyaman, dan atmosfer profesional menciptakan persepsi berupa rasa aman dan percaya di kalangan pelanggan.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas Pelayanan

Menurut Zeithmal (1990), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai “*the extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions*”. Dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan dengan tingkat persepsi mereka.

Sedangkan menurut Lovelock (1988), definisi dari kualitas pelayanan adalah “*quality is degree of excellent intended, and the control of variability in achieving that excellent, in meeting the customers requirements*”. Dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk memberikan kualitas yang baik maka perlu dibina hubungan yang erat antar perusahaan, dalam hal ini adalah karyawan dengan pemakai jasa tersebut.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu jasa atau produk adalah dengan kemampuan dalam memberikan pelayanan secara profesional kepada nasabah meliputi 5 dimensi yang dikutip (Kotler, 2009) :

1) *Tangibel* atau bukti fisik

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada para konsumen, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keberadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fisik gedung,

perlengkapan, dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

2) *Reliability* atau keandalan

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk customer tanpa kesalahan sikap yang simpatik.

3) *Responsiveness* atau ketanggapan

Sesuai kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan kemampuan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4) *Assurance* atau jaminan dan kepastian

Pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan tersebut untuk menumbuhkan rasa percaya para *customer* kepada perusahaan. Dimana jaminan ini terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi dan keamanan, sopan santun dan kompetensi.

5) *Empathy*

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang memberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumennya.

B. Landasan Teologis

1. Konsep pelayanan dalam perspektif islam

Konsep ini mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Dalam sebuah industri baik itu yang

bergerak di bidang produk atau jasa, seorang pemasar hendaklah memberi pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para konsumen, dengan bersikap ramah, bertutur kata yang baik dan sopan, memperhatikan dengan betul apa yang dikehendaki oleh konsumen karena merasa dipuaskan oleh pihak pemasar. Hal ini ditegaskan Allah dalam surat An-Nisa' ayat 8:

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَارْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya : *“Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkan lah kepada mereka perkataan yang baik.”*

Dari surat An-Nisa' diatas dijelaskan bahwa seorang pemasar harus mampu berbicara dengan bahasa yang baik, lancar dan menarik untuk mengambil hati konsumen, sehingga konsumen merasa tertarik dan ingin membeli barang atau jasa yang ditawarkan, dan selalu bersikap ramah, sopan memperhatikan kebutuhan dan juga keluhan para konsumen, juga tentunya hal ini dilakukan dengan hati yang tulus, ikhlas mengharap ridho Allah SWT.

2. Lokasi dalam perspektif islam

Penentuan lokasi usaha tidak terlepas dari tanggungjawab dan lingkungan sekitarnya, yaitu dengan melihat usaha yang dijalankan tidak membuat kerugian dan tidak membuat kerusakan. Seperti yang tertulis pada firman Allah pada surat Al-A'raaf (56), yaitu:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : *dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.*

Dalam islam, penentuan lokasi termasuk salah satu usaha yang dilakukan melalui 2 tahap sekaligus, yaitu perencanaan dan penentuan. Rasulullah SAW juga bersabda:

“Jika engkau ingin mengerjakan suatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan itu baik maka ambillah, dan jika perbuatan itu buruk maka tinggallah.” (H.R. Ibnu Mubarak).

Dari hadis tersebut terdapat kandungan bahwa dalam pemilihan tempat atau lokasi haruslah yang baik, jangan memilih lokasi yang buruk, karena lokasi akan mempunyai dampak jangka panjang dalam suatu bisnis.

C. Kajian pustaka

Kajian pustaka berisikan mengenai teori-teori yang dihasilkan dari aneka macam asal atau referensi yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Penelaahan teori dimaksudkan untuk membandingkan teori dengan realita yang ada apakah sesuai atau tidak. Penelitian ini yang berawal dari latar belakang persoalan yang sudah diungkapkan diatas, juga sudah dibahas pada penelitian-penelitian sebelumnya. Peneliti menemukan beberapa jumlah karya yang meneliti perihal loyalitas nasabah maupun pelanggan. Oleh sebab itu, peneliti memilih beberapa penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi pada penelitian yang berhubungan seperti yang sudah disebutkan diatas:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Sari (2018) yang berjudul: *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang diteliti apakah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi, kualitas pelayanan, kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah, pengujian secara simultan variabel lokasi, kualitas pelayanan, kualitas produk

secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Titisari (2007) yang berjudul: *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PD BPR Bank Pasar Boyolali*. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis apakah variabel yang diteliti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Secara bersama-sama lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah disebabkan oleh berubahnya besaran variabel lokasi dan pelayanan yang terjadi.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Pratama (2017) yang berjudul: *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo yang diambil sampel sebanyak 90 responden yang sudah pernah melakukan pembelian lebih dari 2 kali di rumah makan tersebut.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Utama (2017) yang berjudul: *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Toyota Setiajaya Parung*. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang diteliti apakah berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan bengkel Mobil Toyota Setiajaya Parung. Dengan menyebar kepada 100 responden menggunakan purposive sampling.

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Mahfudl (2021) yang berjudul: *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bmt Mandiri Sejahtera Jawa Timur*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh faktor kualitas pelayanan, dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah. Hasil pada penelitian ini menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan, dan brand image secara parsial dan secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Keenam, penelitian yang ditulis oleh Hariono (2021) yang berjudul: *Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator pada star motor carwash*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator pada star motor carwash.

Ketujuh, penelitian yang ditulis oleh Mahsyar (2020) yang berjudul: *Effect of service quality and product quality on customer satisfaction and loyalty*. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di restoran serta untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh di restoran tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti, tahun	Judul jurnal Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ita Munika Devinta Sari, 2018.	Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu lokasi dan kualitas pelayanan • Menggunakan metode kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu kualitas produk • Tempat penelitian • Populasi penelitian yaitu Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri
2.	Farida Ratna Titisari, 2007.	Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PD BPR Bank Pasar Boyolali.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu lokasi dan pelayanan • Menggunakan metode kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian • Populasi penelitian yaitu pada BPR Bank Pasar Boyolali
3.	Erika Cahya Pratama, 2017.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan lokasi • Menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu harga • Tempat penelitian • Populasi penelitian yaitu pada

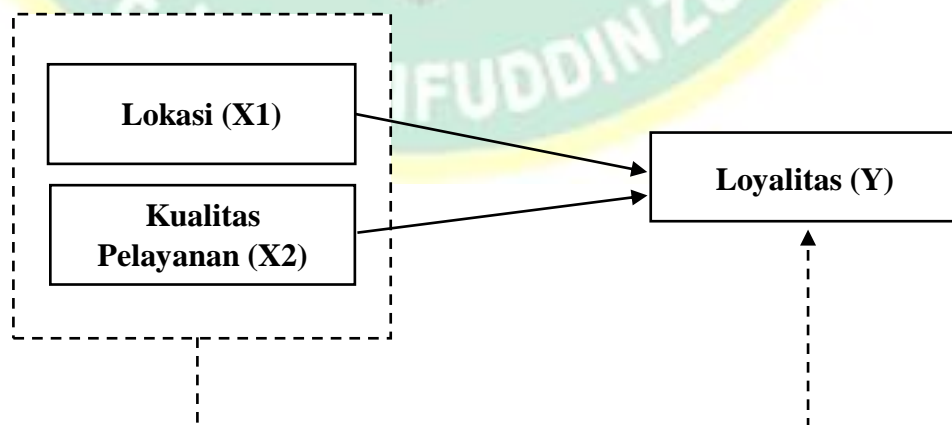
		Ponorogo.	metode kuantitatif	pelanggan Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo
4.	M. Aldy Yazni Utama, 2017.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Toyota Setiajaya Parung.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan lokasi • Menggunakan metode kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu harga • Tempat penelitian • Populasi penelitian yaitu pada pelanggan bengkel Mobil Toyota Setiajaya Parung
5.	Azam Mahfudl, 2021.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu kualitas pelayanan • Menggunakan metode kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu <i>brand image</i> • Tempat penelitian • Populasi penelitian yaitu pada BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur
6.	Robby Hariono, Maria Assumpta Evi	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan lokasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu harga • Kepuasan pelanggan sebagai

	Marlina, 2021.	Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash.	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode kuantitatif 	variabel moderator <ul style="list-style-type: none"> • Variabel moderator yaitu kepuasan konsumen • Tempat penelitian
7.	Syariful Mahsyar, Untung Surapati, 2020.	Effect Of Service Quality and Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu kualitas pelayanan • Menggunakan metode kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen yaitu kualitas produk • Variabel dependen kepuasan • Tempat penelitian

D. Kerangka pemikiran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, diantaranya yaitu faktor lokasi, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan pada penelitian sebelumnya dan penjelasan teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

-----: Hubungan secara simultan

-----: Hubungan secara parsial

Berdasarkan skema tersebut, dapat diketahui bahwa lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) apakah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Variabel bebas (independen) yaitu lokasi dan kualitas pelayanan. Variabel terikatnya (dependen) yaitu loyalitas nasabah.

E. Hipotesis penelitian

Menurut Lind (2007) hipotesis merupakan suatu pernyataan tentang sebuah parameter populasi yang wajib diverifikasi, serta berdasarkan Mc Clave (2011: 399) pada hipotesis terdapat hipotesis nol dan hipotesis cara lain. Hipotesis nol (H_0) merupakan hipotesis yang akan diterima kecuali datanya bisa memberikan bukti yang meyakinkan tentang kesalahannya atau tidak memenuhi spesifikasi. Sedangkan hipotesis cara lain (H_a) merupakan hipotesis yang akan diterima hanya. Jika datanya dapat menyampaikan bukti mengenai kebenaran atau memenuhi spesifikasi. Berdasarkan pengertian tersebut untuk mendapatkan hipotesis yang diajukan dalam judul pengaruh aspek lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto adalah sebagai berikut:

1. H_0 : Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.
 H_1 : Terdapat pengaruh signifikan lokasi (X1) terhadap loyalitas nsabah (Y) KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.
2. H_0 : kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.
 H_1 : Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

3. H_0 : lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

H_1 : Terdapat pengaruh lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah (Y) KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dimana metode ini menekankan pada fenomena-fenomena objektif serta dapat digunakan untuk meneliti populasi dan sampel. Metode ini sering dinamakan metode tradisional, *positivistik*, *scientific* serta metode *discovery*. Dianggap menggunakan metode tradisional sebab metode ini sudah relatif lama dipergunakan, sebagai akibatnya sudah mentradisi menjadi metode untuk penelitian berupa nomor-nomor dan analisis memakai statistik Sugiyono (2016). Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis pengaruh aspek lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk memudahkan peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan dalam melaksanakan penelitian maka dalam penelitian ini penulis melaksanakan penelitian di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto Jalan Veteran No. 17 Gang Angrek No. 05 Pasir Muncang Purwokerto Barat. Adapun untuk waktu penelitian ini dimulai pada Mei sampai September 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan suatu objek yang ditentukan oleh peneliti dengan karakteristik tertentu sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian untuk di pahami dan diambil kesimpulan (Sugiyono, 2016:80). Apabila terdapat jumlah populasi yang banyak tidak memungkinkan untuk diambil semua sebagai sampel maka peneliti tidak akan melakukan penelitian terhadap seluruh populasi yang ada tetapi dengan mengambil beberapa objek yang menggambarkan keseluruhan dari karakteristik populasi disebut sebagai

sampel. Populasi jumlah seluruh nasabah pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Pertambahan Nasabah setiap Tahun

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	388
2020	643
2021	351
2022 Januari - Juni	194
Total	1576

Sumber: data sekunder yang diolah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari seluruh populasi yang diambil dari ketentuan berdasarkan prosedur pengambilan yang bisa mewakili sebagai populasi. Sampel juga bisa disebut sekumpulan dari jumlah yang dimiliki oleh populasi, sampel jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dari populasi (Sugiyono, 2016:136). Sedangkan menurut Usman et al (2012) sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling.

Penentuan besaran dari sampel pada penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{1576}{1+1576(0,1^2)} = 94,033412878$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan sebesar (10%)

Setelah melakukan perhitungan yang sesuai berdasarkan rumus solving seperti perhitungan diatas ditemukan hasil sebesar 94,033412887 kemudian dibulatkan, dapat ditetapkan untuk jumlah yang sebagai responden yaitu sebanyak 95 responden.

3. Teknik sampling

Pendekatan umum yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *sampling incidental*. *Sampling incidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014: 126). Dalam penelitian ini yang digunakan adalah teknik *sampling incidental* yaitu siapa saja yang ditemui peneliti yang menjadi anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dan rasa oleh peneliti cocok untuk dijadikan sampel.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel penelitian

Menurut (Bahri, 2008:129) variabel dapat diartikan sebagai sesuatu yang memiliki nilai yang dapat diukur, baik itu yang berwujud (*tangibel*) dan juga yang tidak berwujud (*intangibel*). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. variabel *independen* (bebas)

merupakan variabel merupakan yang menjadi sebab atau mengkondisikan terjadinya perubahan dalam variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu faktor lokasi (X1), dan kualitas pelayanan (X2).

b. variabel *dependen* (terikat)

merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dan sebagai titik utama untuk penelitian hubungan antara variabel. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya yaitu loyalitas nasabah (Y)

2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian dari penelitian ini yaitu:

Tabel 3.2 variabel dan indikatornya

No	Jenis variabel	Indikator Penelitian	Skala
1	Lokasi (X1) Lokasi merupakan tempat aktivitas pemasaran yang mempermudah dalam penyaluran barang atau jasa kepada konsumen (Tjiptono, 2014:345).	1. Akses menuju lokasi 2. Lalu lintas 3. Visibilitas 4. Lingkungan 5. Fasilitas parkir yang memadai	Likert
2	Kualitas pelayanan (X2) Bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler 2009).	1. Bukti langsung (<i>tangibel</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 4. Empati (<i>empathy</i>)	Likert
3	Loyalitas nasabah (Y). Suatu sikap konsumen untuk melakukan	1. Merekomendasikan kepada orang lain yang membutuhkan informasi	Likert

	<p>pembelian berulang pada produk atau jasa yang sama dalam jangka waktu yang panjang (Jill, 2015).</p>	<p>2. Mempertimbangkan sebagai pilihan pertama untuk membeli</p> <p>3. Mengatakan hal-hal positif kepada orang lain</p> <p>Mendorong teman-teman dan kerabat untuk menikmati layanan</p>	
--	---	--	--

E. Sumber Data Penelitian

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain-lain (Hardani, 2020). Dalam hal ini data primer yang didapatkan secara langsung oleh peneliti yaitu melalui wawancara dengan pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto sebagai observasi pendahuluan dan penyebaran kuesioner kepada nasabah.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, karyawan, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka (Hardani, 2020). Data-data sekunder diperoleh dari dokumen KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto mengenai jumlah nasabah dan lainnya, serta buku-buku, jurnal maupun skripsi yang berkaitan dengan penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sunyoto (2014) teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang kemudian dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini, sumber data yang

digunakan oleh peneliti yaitu sumber data primer. Menurut Sutinah (2007) data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti. Dalam pengumpulan sumber data tersebut peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Kuesioner

Menurut Suliyanto (2006: 140) kuesioner atau angket adalah suatu teknik pengumpulan data untuk menyampaikan atau memberikan daftar pernyataan atau pertanyaan-pertanyaan dari peneliti kepada responden yang harapannya mendapatkan respon atas daftar pertanyaan yang diberikan. Data pada penelitian ini dikumpulkan menggunakan angket dengan memberikan daftar pernyataan atau pertanyaan yang disusun oleh peneliti sesuai persepsi responden atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Angket isinya berupa pernyataan yang mempunyai jawaban yang harus dipilih oleh responden.

1. Angka 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Angka 2 = Tidak Setuju (TS)
3. Angka 3 = Ragu-Ragu (RG)
4. Angka 4 = Setuju (S)
5. Angka 5 = Sangat Setuju (ST)

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data penelitian yang dilakukan secara langsung antara peneliti dengan responden (Abdullah, 2015:250). Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan dalam penelitian ini. Ditinjau dari pelaksanaannya, wawancara dibedakan menjadi tiga (Djollong, 2014), yaitu:

1. Wawancara bebas, adalah dimana pewawancara bebas untuk menanyakan apa saja terkait dengan data apa yang ingin dikumpulkan.
2. Wawancara terpimpin, adalah pewawancara dalam melakukan sesi wawancara dengan membawa daftar pertanyaan lengkap dan terperinci.

3. Wawancara bebas terpimpin, adalah kombinasi antara wawancara bebas dan wawancara terpimpin.

c. Dokumentasi

Dalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data terkait dengan jumlah seluruh nasabah mulai dari tahun 2019 – 2022 bulan Juni.

G. Analisis Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2010) analisis data merupakan kegiatan setelah mendapatkan data dari seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul. Kegiatan analisis data ini berupa mengelompokkan, mentabulasi data, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur secara tepat konsep yang akan diukur (Abdullah, 2015: 258). Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila memiliki validitas yang tinggi begitu pula sebaliknya apabila tingkat validitasnya rendah berarti instrument tersebut kurang valid. Sedangkan sebuah kuesioner atau alat ukur dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel begitupun sebaliknya.

2) Uji Reliabilitas

Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (reliable). Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama, setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan memperhitungkan hasil pengukuran yang konsisten (Abdullah, 2015: 261). Sebuah kuesioner dapat dikatakan *reliable* apabila jawaban konsisten dari

waktu ke waktu diatas ketentuan yang ditetapkan. Sebuah kuesioner dapat dikatakan *reliable* (layak) apabila *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat dalam pengujian statistik yang harus dilakukan terlebih dahulu pada analisis regresi linier. Pada sebuah penelitian harus terbebas dari uji asumsi klasik, seperti yang dijelaskan sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Menurut Siregar (2014: 153) uji normalitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk memenuhi apakah model regresi, variabel independen, dan variabel dependen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual itu normal atau tidak, yaitu dengan menggunakan uji P-P Plot atau uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dalam penelitian ini untuk uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal, begitu pula dengan sebalainya.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011: 105) uji multikolinearitas adalah untuk menguji pada apakah model regresi ditemukan hubungan atau korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi antar variabel maka variabel – variabel ini ortogonal. Variabel ortogonal yang artinya variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol. Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai cut off yang di pakai untuk menunjukkan multikolineritas nilai tolerance $< / = 0,10$, atau sama nilai VIF yaitu $> / = 10,00$.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghazali (2011: 139) Penelitian yang baik adalah penelitian yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residual SRESID. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat pola tertentu pada grafik scatterplot seperti titik-titik yang membentuk pola bergelombang, melebar dan menyempit. Jika tidak ada heteroskedastisitas maka tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

c. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada umumnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi rata - rata populasi yang diketahui. Atau untuk menguji sebab akibat antara kedua variabel, dan juga untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. (Santoso, 2001: 143). Berikut persamaan regresi yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (loyalitas nasabah)

X1 = variabel bebas (lokasi)

X2 = variabel bebas (kualitas pelayanan)

a = Konstanta

b1 = koefisien regresi 1

b2 = koefisien regresi 2

e = tingkat error (variabel yang tidak diteliti)

d. Uji Hipotesis

1. Uji T (Penguji secara parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hubungan dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui pengaruh yang lebih dominan antara variabel X (Variabel bebas) dengan variabel Y (Variabel terikat). Ketentuan dari uji t ini yaitu jika hasil uji t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka dapat dipastikan terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen begitupun sebaliknya. Adapun tingkat kesalahan variabel 5% dan tingkat keyakinan 95%. Jika taraf kesalahan variabel $< 5\%$ atau 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan.

2. Uji F (Pengujian secara simultan)

Uji F digunakan untuk menguji seberapa berpengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Ketentuan dari uji F ini yaitu jika hasil uji F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$) maka H_1 diterima yaitu terdapat pengaruh antar variabel begitupula sebaliknya.

3. Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinan (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1. Ghozali (2009) mengatakan bahwa semakin besar R^2 mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah dan Perkembangan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

Sebagai salah satu lembaga keuangan mikro berbasis syariah yang bergerak dalam bidang perekonomian, KSPPS Hanada Quwais Sembada didirikan dalam upaya meningkatkan perekonomian pada pengusaha kecil dan mitra bisnisnya dengan mengembangkan bisnis produktif serta dengan melakukan investasi melalui kegiatan utamanya yaitu mendorong kegiatan menabung dan berkontribusi dalam kegiatan pembiayaan bagi masyarakat di lingkungan sekitar.

Tahap awal berdirinya KSPPS Hanada Quwais Sembada bermula dari diskusi antara manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada (Alfalisiyado) dengan ketua pengurus KSPPS Hanada Quwais Sembada (Sochimim) pada bulan Juli 2012. Pada saat itu mereka berdiskusi tentang lembaga keuangan. Kemudian mereka tertarik untuk mendirikan lembaga keuangan syariah (LKS). Sebelumnya manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada telah mendirikan BMT Al Furqon yang bertempat di Purwokerto yaitu sekitar bulan Maret 2013.

Setelah bulan Juli 2013 manajer dan ketua pengurus KSPPS Hanada Quwais Sembada berkomitmen untuk mendirikan LKS disertai dengan pembagian tugas yaitu silaturahmi dan sosialisasi kepada para tokoh masyarakat dan para pengusaha. Diskusi antara keduanya berlanjut setiap minggunya untuk membahas idealisme, sampai pada akhirnya dapat terealisasikan. Dalam diskusi tersebut membahas bagaimana sistem operasional yang akan digunakan dalam kegiatan usaha KSPPS Hanada Quwais Sembada hingga pembagian tugas secara spesifik yaitu ketua KSPPS Hanada Quwais Sembada mempersiapkan gedung tempat sebagai kantor,

peralatan dan perlengkapan operasional kantor, sedangkan manajer membentuk sebuah tim kecil yang merancang *master plan*, RAB (Rencana Anggaran Biaya), BEP, *company profile*, pembuatan slip proposal.

Adapun mengenai visi dan misi dilakukan melalui diskusi selama 2 malam oleh ketua dan manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada, walaupun pada saat itu sudah mempunyai gambaran akan tetapi rancangan kata-kata belum selesai dan diskusi diberhentikan dan manajer meminta waktu agar mendapatkan inspirasi. Hingga akhirnya setelah subuh manajer melaporkan kepada ketua atas visi dan misi KSPPS Hanada Quwais Sembada tersebut.

Diskusi berkelanjutan pada bulan April yaitu merancang produk dan akad, selama dua minggu baru didapatkan beberapa produk dan akad yang akan digunakan. Selain itu LKS ini juga menunjuk Dewan Pengawas Syariah (DPS) yaitu Mintaraga Eman Surya dan Chusnan. Mengenai tugas dari tim kecil diantaranya menyiapkan program *software* untuk perusahaan yang ditertibkan oleh Aulia *software consulting* dari Jawa Barat (yang sudah dipakai oleh kebanyakan LKS di Indonesia), hasil wawancara dengan Ibu Tri Damayanti Selaku karyawan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto Pada Tanggal Kamis 8 September 2022.

Hingga pada bulan Juni dilakukan perekrutan sumber daya manusia (SDM) yang akan membantu jalannya KSPPS Hanada Quwais Sembada ini yaitu Mustaniroh, Syefi Nur Jannah, dan Nasrul Aziz, persiapan selanjutnya selama beberapa bulan sampai pada bulan September mengenai rencana proyek yang akan dilakukan secara bersama-sama. Hingga akhirnya bulan Oktober 2013. Hal ini dilandasi oleh beberapa alasan yaitu:

- a. Mayoritas masyarakat Kalisalak bersifat agamis namun masih menggunakan produk dari ekonomi konvensional.
- b. Desa Kalisalak sebagai pusat perekonomian di Kecamatan Kebasen.
- c. Sebagai produksi gula merah yang berkualitas nasional.
- d. Sebagai misi dakwah.

- e. Di Kecamatan Kebasen sudah terdapat LKS akan tetapi belum dapat menembus ke masyarakat di daerah Kalisalak.

Dalam *grand opening* dihadiri oleh semua lembaga pendidikan yang ada di Kecamatan Kebasen baik negeri maupun swasta, pemerintah desa setempat, kecamatan, polsek dan koramil, muspika Kecamatan Kebasen, tokoh masyarakat, mitra bisnis dan pengusaha. Dalam kegiatannya kurang lebih selama empat bulan, KSPPS Hanada Quwais Sembada sudah cukup baik dalam operasionalnya karena nasabahnya sudah mencapai 210 dan daerah yang dicakupnya sudah cukup luas sampai pada wilayah Sampang, Kecamatan Tambak, dan wilayah Kecamatan Kebasen. Dari sinilah dapat dilihat perkembangan yang positif untuk melakukan suatu usaha baik *funding* maupun *financing* dimasa yang akan datang.

Terbukti seiring perkembangan yang cukup pesat banyak nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada yang berdomisili Purwokerto, dewan pengurus berdiskusi mengenai perluasan jangkauan dari koperasi syariah ini dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki yaitu tempat yang dijadikan kantor berlokasi di Gang Angrek Pasir Muncang Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas, kemudian dewan pengurus bersepakat untuk membuka cabang dari KSPPS Hanada Quwais Sembada. Pembangunan kantor cabang ini juga bertujuan untuk melakukan misi dakwah di daerah tersebut karena masih minimnya literasi masyarakat mengenai lembaga keuangan dengan sistem syariah. Dengan ini pada tanggal 25 Maret 2019 KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto resmi beroperasi.

Mengenai nama KSPPS Hanada Quwais Sembada sendiri diambil dari sebuah filosofi yaitu sebagai berikut:

ليس الفتى من يقول كان أبى ولكن الفتى من يقول هأنادى

Artinya: “*Bukanlah seorang pemuda yang mengatakan inilah Bapak saya, akan tetapi seorang pemuda yang mengatakan inilah saya apa adanya*”.

Maksud dari filosofi tersebut bahwa seorang walaupun sudah tua namun semangatnya harus tetap berjiwa muda. Sedangkan nama Quwais berasal dari bahasa arab yang mempunyai arti bagus atau istimewa (Afifah, 2021).

2. Visi dan Misi KSPPS Hanada Quwais Sembada

adalah menjadi keuangan syari’ah yang tepat dalam bermitra, terpercaya dan investasi dan sesuai syari’ah. Misi KSPPS Hanada Quwais Sembada:

- a. Memberikan pelayanan prima.
- b. Mengutamakan kebersamaan.
- c. Mengedepankan akuntabilitas.
- d. Memberdayakan ekonomi umat.
- e. Berdakwah dalam bingkai muamalah.
- f. Melaksanakan prinsip-prinsip syariah.

3. Produk-produk KSPPS Hanada Quwais Sembada

Adapun produk-produk yang ada di KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu sebagai berikut:

a. Produk *funding*

KSPPS Hanada Quwais Sembada hadir di tengah-tengah masyarakat dengan memberikan dan menawarkan produk-produk simpanan atau tabungan yang menggunakan prinsip-prinsip syari’ah yang terhindar dari riba yang diharamkan oleh Allah SWT, seluruh produk simpanan yang ditawarkan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada menggunakan akad simpanan *wadiah*.

Wadiah merupakan prinsip simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk

dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai keuntungan titipan. Jenis-jenis wadiah yaitu:

1) *Wadi'ah yad amanah*

Adalah titipan murni dari pihak yang menitipkan barang kepada pihak penerima titipan. Pihak penerima titipan harus menjaga dan memelihara barang titipan dan tidak diperkenankan untuk memanfaatkannya. Penerimaan barang titipan akan menerima barang dengan utuh kepada pihak yang menitipkan setiap saat barang itu ketika dibutuhkan.

2) *Wadi'ah yah dhamanah*

Adalah akad wadi'ah dimana pihak penerima titipan pada memanfaatkan barang yang dititipi. Penerima titipan wajib mengembalikan barangnya secara utuh, penerima titipan 48 diperbolehkan memberikan imbalan dalam bentuk bonus yang diperjanjikan sebelumnya.

Untuk itu maka akad yang dibutuhkan dalam produk *funding* di KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu wadi'ah yad dhamanah, dalam ini pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada berhak mengelola dana tersebut secara profesional sesuai prinsip syari'ah, untuk disalurkan sebagai pembiayaan kepada masyarakat dengan timbal balik bonus kepada pemilik simpanan dengan persentase yang ditentukan oleh manajemen KSPPS Hanada Quwais Sembada yang disesuaikan dengan pendapatan per bulan KSPPS Hanada Quwais Sembada.

Pada produk *funding*, Hanabung (hanada tabungan) adalah produk yang diminati oleh masyarakat. Dengan Rp 35.000,- mereka sudah mendapatkan tabungan dengan service antar jemput untuk setiap kali setoran. Hanabung, menggunakan akad wadi'ah. Dalam hal ini masyarakat akan mendapatkan bonus dari pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada.

b. Produk Simpanan

1) Hanabung (Hanada Tabungan)

Hanabung merupakan produk tabungan yang amanah dan barokah baik atas nama perorangan maupun lembaga yang baik digunakan untuk semua kalangan.

2) Hanawisata (Hanada Pariwisata dan Ziarah)

Hanawisata merupakan produk yang dirancang bagi yang gemar berpetualang dan wisata religi, dan di dalamnya memiliki keunggulan yaitu setoran antar jemput, serta mendapatkan bagi hasil yang berkah dan selain itu KSPPS Hanada Quwais Sembada juga menyediakan armada bagi program hanawisata.

3) Hanadikan (hanada Pendidikan)

Hanadikan merupakan simpanan yang diperuntukan bagi orang tua yang ingin mewujudkan impian putra/putrinya dalam pendidikan untuk masa depan.

4) Hanapensi (Hanada Pensiun)

Hanapensi merupakan produk yang diperuntukan untuk kepentingan hari tua/masa pensiun yang lebih tentram dan dapat dijadikan pembiayaan.

5) Hanakaro (Hanada Simpanan Berjangka Mudharabah)

Hanakaro merupakan produk simpanan berjangka mudharabah yang memiliki keunggulan yaitu dana aman dan bagi hasil yang kompetitif yaitu:

- a) 3 bulan 40:60
- b) 6 bulan 45:55
- c) 12 bulan 50:50

6) Hanajah (Tabungan Hajatan/Walimah)

Hanajah merupakan produk tabungan hajatan atau walimah, dimana simpanan menuju masa depan sesuai dengan impian nasabah.

Produk ini mempunyai keunggulan yaitu service jemput untuk setiap kali setoran, penyetoran simpanan sesuai dengan kesepakatan program hajatan, dan dapat diambil ketika program selesai dengan minimal waktu 6 bulan.

7) Hanaban (Hanada Qurban)

Hanaban merupakan tabungan qurban agar semua orang muslim bisa berqurban. Hanaban ini mempunyai keunggulan antara lain service antar jemput untuk setiap kali setoran, setoran awal Rp 100.000,- dan selanjutnya minimal Rp 10.000,- bisa pribadi atau kelompok, dapat disetorkan langsung atau diambil oleh petugas KSPPS Hanada Quwais Sembada, dan yang paling penting adalah service pelayanan pembelian hingga diantarkan.

8) Hanalin (Hanada Bersalin)

Produk ini sangat cocok bagi ibu-ibu hamil yang akan melahirkan karena sekarang-sekarang ini proses bersalin membutuhkan biaya yang tidak sedikit, maka dari itu KSPPS Hanada Quwais Sembada menciptakan produk simpanan bersalin.

9) Hanajiro (Hanada Haji/Umroh)

Hanajiro merupakan produk yang dirancang untuk mewujudkan atau menyempurnakan rukun islam ke lima yaitu menunaikan ibadah Haji ke tanah suci. Caranya dengan membuka simpanan Hanajiro dengan membuka simpanan dengan setoran awal Rp 500.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-.

Tabel 4.1 persyaratan pembukaan tabungan

No	Persyaratan
1	Menjadi anggota kspps hanada quwais sembada
2	Mengisi formulir pembukaan rekening

3	Melampirkan <i>fotocopy</i> KTP
---	---------------------------------

c. Produk Landing

- 1) Pembiayaan Mudharabah. Dipergunakan bagi anggota yang memiliki usaha produktif dengan tingkat keuntungan yang baik serta membutuhkan modal kerja.
- 2) Pembiayaan Murabahah. Dalam pembiayaan ini KSPPS Hanada Quwais Sembada membantu anggota yang membutuhkan barang untuk keperluan dagang, kebutuhan rumah tangga dan produk, namun jika memiliki dana yang cukup untuk membeli secara tunai.
- 3) Pembiayaan Talangan Pembiayaan talangan ini adalah pembiayaan tanpa imbalan, pinjaman untuk keperluan mendesak, kewajiban peminjam sesuai pinjaman, dan pinjaman diperbolehkan memberikan jasa tanpa diperjanjikan di awal. Mengenai persyaratan yang harus dipatuhi dalam pembiayaan yang dilakukan oleh mitra kerja atau nasabah ada di tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
persyaratan pengajuan pembiayaan

No	Persyaratan
1	Menjadi anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada
2	Mengisi formulir pengajuan pembiayaan
3	Melampirkan <i>fotocopy</i> KTP suami istri
4	Melampirkan <i>fotocopy</i> kartu keluarga
5	Melampirkan <i>fotocopy</i> surat yang dijaminkan
6	Melampirkan surat keterangan usaha (untuk pembiayaan produktif)

7	Bersedia disurvei
---	-------------------

e. Produk PBOP

PBOP adalah singkatan dari Payment Online Bank. Arti dari PBOP adalah penyedia jasa pembayaran online (menggunakan koneksi internet) yang bekerja sama dengan bank yang beroperasi 24 jam secara real time. Produk PBOP di KSPPS Hanada Quwais Sembada sendiri adalah sebagai berikut:

- 1) Pembayaran listrik
- 2) Pembayaran telepon
- 3) Pembayaran PDAM
- 4) Pembayaran indihome
- 5) Pembelian tiket kereta api
- 6) Jual dan deposit pulsa
- 7) Transfer uang

4. Struktur Organisasi KSPPS Hanada Quwais Sembada

Berikut ini susunan pengawas, pengurus dan pengelola KSPPS Hanada Quwais Sembada sebagai berikut:

a. Pengurus

- 1) Ketua : H. Sochim, Lc.Msi
- 2) Sekertaris : Nafil Ahmad Fathi
- 3) Bendahara : Fatkha Amalina, S.Pd.Ek

b. Dewan Pengawas Syari'ah :

- Mintaraga Eman Surya, Lc., M.A
- Chusnan

c. Pengawas

- Dewi Puspita
- Ika Windi Astuti

- Siti Fatimah
- d. Manager
 - Nasrul Aziz
- f. Marketing
 - M Galih Saputra S.E
 - Rizal Faozi S.Pd
 - Doni Darmawan Hidayat S.Pd
 - Ashhabul Yamin S.H
 - Vivi Melani
- g. Teller/CS
 - Laila Sofiyatun S.E
 - Fayu demasi
- g. Admin
 - Tri Damayanti S.E
 - Eko Septi Wibowo S.T
 - Fadilah Nada Islami

5. Fungsi dan Tugas Bagian-bagian Pengurus

Badan pengurus dibentuk oleh anggota, pengurus atau persetujuan rapat anggota dapat menunjukkan seseorang untuk melakukan tugas pemimpin harian dalam usaha kegiatan di KSPPS Hanada Quwais Sembada. Pemimpin terdiri dari Ketua, Sekretaris, dan Bendahara. Tugas badan pengurus antara lain:

- a. Mengelola organisasi dan usaha KSPPS Hanada Quwais Sembada
- b. Melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama KSPPS Hanada Quwais Sembada
- c. Mewakili KSPPS Hanada Quwais Sembada di luar dan hadapan pengadilan

1) Dewan Pengawa Syari'ah

Dewan Pengawas Syari'ah dibentuk oleh anggota, tugas-tugas DPS yaitu:

- a) Mengawasi dan memberikan penilaian terhadap kegiatan operasional KSPPS Hanada Quwais Sembada
- b) Melakukan pemeriksaan atas administrasi keuangan dan pengelolaan penggunaan dana seluruh kekayaan milik KSPPS Hanada Quwais Sembada
- c) Mengadakan supervisi atas agunan (jaminan) yang diterima oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada
- d) Memberikan saran dan pertimbangan tentang langkah atau tindakan atau tindakan yang perlu diambil dalam bidang tugasnya

2) Manajer Fungsi dan kedudukan manajer umum adalah sebagai berikut:

- a) Sebagai pelaksana dibidang usaha dan bertanggung jawab kepada pengurus
- b) Sebagai pelaksana dari kebijakan yang diambil oleh badan pengurus
- c) Menetapkan struktur organisasi dan manajemen serta menjamin kelangsungan usaha
- d) Bekerja terus menerus selama tidak bertentangan dengan AD/ART dan keputusan rapat anggotanya.
- e) Mengembangkan sikap percaya atas kekurangan dan kemampuan KSPPS Hanada Quwais Sembada dalam kegiatan-kegiatannya.
- f) Menerima pertanggungjawaban dari masing-masing bagian di bawahnya atas pelaksanaan tugas selama periode tertentu.

3) Bagian Pembiayaan Tugas pembiayaan adalah:

- a) Mengarsipkan seluruh pengajuan permohonan pembiayaan
- b) Mensurvei calon nasabah dengan usaha-usaha nasabah yang potensial
- c) Merealisasikan permohonan nasabah

- d) Menyampaikan surat penolakan kepada calon nasabah yang tidak memenuhi kriteria sebagai nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada setelah disurvei
- e) Mengawasi posisi setiap pembiayaan anggota, memantau agar pelunasannya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati
- f) Melakukan penagihan ke setiap anggota yang diberikan pembiayaan secara arif, mendidik, dan efektif sesuai tanggal atau waktu yang disepakati
- g) Setiap akhir bulan menghitung jumlah nasabah aktif dan persentase kemacetan.

4) Teller/kasir

Kasir bertanggungjawab kepada manajer. Tugasnya adalah melakukan seluruh aktifitas yang berhubungan dengan transaksi.

5) Marketing/kolektor Tugas-tugasnya adalah:

- a) Melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk-produk lembaga supaya terjual, baik melalui brosur, lobi ataupun pendekatan kekeluargaan terhadap mitra yang membutuhkan.
- b) Memastikan angsuran yang harus jemput tagihan sesuai dengan waktunya.
- c) Memastikan tidak ada selisih antara dana yang dijemput dengan dana yang disetorkan pada lembaga.
- d) Membantu memberikan jalan keluar dan solusi bagi mitra usaha yang bermasalah, melakukan penjualan jaminan dan upaya-upaya lainnya baik secara kekeluargaan maupun hukum yang berlaku.
- e) Menyelenggarakan administrasi yang berisi daftar normatif pendaftaran pembiayaan.
- f) Rekap hasil tagihan yang memuat seluruh total pembiayaan yang menjadi target marketing.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mempermudah mengidentifikasi responden dalam penelitian ini sehingga dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian. Adapun karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan jenis pekerjaan.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	37	39%
2.	Perempuan	58	61%
Total		95	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa dari jumlah total 95 responden dalam penelitian ini, terdapat 37 orang atau 39% berjenis kelamin laki-laki dan 58 orang atau 61% berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto yang diambil sebagai responden adalah perempuan.

2. Usia

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	20-29	22	23,2%
2	30-39	45	47,4%

3	40-49	21	22,1%
4	50-60	7	7,3%
Total		95	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui bahwa persentase responden berdasarkan usia adalah sebanyak 22 atau 23,2% untuk kelompok umur 20-29 tahun, sebanyak 45 orang atau 47,4% untuk kelompok umur 30-39 tahun, sebanyak 21 orang atau 22,1% untuk kelompok umur 40-49 tahun, sebanyak 7 orang atau 7,3% untuk kelompok umur 50-60 tahun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto yang menjadi responden sebagian besar berumur 30-39 tahun.

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD	15	15,8%
2	SLTP	25	26,3%
3	SLTA	30	31,6%
4	Diploma	7	7,4%
5	Sarjana (S1)	18	18,9%
6	Magister (S2)	0	0%
7	Lainnya	0	0%

Total	95	100%
--------------	-----------	-------------

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhirnya didominasi oleh lulusan SLTA sebanyak 30 orang atau 31,6%, kemudian disusul oleh lulusan SLTP sebanyak 25 orang atau 26,3%, lalu ada lulusan sarjana (S1) sebanyak 18 orang atau 15,8%, lulusan SD sebanyak 15 orang atau 15,8% yang terakhir lulusan Diploma sebanyak 7 orang atau 7,4%.

4. Jenis Pekerjaan

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pegawai Negeri/BUMN/POLRI/TNI	5	5,2%
2	Karyawan Swasta	7	7,4%
3	Wiraswasta	13	13,7%
4	Ibu Rumah Tangga	5	5,2%
5	Pedagang	53	55,8%
6	Lainnya	12	12,7%
Total		95	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenis pekerjaan mayoritas sebagai pedagang yaitu sebanyak 53 orang atau 55,8%, kemudian disusul oleh jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 13 orang atau 13,7%,

kemudian ada pula jenis pekerjaan lainnya sebanyak 12 orang atau 12,7% , karyawan swasta sebanyak 7 orang atau 7,4%, kemudian ibu rumah tangga sebanyak 5 orang atau 5,2% sama banyaknya seperti jenis pekerjaan Pegawai Negeri/BUMN/POLRI/TNI sebanyak 5 atau 5,2%.

C. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur secara tepat konsep yang akan diukur (Abdullah, 2015: 258). Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila memiliki validitas yang tinggi begitu pula sebaliknya apabila tingkat validitasnya rendah berarti instrument tersebut kurang valid. Sedangkan sebuah kuesioner atau alat ukur dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ begitupun sebaliknya. Nilai r_{tabel} dapat diketahui pada tabel statistik dengan signifikansi 0,05. Adapun penentuan nilai r_{tabel} sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n-2 \\ &= 95-2 \\ &= 93 (0,200) \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini hasil uji validitas dengan bantuan program SPSS 26 for windows adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R_{Hitung}	R_{Tabel}	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0,705	0,200	Valid
	X1.2	0,633		Valid
	X1.3	0,633		Valid
	X1.4	0,688		Valid
	X1.5	0,747		Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,785	0,200	Valid
	X2.2	0,815		Valid
	X2.3	0,723		Valid
	X2.4	0,722		Valid

	X2.5	0,638		Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y.1	0,687	0,200	Valid
	Y.2	0,738		Valid
	Y.3	0,610		Valid
	Y.4	0,711		Valid
	Y.5	0,631		Valid

Sumber: data primer yang diolah SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini untuk mengukur variabel lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan loyalitas nasabah (Y) dinyatakan valid. Keseluruhan item pernyataan yang menunjukkan pada signifikansi 5% (0,05) dan nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan seluruh item pertanyaan dapat digunakan pada model pengujian. Hal ini juga sesuai dengan hasil pendahuluan uji validitas yang dilakukan dengan menguji 95 responden nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Pusat, dari hasil tersebut mengatakan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (reliable). Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama, setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan memperhitungkan hasil pengukuran yang konsisten (Abdullah, 2015: 261). Sebuah kuesioner dapat dikatakan *reliable* apabila jawaban konsisten dari waktu ke waktu di atas ketentuan yang ditetapkan. Sebuah kuesioner dapat dikatakan *reliable* (layak) apabila *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Adapun hasil pengujian reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Lokasi (X1)	0,709	Reliabel
Kualitas pelayanan (X2)	0,786	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,697	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang terdiri dari variabel lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan loyalitas nasabah (Y) yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian selanjutnya. Hal ini juga sesuai dengan hasil pendahuluan uji validitas yang dilakukan dengan menguji 95 responden nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Pusat, dari hasil tersebut mengatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner reliabel karena hasil menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* semua reliabel lebih dari 0,60.

D. Hasil Analisis Data

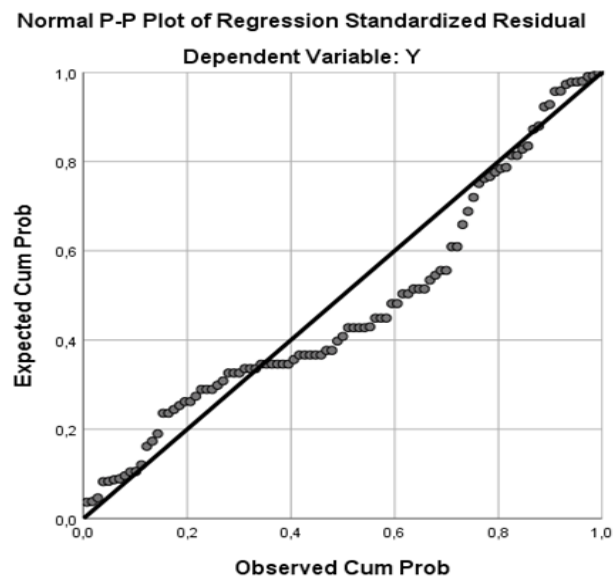
1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2014:153) uji normalitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk memenuhi apakah model regresi, variabel independen, dan variabel dependen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual itu normal atau tidak, yaitu dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan

menggunakan *kolmogorov-smirnov* nilai $\text{sig} > 0,05$, maka data berdistribusi normal. Adapun hasil pengujian normalitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan gambar 4.1 hasil uji normalitas, dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa diagram plot titik mengikuti garis yang melintang dari kiri bawah ke kanan atas maka dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terdapat korelasi, maka terdapat problem multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. jika nilai *tolerance* $> 0,1$ atau nilai $\text{VIF} < 10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Adapun hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,822	1,943		4,540	,000		
	Lokasi	,047	,064	,059	,735	,464	1,000	1,000
	Kualitas pelayanan	,539	,069	,629	7,778	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, 2022

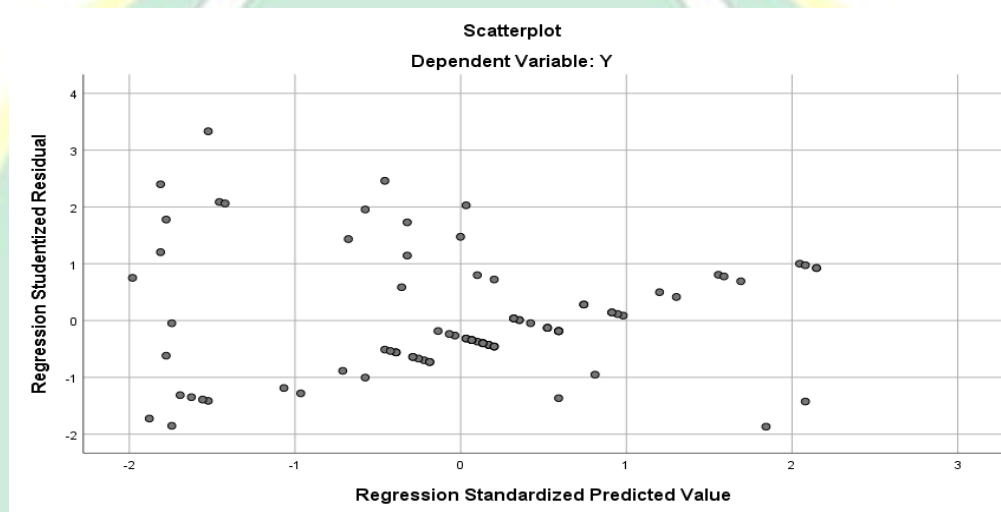
Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji multikolinearitas, dapat diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada masing-masing variabel menunjukkan angka lebih dari 0,10 dimana variabel lokasi memiliki nilai *tolerance* sebesar 1,000 dan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* sebesar 1,000. Sedangkan untuk nilai VIF untuk masing-masing variabel kurang dari 10 dimana untuk variabel lokasi memiliki nilai VIF sebesar 1,000 dan kualitas pelayanan memiliki nilai VIF sebesar 1,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2011:139) penelitian yang baik adalah penelitian yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED

dengan residual SRESID. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat pola tertentu pada grafik scatterplot seperti titik-titik yang membentuk pola bergelombang, melebar dan menyempit. Jika tidak ada heteroskedastisitas maka tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan gambar 4.2 hasil uji heteroskedastisitas dapat terlihat grafik scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel bebas yaitu lokasi, dan kualitas pelayanan dengan variabel terikat yaitu loyalitas nasabah. Adapun hasil pengujian

regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,822	1,943		4,540	,000
	Lokasi	,047	,064	,059	,735	,464
	Kualitas pelayanan	,539	,069	,629	7,778	,000
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						

Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel di 4.10 hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui persamaan regresi linier berganda antara variabel lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2), terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto yaitu:

$$Y = 8,822 + 0,047X_1 + 0,539X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

a. Konstanta (α) = 8,822

Nilai konstanta variabel loyalitas (Y) sebesar 8,822 yang menunjukkan bahwa jika variabel lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) sama dengan nol maka loyalitas nasabah diperoleh sebesar 8,822.

b. Koefisien b_1

Menunjukkan nilai koefisien (X1) sebesar 0,047 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel (X1) maka loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto akan naik sebesar 0,047. Begitu juga kebalikannya, apabila lokasi diturunkan maka dapat mengakibatkan penurunan loyalitas nasabah sebesar 0,047.

c. Koefisien b_2

Menunjukkan nilai koefisien (X_2) sebesar 0,539 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel (X_2) maka loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto akan naik sebesar 0,539. Begitu juga kebalikannya, apabila variabel kualitas pelayanan diturunkan maka minat loyalitas nasabah bisa mengalami penurunan sebesar 0,539 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hubungan dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui pengaruh yang lebih dominan antara variabel X (Variabel bebas) dengan variabel Y (Variabel terikat). Ketentuan dari uji t ini yaitu jika hasil uji t hitung lebih besar dari t_{tabel} ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) maka dapat dipastikan terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen begitupun sebaliknya. Adapun tingkat kesalahan variabel 5% dan tingkat keyakinan 95%. Jika taraf kesalahan variabel $< 5\%$ atau 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Adapun hasil uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,822	1,943		4,540	,000
	X1	,047	,064	,059	,735	,464
	X2	,539	,069	,629	7,778	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, 2022

Untuk menentukan nilai t_{tabel} digunakan persamaan rumus sebagai berikut:

$$T_{\text{tabel}} = (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 95-2-1) = 0,025 ; 92 = 1,986$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen (bebas)

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji t (parsial) dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis 1

Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan t_{hitung} sebesar 0,735 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,986, sehingga $t_{\text{hitung}} 0,735 < t_{\text{tabel}} 1,986$ dan signifikansi $0,464 > 0,05$ oleh karena itu H_1 ditolak dan H_0 diterima, yang artinya bahwa variabel *lokasi* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

2) Hipotesis 2

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui t_{hitung} sebesar 7,778 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,986, sehingga $t_{\text{hitung}} 7,778 > t_{\text{tabel}} 1,986$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji seberapa berpengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Ketentuan dari uji F ini yaitu jika hasil uji F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$) maka H_1 diterima yaitu terdapat pengaruh antara variabel

begitupula sebaliknya. Adapun hasil uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180,349	2	90,174	30,568	,000 ^b
	Residual	271,398	92	2,950		
	Total	451,747	94			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 30,568 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai F hitung (30,568) lebih besar dari F tabel (3,10) yang diperoleh dari perhitungan dengan rumus $F_{tabel} = (k;n-k-1) = (2 ; 95-2-1) = (2;92)$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya kesesuaian dengan hipotesis yang menyebutkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

c. Uji Determinasi (Uji- R^2)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1. Ghozali (2011) mengatakan bahwa semakin besar R^2 mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel

dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi (uji- R^2) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,632 ^a	,399	,386	1,718
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji koefisien determinasi (uji- R^2), menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,399 hal ini dapat diartikan bahwa variabel lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh sebesar 0,399 atau 39,9% terhadap variabel dependen dalam penelitian ini yang berupa loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Sedangkan sisanya yang sebesar 60,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kepuasan (Afifah, 2021), faktor kualitas produk (Chasanah, 2019), faktor harga (Utama, 2017), faktor citra bank (Satriyanti, 2012).

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah melakukan pengolahan terhadap data yang diperoleh dengan bantuan aplikasi SPSS for windows 26 dan setelah diketahui hasil dari uji-uji yang telah dilakukan sebelumnya, maka selanjutnya didapatkan hasil uji hipotesis. Adapun hasil pengujian masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Aspek Lokasi (X1) Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

Lokasi menurut Ujang Sumarwan (2011) lokasi yaitu tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan menggunakan produk yang kita tawarkan. Definisi lain dari lokasi yaitu tempat dimana perusahaan beroperasi atau tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan mempertimbangkan dari sisi ekonominya. Dalam pemilihan lokasi usaha, pemilik usaha harus mempertimbangkan beberapa faktor dalam pemilihan lokasi usaha, karena lokasi usaha adalah asset jangka panjang yang akan berdampak pada kesuksesan usaha tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Uji t) menghasilkan bahwa nilai *sig.* sebesar 0,000 karena nilai signifikansi $< 0,05$ serta nilai t hitung untuk variabel lokasi (X1) diperoleh sebesar 0,735 yang berarti lebih kecil dari nilai t tabel 1,986 maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. H_1 ditolak dan H_0 diterima dimana variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Hal ini juga ditegaskan lokasi dalam perspektif islam lokasi termasuk dalam salah satu usaha yang dilakukan melalui dalam 2 tahap yaitu perencanaan dan penentuan. Dalam hal itu lokasi kurang sesuai dengan perencanaan dan penentuan untuk kedepan karena tidak berpengaruh dan hal ini juga kurang adanya kesesuaian dengan teori perilaku konsumen yang dijelaskan oleh Firmansyah (2018) dalam bukunya Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran) yang mengatakan bahwa perilaku konsumen yang bersifat rasional yaitu tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yang

dicirikan salah satunya yaitu konsumen memilih produk sesuai dengan kenyamanan lingkungan toko. Hal ini menunjukkan pula bahwa lokasi kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto kurang strategis dan masih menerapkan sistem jemput bola sehingga nasabah tidak harus datang ke kantor, dimana kantor tersebut masuk ke dalam gang kurang terlihat oleh nasabah.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Titisari (2007) dan Chasanah (2019) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan karena lokasi berada di tempat yang kurang strategis dan kurangnya parkir yang memadai untuk masyarakat yang ingin bertransaksi disana.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

Menurut Zeithmal (1990), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai “*the extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions*”. Dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan dengan tingkat persepsi mereka.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Uji t) menghasilkan bahwa nilai *sig.* sebesar 0,000 karena nilai signifikansi $< 0,05$ serta nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh sebesar 7,778 yang berarti lebih besar dari nilai t tabel 1,986 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima dimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Hal ini ditegaskan Allah dalam surat An-Nisa ayat 8 yang menjelaskan bahwa seorang pemasar harus mampu berbicara dengan bahasa yang baik, lancar dan menarik untuk mengambil hati konsumen, sehingga

konsumen merasa percaya dan ingin membeli atau memakai jasa yang ditawarkan. Dan selalu bersikap ramah, sopan memperhatikan kebutuhan dan juga keluhan para konsumen juga tentunya hal ini dilakukan dengan hati yang ikhlas dan mengharap ridha Allah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2019). yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Begitu juga dengan penelitian Afifah (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik atau profesional akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen rasa percaya bahwa mereka mendapatkan nilai yang tinggi pada saat membeli atau memakai jasa. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik meningkatkan pandangan kepercayaan pelanggan sehingga dapat membentuk sikap pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Kepercayaan oleh pelanggan diperlakukan sebagai suatu hal yang mencerminkan kesan keseluruhan terhadap perusahaan (Brady, 2000).

3. Pengaruh Aspek Lokasi dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Uji F) menghasilkan bahwa nilai F hitung sebesar 30,568 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $< 0,05$ serta nilai F hitung (30,568) lebih besar dari F tabel (3,10) yang diperoleh dari perhitungan dengan rumus $F_{tabel} = (k;n-k-1) = (2;95-2-1) = (2;92)$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima dimana variabel lokasi dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Hal ini juga di tegaskan surat An-Nisa ayat 8 dan H.R Ibnu Mubarak, seorang harus mampu berbicara dengan bahasa yang baik, lancar dan menarik sehingga dapat mengambil hati konsumen, sehingga konsumen akan tertarik dan ingin membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Kemudian pemilihan lokasi harus yang baik dan strategis karena akan berdampak terhadap jangka panjang dalam suatu bisnis.

Hasil perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,399 hal ini dapat diartikan bahwa variabel lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh sebesar 0,399 atau 39,9% terhadap variabel dependen dalam penelitian ini yang berupa loyalitas nasabah. Sedangkan sisanya yang sebesar 60,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan apabila diteliti bisa memberikan hasil yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sesuai dengan teori perilaku konsumen. Seperti faktor faktor citra bank (Satriyani,2012). kepuasan (Afifah, 2021), faktor kualitas produk (Chasanah, 2019), faktor harga (Utama, 2017).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh mengenai pengaruh aspek lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel lokasi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dibandingkan dengan nilai t tabel ($0,735 < 1,986$) dan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,464 > 0,05$).
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel ($7,778 > 1,986$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).
3. Lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis (Uji F) yang mengatakan bahwa nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel ($30,568 > 2,70$). Selain itu pula dibuktikan dengan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,399 atau 39,9%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini bisa dijadikan inspirasi dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, misalnya mengganti variabel kualitas pelayanan dengan variabel yang lain yang diluar penelitian ini dengan variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel loyalitas atau dapat meneliti kembali lebih mendalam mengenai variabel lokasi yang dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh sehingga memperoleh hasil yang lebih bervariasi. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan populasi dan sampel yang lebih banyak sehingga akan menghasilkan kondisi yang lebih sebenarnya dan representatif. Selain itu dapat pula meneliti di tempat yang berbeda atau meneliti lebih dari satu objek agar hasilnya yang didapatkan bisa dibandingkan.

2. Bagi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

Diharapkan bagi pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada KC untuk tetap menjaga faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Terutama dalam hal internal, karena pihak manajemen dapat mengendalikan secara langsung. Dengan melihat hasil analisis regresi linier berganda dimana variabel yang dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah variabel kualitas pelayanan yang termasuk dalam faktor internal. Kemudian faktor eksternal mengingat variabel lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah maka sebaiknya pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto perlu memperhatikan apa yang dapat dilakukan untuk menanggulangi kekurangan terhadap lokasi sehingga diharapkan kepada para konsumen masih memiliki kepercayaan terhadap KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Afifah, Leli. 2021. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus Kspps Hanada Quwais Sembada Kc Purwokerto*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Afifah, Al Azka. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Adamy, Marbawi. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh Aceh.
- Akeda, rahmawati et al. 2020. *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah*. Tangerang: Journal Of Islamic Economic And Banking. Vol 2. No. 1.
- Arista, Riri. 2021. *Analisis Pengaruh Promosi Dan Loksai Terhadap Minat Masyarakat Pada KSP Syariah BMT Bee Mass Cabang Ngrambe Di Kab Ngawi*. Skripsi. Ponorogo: IAIN.
- Bahri, Syaiful, 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis-Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data*. Yogyakarta: Andi.
- Brady, M.K. dan Cronin, J.J. 2001. *Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach*. The journal of Marketing.
- Cahya, Pratama, Erika. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo*. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Chasanah, Uswatun. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Waroeng Pisa Purwokerto, Banyumas*. Purwokerto: Iain Purwokerto.

- Djollong, Andi Fitriani. 2014. *Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif*. Dalam Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam, Vol. 2. No. 1.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*. Orlando: The Dryden Press.
- Fatmawati, Dewi. 2018. *Metoda Wawancara*. Yogyakarta: Penerbit Universitas Gajah Mada.
- Fitriyani, Sandra. 2019. *Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil*. Dalam Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 2, No. 1.
- Firmansyah, M Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gayo, Haliza Deli. 2017. *Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia. Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Bank Bni Syariah Cabang Fatmawati*. Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi analisi multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hardani. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hariono, Robby, Marlina dan Maria Assumpta Evi. 2021. *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash*. Dalam Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Universitas Ciputra Surabaya, Vol, 6. No, 1.
- Hermanto. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Sdm Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah, Studi Pada BPRS Berkah Ramadhan*. Jurnal Ekonomi. Vol. 12. No. 1.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: alfabeta.

- Jill, Griffin. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Longenecker, Justin G, et al. 2001. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil Edisi I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lind, Marchal, dan Wathen. 2007. *Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global, Edisi 13*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lubis, Irsyad. 2018. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Medan: Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Mahfudl, Azam. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Mahsyar, Syariful dan Surapati, Untung. 2020. *Effect Of Service Quality and Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty*. Dalam Jurnal Internasional Of Economics, Business And Accounting Research (IJEBAR) Universitas Mulawarman, Vol. 4, No, 1.
- Ma'sumah, S. 2019. *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul Dan Hipotesis Penelitian*. Banyumas: CV. Rizquna.
- Masyitoh, Dwi Novita. 2014. *Analisis Normatif Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*. Penerbit: Jurnal Economica.
- Mc Clave, Benson, dan Sincich. 2011. *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhammad, Adam dan Irham, Fahmi. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction : A Behavioral Perspective On The Consumer (2nded)*. London : ME Sharp Incorporated.
- Pratama, Erika Cahya. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan*. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Rahayu, Listyowati Puji. 2019. *Service Quality, Customer Satisfaction, Company Location And Customer Loyalty (A Case Study at BMT Tumang Grabag Branch Magelang)*. Magelang: EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR). Vol, 5. No, 9.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*. Yogyakarta. Uii Pers.
- Rocmaniah, Ana. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada BMT Tulungagung*. Iain Tulungagung.
- Rosnair, 2010. *Analisis Pengaruh Efisiensi Sumber Daya Bank Umum Syariah Terhadap Kinerja Perusahaan*. TAZKIA. Vol. 5. No. 2.
- Santoso, Singgih. 2001. *SPSS Versi 10: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, Ita, Munika Devinta. 2018. *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Mandiri*. Tulungagung: Iain Tulungagung.
- Satriyani, Evi Oktaviani. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya*. Surabaya: Stie Perbanas, Vol. 2 No. 2.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Penghitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2010. *Metode Pendekatan Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet, 9. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku konsumen-Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service)
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sutinah, dan Bagong, Suyanto. 2007. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Titisari, Farida Ratna. 2007. *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PD BPR Bank Pasar Boyolali*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptoherijanto, Prijono. 1996. *Sumber Daya Manusia Dalam Pembangunan Nasional*. Universitas Indoneia (UI Press).
- Utama, M. Aldy Yazni. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Toyota Setiajaya Parung*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Usman, Husaini, dan Purnomo Setiady Akbar. 2012. *Pengantar Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Welta, Fretty. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bmt Surya Barokah*. I-Economic Vol.3. No.2.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN

Kepada Yth.

Calon Responden Penelitian

Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, berkenaan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Pengaruh Aspek Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto". Saya:

Nama : Aziz Setiawan

Nim : 1817202008

Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Memohon kesediaan bapak/ibu/sdr/i untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan. Penelitian ini tidak menimbulkan akibat yang merugikan bagi responden, semua informasi akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan bapak/ibu/sdr/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,



Aziz setiawan

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH ASPEK LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KC PURWOKERTO

I. IDENTITAS RESPONDEN

Berikan tanda checklist/centang (√) pada pilihan jawaban anda

1. Nama : *(boleh tidak diisi)*
2. Alamat :
3. Jenis kelamin : Laki - laki Perempuan
4. Usia :Tahun
5. Pekerjaan/Profesi

<input type="checkbox"/> Pegawai negeri/BUMN/POLRI/TNI	<input type="checkbox"/> Ibu Rumah Tangga
<input type="checkbox"/> Karyawan swasta	<input type="checkbox"/> Pedagang
<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa	<input type="checkbox"/> Lainnya
<input type="checkbox"/> Wiraswasta	
6. Pendidikan terakhir

<input type="checkbox"/> SD	<input type="checkbox"/> Sarjana (S1)
<input type="checkbox"/> SLTP	<input type="checkbox"/> Magister (S2)
<input type="checkbox"/> SLTA	<input type="checkbox"/> Lainnya
<input type="checkbox"/> Diploma	

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

- Berikan tanda checklist/centang (√) pada pernyataan berikut ini, isilah sesuai dengan pendapat bapak/ibu/saudara/i rasakan pada kolom yang telah disediakan. Setiap pernyataan hanya mengharapkan satu jawaban.
- Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan dan akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat bapak/ibu/saudara/i yaitu:

Skor 1 STS : Sangat Tidak Setuju

Skor 2 TS : Tidak Setuju

Skor 3 RG : Ragu-Ragu

Skor 4 S : Setuju

Skor 5 SS : Sangat Setuju

LOKASI (X1)						
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	Lokasi Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto mudah dijangkau transportasi.					
2	Lokasi Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto berada ditempat yang mudah ditemukan dapat dilihat orang banyak.					
3	Kantor Kspps Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dekat dengan rumah warga dan keramaian					
4	Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto memiliki lahan parkir yang luas dan memadai.					
5	Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto berada di lingkungan yang nyaman dan aman.					

KUALITAS PELAYANAN (X2)						
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	Karyawan Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto menyampaikan informasi secara benar.					
2	Karyawan Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto Cepat dan tanggap dalam melayani nasabah.					
3	Karyawan Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto berpenampilan rapih dan sopan					
4	Karyawan Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dapat menumbuhkan rasa percaya kepada nasabah .					
5	Karyawan Kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto sungguh-sungguh dalam memperhatikan kepentingan nasabah.					

LOYALITAS NASABAH (Y)						
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	Bersedia menceritakan kepada orang lain tentang keunggulan produk dan jasa di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto					
2	Bersedia untuk menyarankan dan mempromosikan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto					
3	Bersedia untuk menggunakan produk dan jasa KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto					
4	Bersedia untuk menggunakan produk KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto secara kontinu					
5	Tetap menggunakan produk dan jasa KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto walaupun terdapat perusahaan bank lain					

Lampiran 2. Tabulasi data Jawaban Kuesioner Responden

Lokasi (X1)

No	LOKASI (X1)					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	4	5	4	5	23

2	3	3	3	3	3	15
3	4	4	3	2	4	17
4	4	4	4	5	3	20
5	5	5	5	5	5	25
6	4	2	4	3	3	16
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	4	3	19
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25
11	5	4	5	3	4	21
12	5	4	4	5	5	23
13	5	5	4	5	5	24
14	5	4	5	4	5	23
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	3	3	18
17	5	4	5	5	3	22
18	4	4	4	4	3	19
19	5	5	5	3	4	22
20	4	4	4	5	5	22
21	5	5	5	5	5	25
22	4	3	3	4	4	18
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	3	5	5	21
25	5	5	4	4	2	20
26	5	5	4	5	4	23
27	4	4	3	4	3	18
28	5	5	5	4	4	23
29	5	5	3	5	5	23
30	5	5	5	4	5	24
31	5	3	5	5	5	23
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	4	4	5	23
34	5	5	4	5	5	24
35	4	4	4	4	4	20
36	3	5	4	5	5	22
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25
39	4	5	5	3	2	19
40	4	4	2	5	5	20
41	5	5	5	4	4	23
42	3	5	3	4	4	19

43	3	4	3	4	4	18
44	5	4	5	3	4	21
45	5	5	4	5	5	24
46	4	5	4	5	3	21
47	5	5	4	4	5	23
48	5	5	5	4	4	23
49	4	5	5	5	5	24
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	4	4	4	22
52	4	5	3	4	4	20
53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	1	4	5	20
55	5	5	5	5	5	25
56	4	1	4	3	3	15
57	4	5	4	5	1	19
58	4	4	5	5	5	23
59	3	3	4	5	3	18
60	4	4	4	2	3	17
61	4	4	3	3	3	17
62	3	4	4	3	3	17
63	5	5	4	4	5	23
64	5	4	4	5	4	22
65	5	5	5	5	5	25
66	4	3	4	5	5	21
67	3	4	3	4	5	19
68	5	5	5	5	5	25
69	5	4	5	5	5	24
70	5	5	4	5	5	24
71	3	3	5	5	4	20
72	5	5	5	5	5	25
73	5	3	4	5	5	22
74	4	5	5	5	4	23
75	5	4	4	4	4	21
76	4	3	3	4	3	17
77	4	4	4	3	3	18
78	5	5	5	4	4	23
79	4	4	4	4	4	20
80	5	3	5	5	5	23
81	5	4	4	4	4	21
82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	4	4	20

84	4	5	5	4	5	23
85	5	3	5	4	4	21
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	3	3	3	17
88	3	3	4	5	5	20
89	2	4	4	4	3	17
90	4	4	5	5	5	23
91	5	4	4	5	4	22
92	5	5	3	3	5	21
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	4	2	18
95	4	4	5	5	5	23

Kualitas Pelayanan (X2)

No	KUALITAS PELAYANAN (X2)					TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	5	4	4	3	20
2	3	4	3	3	3	16
3	5	4	4	3	3	19
4	3	3	3	3	4	16
5	5	4	4	5	3	21
6	5	5	5	5	5	25
7	4	3	4	3	3	17
8	3	4	3	3	3	16
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	3	3	3	3	3	15
12	5	5	5	4	5	24
13	4	4	4	3	4	19
14	3	3	3	3	3	15
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	4	4	20
17	4	3	3	3	4	17
18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	4	3	3	16
20	4	4	4	4	3	19
21	4	4	3	4	3	18

22	3	3	3	3	3	15
23	4	3	4	4	3	18
24	4	4	4	3	3	18
25	5	5	5	4	3	22
26	5	4	5	4	3	21
27	5	5	5	4	3	22
28	5	3	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	5	4	4	3	20
31	4	5	4	4	4	21
32	4	4	4	4	4	20
33	4	5	4	5	5	23
34	3	3	3	3	3	15
35	4	5	5	3	3	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	5	5	3	4	21
38	3	3	3	3	3	15
39	3	4	5	4	3	19
40	4	4	4	4	4	20
41	4	5	4	5	4	22
42	5	5	5	5	4	24
43	4	5	5	3	4	21
44	4	4	5	4	3	20
45	4	4	5	3	4	20
46	4	4	5	3	3	19
47	4	4	5	4	3	20
48	4	4	4	4	3	19
49	4	4	4	5	3	20
50	4	4	4	4	5	21
51	3	4	4	4	3	18
52	3	3	3	3	4	16
53	5	4	3	5	4	21
54	5	5	4	5	5	24
55	4	4	5	3	5	21
56	4	5	5	3	3	20
57	4	4	4	4	3	19
58	3	3	3	3	3	15

59	4	5	4	5	4	22
60	4	5	4	4	4	21
61	4	4	4	5	4	21
62	4	4	3	5	3	19
63	4	4	5	5	3	21
64	5	5	5	5	5	25
65	4	5	5	4	4	22
66	4	4	5	4	3	20
67	4	4	4	4	3	19
68	4	4	5	4	3	20
69	4	5	5	5	3	22
70	3	3	3	3	3	15
71	5	4	4	4	4	21
72	4	4	4	3	4	19
73	4	5	3	5	3	20
74	5	5	4	4	4	22
75	4	5	4	4	3	20
76	4	4	4	4	4	20
77	5	4	4	3	5	21
78	4	4	4	4	4	20
79	4	5	4	3	3	19
80	4	4	4	4	4	20
81	4	3	4	5	3	19
82	3	4	4	4	5	20
83	4	4	4	4	4	20
84	4	3	3	3	3	16
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	3	3	3	15
87	4	3	3	3	3	16
88	5	5	4	5	4	23
89	5	5	4	4	3	21
90	5	5	5	5	5	25
91	5	4	4	3	3	19
92	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	4	3	19
94	4	4	4	4	3	19
95	5	5	5	5	5	25

Loyalitas Nasabah (Y)

No	LOYALITAS NASABAH (Y)					TOTAL
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
1	4	5	4	4	3	20
2	3	4	3	3	3	16
3	5	4	4	3	3	19
4	3	3	3	3	4	16
5	3	3	3	5	5	19
6	4	4	4	4	4	20
7	4	3	4	3	3	17
8	3	4	3	3	3	16
9	5	5	5	5	5	25
10	4	5	5	4	4	22
11	3	3	3	3	3	15
12	5	5	5	4	5	24
13	4	4	4	3	4	19
14	4	4	4	4	4	20
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	4	4	20
17	4	3	3	3	4	17
18	5	4	4	5	5	23
19	5	5	4	4	4	22
20	4	4	4	4	3	19
21	5	5	4	5	4	23
22	4	4	3	4	4	19
23	4	3	4	4	3	18
24	4	4	4	3	3	18
25	4	4	4	4	4	20
26	5	4	5	4	3	21
27	5	5	5	4	3	22
28	5	3	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	5	4	4	3	20
31	4	5	4	4	4	21
32	4	4	4	4	4	20
33	4	5	4	5	5	23
34	5	4	4	4	4	21
35	4	5	5	3	3	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	5	5	3	4	21
38	4	4	4	3	3	18

39	3	4	5	4	3	19
40	4	5	5	5	5	24
41	4	5	4	5	4	22
42	5	5	5	5	4	24
43	4	5	5	3	4	21
44	4	4	5	4	3	20
45	4	4	5	3	4	20
46	5	5	4	5	4	23
47	4	4	5	4	3	20
48	4	4	4	4	3	19
49	4	4	4	5	3	20
50	4	4	4	4	5	21
51	5	4	4	4	5	22
52	5	5	5	5	4	24
53	5	4	3	5	4	21
54	5	5	4	5	5	24
55	4	4	5	3	5	21
56	4	5	5	3	3	20
57	4	4	4	4	3	19
58	4	4	4	5	5	22
59	4	5	4	5	4	22
60	4	5	4	4	4	21
61	4	4	4	5	4	21
62	5	5	5	4	5	24
63	4	4	5	5	3	21
64	5	5	5	5	5	25
65	4	5	5	4	4	22
66	4	4	5	4	3	20
67	4	4	4	4	3	19
68	4	4	5	4	3	20
69	4	5	5	5	3	22
70	3	4	4	3	3	17
71	5	4	4	4	4	21
72	4	4	4	3	4	19
73	4	5	5	4	4	22
74	5	5	4	4	4	22
75	4	5	4	4	3	20
76	4	4	4	4	4	20
77	5	4	4	3	5	21
78	4	4	4	4	4	20
79	4	5	4	4	4	21

80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	5	5	22
82	3	4	4	4	5	20
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	5	5	22
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	3	3	3	15
87	4	3	3	3	3	16
88	5	5	4	5	4	23
89	5	5	4	4	3	21
90	5	5	5	5	5	25
91	5	4	4	3	3	19
92	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	4	3	19
94	4	4	4	4	3	19
95	4	4	4	5	4	21

Lampiran 3. Hasil output SPSS

A. Uji Validitas

1. Variabel Lokasi

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,415**	,398**	,243	,419**	,705**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,018	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	,415**	1	,217	,259	,293**	,633**
	Sig. (2-tailed)	,000		,035	,011	,004	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	,398**	,217	1	,314**	,244	,633**
	Sig. (2-tailed)	,000	,035		,002	,017	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson Correlation	,243	,259	,314**	1	,508**	,688**
	Sig. (2-tailed)	,018	,011	,002		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.5	Pearson Correlation	,419**	,293**	,244	,508**	1	,747**

	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,017	,000		,000
	N	95	95	95	95	95	95
Total _X1	Pearson Correlation	,705**	,633**	,633**	,688**	,747**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

2. Variabel Kualitas Pelayanan

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_x2
X2.1	Pearson Correlation	1	,556**	,503**	,494**	,382**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X2.2	Pearson Correlation	,556**	1	,596**	,499**	,349**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	,503**	,596**	1	,310**	,273**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,007	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X2.4	Pearson Correlation	,494**	,499**	,310**	1	,327**	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002		,001	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X2.5	Pearson Correlation	,382**	,349**	,273**	,327**	1	,638**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,007	,001		,000
	N	95	95	95	95	95	95
Total _x2	Pearson Correlation	,785**	,815**	,723**	,722**	,638**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

3. Variabel Loyalitas Nasabah

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,426**	,333**	,348**	,290**	,687**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,001	,004	,000
	N	95	95	95	95	95	95
Y.2	Pearson Correlation	,426**	1	,555**	,368**	,208**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,043	,000
	N	95	95	95	95	95	95
Y.3	Pearson Correlation	,333**	,555**	1	,187	,089	,610**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,070	,392	,000
	N	95	95	95	95	95	95
Y.4	Pearson Correlation	,348**	,368**	,187	1	,420**	,711**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,070		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
Y.5	Pearson Correlation	,290**	,208**	,089	,420**	1	,631**
	Sig. (2-tailed)	,004	,043	,392	,000		,000
	N	95	95	95	95	95	95
Total_Y	Pearson Correlation	,687**	,738**	,610**	,711**	,631**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

B. Uji Reliabilitas

1. Variabel lokasi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,709	,712	5

2. Variabel kualitas pelayanan

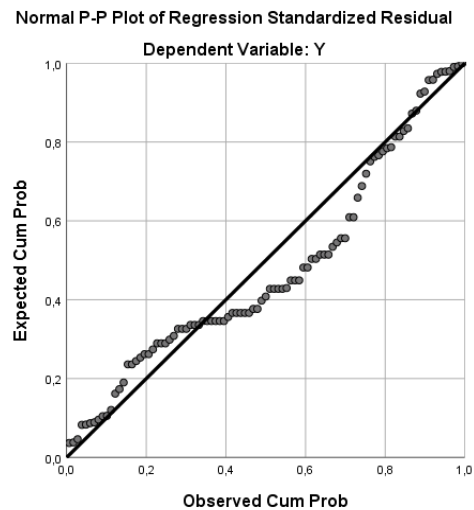
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,786	,790	5

3. Variabel loyalitas nasabah

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,697	,704	5

C. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,69918119
Most Extreme Differences	Absolute	,149
	Positive	,149

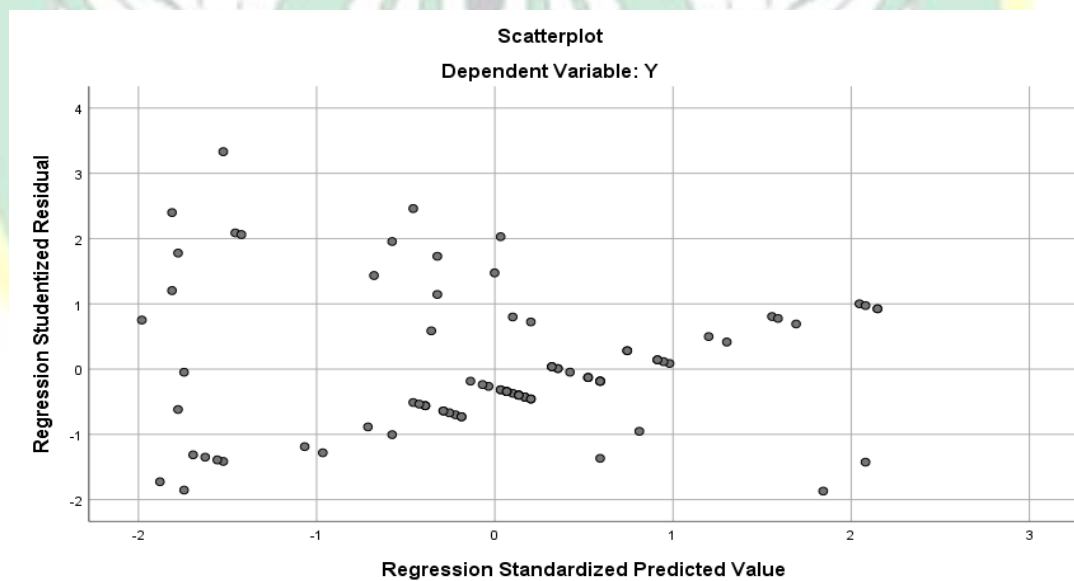
	Negative	-,086
Test Statistic		,149
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,822	1,943		4,540	,000		
	Lokasi	,047	,064	,059	,735	,464	1,000	1,000
	Kualitas Pelayanan	,539	,069	,629	7,778	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

c. Uji heteroskedastisitas



D. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,822	1,943		4,540	,000
	Lokasi	,047	,064	,059	,735	,464
	Kualitas pelayanan	,539	,069	,629	7,778	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

E. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,822	1,943		4,540	,000
	X1	,047	,064	,059	,735	,464
	X2	,539	,069	,629	7,778	,000

a. Dependent Variable: Y

2. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180,349	2	90,174	30,568	,000 ^b
	Residual	271,398	92	2,950		
	Total	451,747	94			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

3. Uji Koefisien Determinasi (Uji-R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,632 ^a	,399	,386	1,718

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Lampiran 4. Dokumentasi

**Foto proses pengisian kuesioner oleh nasabah KSPPS Hanada Quwais
Sembada KC Purwokerto**



Lampiran 5. Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 3160/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/12/2021 Purwokerto 20 Desember 2021
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
Yth. H. Chandra Warsito, S.TP., SE., M.Si.
Dosen Tetap FEBI UIN SAIZU
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 16 Desember 2021 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 2 Desember 2021. kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Aziz Setiawan
NIM : 1817202008
Semester : 7
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH ASPEK LOKASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA
TERHADAP SUSTAINABILITAS KSPPS HANADA QUWAIS
SEMBADA KC PURWOKERTO.

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.



Ketua Jurusan Perbankan Syariah.

[Signature]
Syarif Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 197812312008012027

Lampiran 6. Surat Pernyataan Ketersediaan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 3160/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/12/2021 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Aziz Setiawan

NIM : 1817202008

Judul Skripsi : PENGARUH ASPEK LOKASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA
 TERHADAP SUSTAINABILITAS KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA
 KC PURWOKERTO.

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 17 Desember 2021

Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., SE., M.Si.
 NIP. 197903232011011007

Catatan: *Coret yang tidak perlu

Lampiran 7. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1967/Un.19/FEBlJ.PS/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Aziz Setiawan
NIM : 1817202008
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing : Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E.,
Judul : PENGARUH ASPEK LOKASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP SUSTAINABILITAS KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KC PURWOKERTO

Pada tanggal 17/06/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 22 Juni 2022
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 8. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 2288/Un.19/FEBLJ.PS/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Aziz Setiawan

NIM : 1817202008

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 07/07/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : **80 / B+**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto

Tanggal **7 Juli 2022**

Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.

NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 9. Surat Balasan Riset



**KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)
HANADA QUWAI SEMBADA BANYUMAS KC. PURWOKERTO**
Jl. Veteran No. 5 Pasirmuncang, Purwokerto Barat, Banyumas Kode Pos 53137
Telp (+62)87720403322 Email : ksppshanada.pwt@gmail.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
NO. 202/SKP/HQS.PWT/IX/2022


Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah manager KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto, menerangkan bahwa mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto :

Nama : Aziz Setiawan
 NIM : 1817202008
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah

Benar-benar telah melakukan penelitian mulai tanggal 01 Agustus 2022 sampai 15 September 2022 di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto untuk menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH ASPEK LOKASI DAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP LOYALITAS NASABAH KSPPS HANADA QUWAI SEMBADA KC. PURWOKERTO”**

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 08 September 2022


Tri Damayanti, S.E.
 KSPPS HANADA

*Daftar Riwayat Hidup***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

1. Nama lengkap : Aziz Setiawan
2. NIM : 1817202008
3. Tempat, tanggal lahir : Cilacap, 02 Juni 1999
4. Nama Ayah : Jawahir
5. Nama Ibu : Dariswah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Mardigarini Buntu
 - b. SD/MI, tahun lulus : SD Buntu 02, 2012
 - c. SMP/MTS, tahun lulus : SMP Negeri 01 Sampang, 2015
 - d. SMA/SMK, tahun lulus : SMK Giripuro Sumpiuh, 2018
 - e. S1, tahun masuk : UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2018
2. Pendidikan Non Formal, tahun lulus : Pondok Pesantren Roudhotul Quran 2 Ciwarak Purwokerto Banyumas, 2020

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota HMJ Perbankan Syariah 2019-2020
2. Coordinator Departemen Advokasi Sosial dan Agama HMJ Perbankan Syariah 2020-2021
3. Anggota Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia 2020-2021

Purwokerto, 21 September 2022



Aziz Setiawan
1817202008