

ABSTRAK

Peranan lembaga keuangan syariah seperti Baaitul Mal wat Tamwil sangatlah penting bagi perekonomian di Indonesia. Sebagai lembaga keuangan syariah Baitul Mal wat Tamwil sangat di butuhkan oleh para nasabah dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. BMT UAS Sumberrejo merupakan salah satu BMT di Indonesia yang hadir untuk memberdayakan perekonomian masyarakat khususnya masyarakat kecil dengan prinsip syariah. Yaitu dengan sistem bagi hasil tanpa bunga. BMT UAS juga memberikan kualitas yang baik baik setiap nasabah. Ini diharapkan mampu menarik minat nasabah dan tetap menjadi pelanggan atau loyal dan terus menabung maupun melakukan pembiayaan di BMT UAS Sumberrejo Bojonegoro.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Bagi Hasil* dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan simpanan muamalah di BMT UAS Sumberrejo Bojonegoro. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk simpanan muamalah di BMT UAS Sumberrejo Bojonegoro. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan menggunakan skala *likert* dan skala *interval*.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel bagi hasil dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah hal ini dibuktikan dengan adanya hasil pengujian SPSS dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka H1 dan H2 di terima artinya variabel bagi hasil dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Sedangkan dilihat dari hasil uji t yaitu pengujian variabel secara individu (Parsial) variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah adalah variabel kualitas pelayanan dengan perbandingan nilai *thitung* variabel kualitas pelayanan sebesar *thitung* 5,036 dan *t* tabel (dengan $\alpha/2$; $n-k-1$ yakni $(0,05/2 : 88 - 2 - 1)$) sebesar 1,98827. Yang berarti H2 ditolak kemudian nilai dari *thitung* bagi hasil sebesar 1,614 dengan *t* tabel 1,98827 H1 diterima yang artinya variabel bagi hasil tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas

ABSTRACT

The role of sharia financial institutions like Baaitul Mal wat Tamwil is very important for the economy in Indonesia. As a Baitul Mal sharia financial institution wat Tamwil is highly needed by customers in carrying out their daily activities. BMT UAS Sumberrejo is one of the BMT in Indonesia which is present to empower the economy of the community, especially small society with sharia principles. Namely with a profit sharing system without interest. BMT UAS also provides good quality for each customer. This is expected to be able to attract customers and remain customers or loyal and continue to save and finance at BMT UAS Sumberrejo Bojonegoro.

The research was conducted by the researcher to determine the effect of Sharing Results and Service Quality on customer loyalty in using muamalah savings at BMT UAS Sumberrejo Bojonegoro. The method used in this study is a quantitative method with a case study approach. Respondents in this study were customers who used muamalah savings products at BMT UAS Sumberrejo Bojonegoro. Data collection techniques using questionnaires using Likert scale and interval scale.

The results of this study indicate that the profit sharing and service quality variables have an influence on customer loyalty, this is proved by the results of SPSS with value sig $0,000 < 0,05$ then H1 and H2 are accepted, meaning the variable profit sharing and service quality have a significant effect on the variable customer loyalty. Whereas seen from the results of the t test, namely the testing of individual variables (Partial) variables that have a significant influence on customer loyalty variables are service quality variables with a comparison of the value of service quality variables counted 5,036 and ttabel (with $\alpha / 2$; $n_k - 1$ that is $(0.05 / 2: 88 - 2 - 1)$ amount to 1.98827. Which means H2 is rejected then the value of the results of the tcount of 1,614 with ttabel 1.98827 H1 is accepted which means that the profit sharing variable does not have a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Profit Sharing, Service Quality and Loyalty