

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) KHIDMATUL UMMAH CABANG PAMIJAHAN BOGOR.

Riki Putirai¹, Rully Trihantana², Miftakhul Anwar³.

^{1, 2, 3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

¹rikiputirai77@gmail.com, ²rully.trihantana@febi-inais.com,

³miftakhulanwar@febi-inais.ac.id.

ABSTRACT

Since 2015, the performance of KSPPS Khidmatul Ummah has continued to show significant improvement. Still in 2015 KSPPS Khidmatul Ummah received a Cooperative Certificate. Then in 2016 he received a certificate for outstanding cooperatives and MSMEs from the Regent of Bogor, received an award for implementing RAT Activities for the 2019 Fiscal Year, received a certificate of award for superior cooperatives at the Bogor Regency level in 2019, and received an operations ranking certificate with AAB qualifications and predicate. Competition is very tight with the increasing number of sharia financial institutions nowadays, so KSPPS Khidmatul Ummah must know consumer behavior in making decisions to become customers of sharia financial institutions. Based on this, this research aims to analyze the factors that influence customer loyalty at the KSPPS Khidmatul Ummah Pamijahan Bogor Branch Office. Based on the research conducted, it is known that the service factor is the first dominant factor that influences customer loyalty at KSPPS Khidmatul Ummah Pamijahan Bogor Branch Office with a variance of 26,658%.

Keywords: KSPPS Khidmatul Ummah Pamijahan Bogor Branch, UMKM.

ABSTRAK

Sejak tahun 2015 kinerja KSPPS Khidmatul Ummah terus menunjukkan peningkatan yang signifikan. Masih di tahun 2015 KSPPS Khidmatul Ummah mendapatkan Sertifikat Koperasi. Kemudian tahun 2016 mendapatkan sertifikat koperasi dan UMKM berprestasi dari Bupati Bogor, mendapatkan penghargaan pelaksanaan Kegiatan RAT Tahun Buku 2019, mendapatkan sertifikat penghargaan koperasi unggulan tingkat Kabupaten Bogor pada tahun 2019, dan mendapatkan sertifikat pemeringkatan operasi dengan kualifikasi dan predikat AAB. Persaingan yang sangat ketat dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini, maka KSPPS Khidmatul Ummah harus mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah. Bahwa berdasarkan hal itu, maka penelitian ini bermaksud menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka diketahui bahwa faktor Jasa Layanan merupakan faktor dominan pertama yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor dengan variance sebesar 26.658%.

Kata-kata Kunci: KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor, UMKM.

I. PENDAHULUAN.

Perbankan di Indonesia mengalami persaingan antar bank yang semakin tajam. Persaingan dalam dunia perbankan bukan hanya berasal dari pesaing dalam negeri tetapi juga pesaing dari luar negeri, sehingga jajaran perbankan kita perlu lebih tangkas dan tanggap dalam menghadapinya. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global seperti saat ini adalah menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas nasabah, karena tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa adanya kepuasan dan loyalitas dari nasabah. (Tim Marknesis,2009).

Lembaga keuangan syariah di Indonesia sekarang ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu lembaga keuangan syariah yang berbentuk bank dan non bank. Lembaga keuangan syariah yang berbentuk bank terdiri dari Bank Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Lembaga keuangan syariah yang bank meliputi takaful (asuransi), ijarah (leasing), rahn (pegadaian), reksadana syariah, Dana pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Syariah, dan Baitul Mal Wa Tamwil BMT (Muhammad, 2000: 62).

Salah satu lembaga keuangan syariah di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor adalah KSPPS Khidmatul Ummah yang memiliki kantor pusat di daerah Jl Raya Cemplang No.07 KM 18 Cemplang Cibungbulang Bogor. KSPPS Khidmatul ummah secara khusus melayani jasa transaksi keuangan berdasarkan prinsip syariah menyediakan berbagai produk antara lain Produk

Simpanan Anggota, simpanan sidik, simpanan sidik pendidikan, simpanan sidik kelompok, simpanan haji dan umrah (SHAUM), simpanan qurban, simpanan berencana, simpanan berjangka (Deposito), simpanan berjangka pendidikan, simpanan berjangka berhadiah, produk pembiayaan kerjasama (Musyarakah), jual-beli (Murabahah), jasa (Ijarah), produk pinjaman Qodrulhasan, dan jasa Layanan seperti transfer antar bank, bpjs kesehatan, pembayaran listrik, pulsa dan lain-lain. Pada tahun per Oktober 2020 jumlah keseluruhan nasabah/anggota KSPPS Khidmatul Ummah mencapai 1.016 nasabah dengan laki-laki 40% dan perempuan 60%.

Sejak tahun 2015 kinerja KSPPS Khidmatul Ummah terus menunjukkan peningkatan yang signifikan. Masih di tahun 2015 KSPPS Khidmatul Ummah mendapatkan Sertifikat Koperasi. Kemudian tahun 2016 mendapatkan sertifikat koperasi dan UMKM berprestasi tahun 2016 dari Bupati Bogor, mendapatkan penghargaan pelaksanaan Kegiatan RAT Tahun Buku 2019, dan mendapatkan sertifikat penghargaan koperasi unggulan tingkat Kabupaten Bogor pada tahun 2019 serta mendapatkan sertifikat pemeringkatan operasi dengan kualifikasi dan predikat AAB.

Persaingan yang sangat ketat dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini, maka perusahaan harus mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah khususnya KSPPS Khidmatul Ummah

Cabang Pamijahan Bogor yang berhubungan dengan karakteristik konsumen dan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

Karakteristik konsumen terdiri dari profesi, jenis kelamin dan tingkat pendidikan akhir. Profesi perlu diketahui karena profesi orang berbeda-beda dan mempunyai tingkat upah atau gaji yang berbeda pula. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap kemampuan nasabah dalam menabung. Jenis kelamin perlu diketahui karena sekarang lebih banyak wanita dari pada pria dan wanita cenderung memiliki sifat hemat selain itu dalam dunia pekerjaan kebanyakan wanita. Berpenghasilan kecil dari pada pria hal tersebut juga berpengaruh pada besar kecilnya uang yang di tabung. Tingkat pendidikan akhir perlu diketahui karena dengan tingkat pendidikan yang berbeda akan berbeda pula tingkat tabungan dan jenis tabungan yang di pilih.

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, diantaranya menurut Essael (1987 : 11) yaitu: faktor individual konsumen yang meliputi pendidikan dan penghasilan konsumen, pengaruh lingkungan, dan strategi pemasaran. Dari teori Essael dikatakan faktor individual konsumen yang didalamnya adalah pendidikan sangat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, hal ini disebabkan konsumen yang berpendidikan tinggi mempunyai pandangan yang berbeda terhadap alternatif produk, informasi produk, dan penilaian terhadap sebuah produk dibandingkan dengan konsumen berpendidikan lebih rendah.

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian pada seluruh nasabah pengguna jasa KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor. Bahwa berdasarkan hal yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini bermaksud menganalisis

faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor.

II. TINJAUAN PUSTAKA.

II.1. Loyalitas Pelanggan.

Istilah loyalitas pelanggan sebetulnya asal menurut *loyalitas brand* yang mencerminkan loyalitas pelanggan dalam brand. Loyalitas pelanggan sangat penting untuk dikenali pemasar dalam rangka menentukan strategi yang diperlukan untuk meraih, memperluas dan mempertahankan pasar. (Indriyani, 2004).

Pelanggan yang loyal biasanya akan melanjutkan pembelian brand tadi walaupun dihadapkan dalam poly alternative brand produk pesaing yg memberikan ciri jasa yg lebih unggul dicermati berdasarkan banyak sekali sudut atributnya. Jika poly pelanggan berdasarkan suatu brand masuk pada katagori ini berarti brand tadi mempunyai merk equity yg kuat. (Palitali, 2007 : 98).

II.2. Kepuasan Pelanggan.

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. (Kotler & Keller, 2007:177).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. (Husein Umar, 2007:66)

Dalam Husein Umar (2007:66) disebutkan juga bahwa kepuasan dibagi dua macam yaitu:

1. Kepuasan Fungsional.
Kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan.
2. Kepuasan Fungsional.
Kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan.

II.3. Mengukur Kepuasan Pelanggan.

Menurut McCarthy & Perreault, Jr (1993 : 294) yang dikutip oleh Julita (2001) upaya untuk mengukur kepuasan pelanggan merupakan yang sukar, karena bergantung pada tingkat aspirasi dan harapan yang ada.

Terdapat tiga aspek penting yang perlu ditelaah dalam kerangka pengukuran kepuasan pelanggan (Formell, 1992; Fornell, et al.,1996) dalam Tjiptono (2007:365), yakni:

1. Kepuasan general atau keseluruhan (*Overall satisfaction*).
2. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi.
3. Perbandingan dengan situasi ideal (*Comparison to ideal*), yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen.

II.4. Kualitas Jasa.

Jasa merupakan salah satu bentuk produk. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Arief (2007:18) mengemukakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan kepada sesuatu, yang dapat

berhubungan dengan suatu produk fisik maupun tidak.

Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak, maksudnya ada produk jasa murni seperti *child care*, konsultasi psikologi, konsultasi manajemen dan ada juga jasa yang membutuhkan produk fisik sebagai persyaratan utama seperti kabin untuk angkutan laut, pesawat dalam jasa penerbangan dan makanan di restoran.

Dalam praktik, tidaklah gampang membedakan barang dan jasa, karena sering barang dibarengi unsur jasa/pelayanan. Begitu pula sebaliknya, suatu jasa sering diperluas dengan cara memasukan atau menambahkan produk fisik pada penawaran jasa tersebut.

II.5. Citra Perusahaan.

Citra atau *image* yang baik sangat penting dalam menjual jasa karena jasa sulit untuk dinilai kualitasnya. Penilaian kualitas jasa lebih didasarkan pada penilaian subyektif. Banyak orang dalam memilih jasa akhirnya mendasarkan pada reputasi perusahaan jasa (Gugup Kismono, 2001:331).

Kotler (2005:553) dalam Ahmad Mardalis (2005) mendefinisikan citra sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap objek. Sedangkan beberapa definisi citra menurut Sutisna (2001:83) yaitu citra didefinisikan sebagai total persepsi terhadap suatu objek yaitu dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Menurut Buchori Alma (2002:317) citra adalah sebagai kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu, sedangkan oleh Rhenald Kasali (2003:28) citra didefinisikan sebagai kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa citra merupakan hasil evaluasi diri seseorang berdasarkan pengertian, pemahaman terhadap suatu rangsangan yang telah diolah dan disimpan dalam benaknya. Merupakan suatu persepsi seseorang terhadap suatu objek dengan berbagai karakter, aktivitas serta bentuk fisik objek tersebut.

Pentingnya citra yang dikemukakan Gronroos dalam Sutisna (2001: 332) sebagai berikut:

1. Menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal.

Citra positif memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif sedangkan citra negatif sebaliknya..

2. Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan.

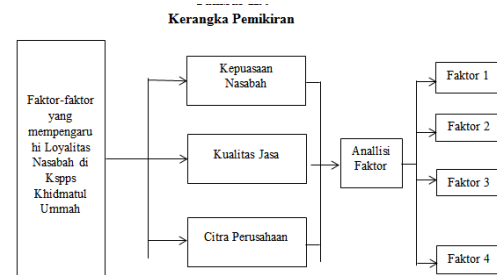
Citra positif menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknis atau fungsional sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut.

3. Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan.

Mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Citra perusahaan yang kurang jelas dan nyata mempengaruhi sikap karyawan terhadap perusahaan.

II.6. Kerangka Pikiran.

Kerangka pikiran dalam penelitian yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah di KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor.” Terlihat dalam gambar di bawah ini.



Gambar II.1. Gambar Kerangka Pikiran.

III. METODE PENELITIAN.

III.1. Pendekatan dan Desain Penelitian.

Studi ini memakai pendekatan kuantitatif. Tata cara survei diseleksi bagaikan sumber informasi primer. Tata cara survei fokus pada pengumpulan informasi responden yang mempunyai data tertentu sehingga membolehkan periset buat menuntaskan permasalahan. Pengumpulan informasi dicoba memakai instrumen kuesioner atau pun angket. Bersumber pada tingkatan eksplanasinya, terkategori bagaikan studi asosiatif ataupun ikatan, ialah studi buat mengenali ikatan karena akibat. Ikatan ataupun pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) (Sugiyono, 2012: 57). Studi ini dicoba oleh peneliti bertujuan buat menguji Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah(X) terhadap KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor (Y).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai *non probability sampling* dengan teknik *Judgmental sampling* dimana dalam metode ini pengumpulan data atas dasar strategi kecakapan atau pertimbangan pribadi semata (Hamid, 2007:29)

III.2. Operasional Variabel Riset.

Variabel ialah atribut seorang ataupun obyek yang memiliki alterasi antara satu dengan yang lain ataupun satu obyek dengan obyek yang lain. Sebaliknya operasional didefinisikan bagaikan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang wajib diamati serta gimana mengukur sesuatu variabel.

Variabel dependen ataupun variabel terikat (variabel yang dipengaruhi) merupakan variabel yang jadi fokus utama dalam studi ini. Variabel dependen merupakan variabel utama yang jadi aspek dari suatu studi yang lagi dicoba.

Variabel independen ataupun variabel leluasa (variabel yang pengaruhi) merupakan variabel yang secara terencana didatangkan oleh periset dalam suatu studi yang gunanya membuat pengaruh terhadap variabel terikat, baik pengaruhi secara positif ataupun negatif. Variabel Independen dalam studi ini merupakan Loyalitas Nasabah.

III.3. Populasi dan Sampel.

III.3.1. Pupulasi.

Populasi merupakan totalitas indikasi ataupun satuan yang mau diteliti. Serta dalam studi, populasi ini dibedakan antara populasi secara universal dengan populasi sasaran ataupun “sasaran population”. Populasi sasaran merupakan populasi yang jadi target keberlakuan kesimpulan studi kita. Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas obyek serta subyek yang memiliki mutu dan ciri tertentu yang diresmikan oleh periset buat dipelajari serta setelah itu ditarik akhirnya. Dalam studi ini populasinya merupakan Nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor.

III.3.2. Sampel.

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta ciri yang dipunyai oleh populasi tersebut. Obyek studi yang dijadikan bagaikan target buat memperoleh serta mengumpulkan informasi diucap populasi. Tetapi dalam aktivitas studi buat menjangkau dari totalitas dari obyek tersebut tidak dicoba.

III.4. Waktu Pelaksanaan Penelitian.

Pelaksanaan penelitian dilakukan dan dilaksanakan terhitung pada bulan April 2021 sampai harus jelas ketika sudah pembahasan dan yang menjadi sebuah lokasi riset ini adalah tepatnya di Nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor.

III.5. Sumber Data.

Sumber data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Untuk memperoleh data yang akurat dalam peneltian ini menggunakan dua macam data yaitu data primer dan data skunder.

Istijanto (2009:44) berpendapat bahwa data primer adalah data asli yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya oleh peneliti untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Metode pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yakni suatu metode pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memberikan sejumlah susunan pernyataan untuk memperoleh jawaban dari responden. Adapun jenis skala yang akan digunakan untuk menjawab pernyataan dalam kuesioner adalah skala likert 5 titik untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan dengan susunan sebagai berikut:

Tingkat penilaian Jawaban

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	R = Ragu-ragu	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Gambar II.2. Gambar Skala Likert.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya melainkan dari pihak lain. Metode dalam pengumpulan data sekunder tersebut antar lain:

1. Dokumentasi.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengutip langsung data yang telah diperoleh dari perusahaan, yang terdiri dari: profil, sejarah perusahaan dan lain sebagainya.

2. Studi kepustakaan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara peneliti mendalami, menelaah, mencermati, dan mengidentifikasi pengetahuan yang ada dalam kepustakaan (sumber bacaan, buku-buku referensi atau hasil penelitian lain) untuk menunjang penelitian.

III.5. Teknik Analisis Data.

III.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pada pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan beberapa cara, dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of

freedom(df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. (Ghozali, 2005: 45).

Uji Reliabilitas menurut Azwar dalam Sujianto (2009:97) mengatakan bahwa reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang artinya keterpercayaan, keterandalan, konsistensi dan sebagainya. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang: disini seseorang akan disodori pernyataan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.

2. *One shot* atau pengukuran sekali saja: disini dimana pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik CronbachAlpha(α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,6. (Nunnally, 1967) yang dikutip oleh Imam Ghozali (2005:42). Metode one shot tersebutlah yang digunakan dalam penelitian ini.

III.5.2. Analisis Faktor (*FactorAnalysis*).

Analisis Faktor (*Factor Analysis*) merupakan suatu teknik statistik multivariate yang digunakan untuk mengurangi (*reduction*) dan meringkas (*summarization*) semua variabel terikat dan saling berketergantungan. Hubungan ketergantungan antara satu variabel dengan yang lain yang akan diuji untuk diidentifikasi dimensi atau faktornya. (Ujianto dan Abduracham, 2004) Sitinjak

& Sugiarto (2006: 40) mengungkapkan bahwa dalam factor analysis dikenal dua pendekatan utama, yaitu:

1. *Exploratory Factor Analysis* (EFA), dengan menggunakan EFA banyaknya faktor yang akan terbentuk tidak ditentukan terlebih dahulu, justru dicari sampai dapat menjawab kebutuhan dalam menerangkan keragaman data variabel-variabel asal.
2. *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), banyaknya faktor yang terbentuk telah ditetapkan terlebih dahulu.

Dalam Ariastuti dan Antara (2006) disebutkan bahwa tahapan- tahapan dari penggunaan analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Masalah.
Variabel-variabel yang akan dipilih adalah variabel yang relevan dengan penelitian yang dilakukan dan harus didasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu, teori, dan pendapat peneliti sendiri.
2. Membuat Matriks Korelasi.
Berkenaan dengan analisis faktor, yang harus dilakukan, yaitu:
 - a. *Barlett's test of Sphericity*.
Dipakai untuk menguji bahwa variabel-variabel dalam sampel berkorelasi.
 - b. Uji *Kaiser Meyer Olkin* (KMO).
Untuk mengetahui kecukupan sampel atau pengukuran kelayakan sampel. Analisis faktor dianggap layak jika besaran $KMO > 0,5$.
 - c. Uji *Measure of Sampling Adequency* (MSA).
Digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar

variabel dengan kriteria $MSA > 0,5$.

3. Menentukan Ketepatan Model.
Tahap ini bertujuan untuk mengetahui apakah model mampu menjelaskan dengan baik fenomena yang ada. Hal tersebut bisa dilakukan dengan melihat jumlah residual antara korelasi yang diamati dengan korelasi yang direproduksi.
4. Menentukan Jumlah Faktor
Penentuan jumlah faktor didasarkan pada besarnya *eigen value* setiap faktor yang muncul. Faktor-faktor inti yang dipilih adalah faktor yang memiliki *eigen value* > 1 .
5. Rotasi Faktor
Rotasi faktor dilakukan untuk mempermudah interpretasi dalam menentukan variabel-variabel mana saja yang tercantum dalam suatu faktor karena terkadang ada beberapa variabel yang mempunyai korelasi tinggi dengan lebih dari satu faktor atau jika sebagian *factor loading* dari variabel bernilai di bawah terkecil yang telah ditetapkan.
6. Interpretasi Faktor.
Interpretasi faktor dilakukan dengan cara mengelompokkan variabel yang mempunyai factor loading yang tinggi ke dalam faktor tersebut.

III.6. Instrumen Penelitian.

Penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini ada dua adalah loyalitas nasabah dan loyalitas

karyawan sedangkan variabel independen ada empat yaitu Promosi, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Kepercayaan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

Untuk mendapat data primer dilakukan penyebaran kuesioner kepada para nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor sebanyak 40 responden yang dianggap dapat mewakili populasi penelitian. Sebelum kuesioner diberikan kepada 40 responden, peneliti melakukan try out (uji coba) dengan menyebarkan 40 buah kuesioner yang berisi 30 butir pernyataan dengan skala ordinal untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas dari semua butir pernyataan tersebut.

IV.1. Karakteristik Responden.

Adapun karakteristik responden berdasarkan pengisian kuesioner yang dibagikan kepada 40 responden dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut ini:

Tabel IV.1.
 Tabel Karakteristik Responden Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki	23	57,5 %
Perempuan	17	42,5%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan ttabel IV.1., dari 40 responden menunjukkan bahwa jenis kelamin laki laki sebanyak 57,5% dan perempuan sebanyak 42,5% jadi hasil paling banyak jumlah jenis kelamin yaitu laki laki sebesar 57,5 % orang.

Tabel IV.2.
 Tabel Karakteristik Responden Umur

Umur	Jumlah	Persentase
30-35	18	45%
36-40	9	22,5%
41-45	12	30%
46-50	1	2,5%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel IV.2. Karakteristik Responden Umur, dari jumlah 40 reponden jadi umur 30-35 persentasenya sebanyak 45%, umur 36-40 dalam persentasenya sebanyak 22,5%, umur 41-45 dalam persentasenya sebanyak 30%, umur 46-50 dalam persentasenya sebanyak 2,5% . jadi yang paling banyak umur 30-35 sebanyak 45% responden.

Tabel IV.3.
 Tabel Karakteristik Responden Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentasi
PNS	0	0%
Pegawai Swasta	0	0%
Wirausaha	40	100%
Mahasiswa	0	0%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel IV.3. Karakteristik Responden Perkerjaan dari 40 responden mereka berkerja sebagai wirausaha.

Tabel IV.4.
 Tabel Karakteristik Responden Lama Menjadi Nasabah KSPPS Khidmatul Ummah

Jenis Perkerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	0	0%
Pegawai Swasta	0	0%

Wirausaha	40	100%
Mahasiswa	0	0%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel IV.4. Karakteristik Responden Perkerjaan dari 40 responden mereka berkerja sebagai wirausaha.

Tabel IV.5.

Tabel Karakteristik Responden Lama Menjadi Nasabah KSPPS Khidmatul Ummah

Tahun	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	0	0%
1-2 tahun	1	2,5%
>2 tahun		97,5%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel IV.5. Tabel Karakteristik Responden Lama Menjadi Nasabah KSPPS Amanah Ummah, dari 40 responden dari persentasi yaitu <1 tahun adalah 0%, 1-2 tahun 2,5%, >2 tahun adalah 97,5 % jadi paling lama menjadi nasabah Amanah Ummah dari 40 responden adalah >2 tahun sebesar 97,5%.

Tabel IV.6.

Tabel Karakteristik Responden Transaksi Perbulan

Jumlah Uang Satu Bulan	Jumlah	Persentase
Rp.100.000	0	0%
Rp 100.000-500.000	4	10%
Rp. 500.000-1000.000	2	5%
>Rp.1000.000	34	85%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel IV.5. Karakteristik Responden Transaksi Perbulan, dari 40 responden yakni dari < Rp.100.000 hanya 0%, Rp. 100.000-500.000 yakni 10%, Rp. 500.000 -1000.000 hanya 5% dan >Rp.1000.000 hanya 85% jadi paling banyak transaksi perbulan yaitu >Rp.1000.000 sebesar 85%.

IV.2. Uji Validasi dan Reliabilitas.

Uji siginifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, r hitung terlihat output *Cronbach Alfa* kolom *Correlated Item-TotalCorrelated* (Tabel 4.1 isi tabel pertanyaan di buat tabel nanti), sedangkan untuk melihat r tabel dengan *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Uji coba penelitian ini menggunakan jumlah sampel (n) = 40 dan besarnya df dapat dihitung 40-2=38, dengan df=38 dan *Alph=0.05* didapat r tabel = 0,312 jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid

Table IV.7.

Tabel Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	118.03	77.102	.413	.836
x1	117.88	76.522	.384	.838
x1	118.10	75.169	.529	.832
x1	118.13	76.728	.414	.836
x1	118.08	76.328	.445	.835
x1	117.25	83.526	-.055	.851
x1	117.20	83.036	-.011	.848
x2	117.65	74.746	.616	.830
x2	117.78	73.204	.595	.829
x2	117.88	72.625	.628	.828

x2	118.05	75.946	.590	.831
x2	118.10	76.810	.544	.833
x2	117.98	76.281	.576	.832
x2	117.35	76.951	.460	.835
x2	117.28	82.666	.045	.845
x2	117.23	85.102	-.207	.852
x2	117.35	82.644	.027	.847
x2	117.13	83.087	-.016	.848
x2	117.28	80.410	.223	.842
x2	117.08	85.610	-.275	.852
x2	117.38	82.651	.028	.847
x2	117.25	85.474	-.244	.852
x2	117.28	78.153	.374	.838
x2	117.53	74.358	.611	.829
x2	117.85	73.464	.650	.828
x3	117.68	74.789	.629	.829
x3	117.55	75.331	.575	.831
x3	117.63	72.804	.722	.825
x3	117.73	73.230	.692	.826
x3	117.25	83.372	-.036	.848

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Tabel IV.8.
 Tabel Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.843	.809	30

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Dalam penelitian didapatkan bahwa 40 sebagai responden perhitungan *Cronbach Alpha* dan batasa kritis untuk menilai alpa untuk mengindikasikan kuesioner yang reliable adalah 0,6 jika meberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Tabel 4.3 menunjukan bahwa nilai *Cronbach Alpha* adalah 0.843 > 0,6 yang berarti konstruktur

kuesioner pada penelitian ini isa dikatakan reliabel atau handal.

IV.3. Analisis Faktor.

Dalam Ghozali (2005:253) disebutkan tujuan utama dari analisis faktor adalah untuk meringkas (*summarize*) informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu set dimensi baru atau variate (*factor*).

IV.3.1. Menentukan Variabel yang Akan Dianalisis.

Variabel-variabel yang akan dipilih adalah variabel yang relevan dengan penelitian yang dilakukan dan harus didasarkan pada penelitianpenelitian terdahulu, teori, dan pendapat peneliti sendiri. Berkenaan dengan analisis faktor, pengujian yang harus dilakukan, yaitu :

1. *Barlett's test of Sphericity*.
 Dipakai untuk menguji bahwa variabel-variabel dalam sampel berkorelasi.
2. Uji *Kaiser Meyer Olkin* (KMO).
 Untuk mengetahui kecukupan sampel atau pengukuran kelayakan sampel. Analisis faktor dianggap layak jika besaran KMO > 0,5.
3. Uji *Measure of Sampling Adequency*(MSA).
 Digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel dengan kriteria MSA > 0,5

Adapun hasil dari pengujian Barlett's of sphericty dan kaiser Meyer Olkim (KMO) dengan bantuan software SPSS 16 terlihat pada Tabel IV.9 di bawah ini.

Tabel IV.9.
 Tabel KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.507
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	736.72
	df	435
	Sig.	.000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Tabel IV.10.
 Tabel Nilai MSA Variabel Penelitian

Anti Image Matrices				
Nomor	Keterangan	Nilai MSA		Keterangan
1	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya	0.551	0.500	Valid
2	KSPPS Khidmatul Ummah merupakan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial	0.401	0.500	Tidak Valid
3	KSPPS Khidmatul Ummah berpengalaman dibidang perbankan	0.500	0.500	Valid
4	Prestasi kerja KSPPS Khidmatul Ummah membanggakan	0.526	0.500	Valid
5	KSPPS Khidmatul Ummah	0.304	0.500	Tidak Valid

	memiliki budaya yang baik dalam bekerja			
6	Menurut saya, Karyawan KSPPS khidmatul ummah profesional dalam bekerja	0.236	0.500	Tidak Valid
7	Saya merasa bahwa KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi ternama	0.117	0.500	Tidak Valid
8	Logo KSPPS khidmatul ummah mudah untuk saya kenali	0.533	0.500	Valid
9	Multiguna produk tabungan KSPPS Koperasi sesuai dengan kebutuhan saya (dapat digunakan untuk pembayaran tagihan telepon, listrik, isi ulang pulsa, dsd)	0.494	0.500	Valid
10	Biaya administrasi bulanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak membebankan saya	0.582	0.500	Valid
11	Saya merasa prosedur pelayanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak	0.618	0.500	Valid

	rumit			
12	Waktu operasional layanan KSPPS Khidmatul Ummah sesuai yang di informasikan	0.47 9	0.50 0	Tidak Valid
13	Karyawan KSPP khidmatul ummah beredia membantu nasabah (misal :satpam bersedia membukakan pintu, menjawab pertanyaan nasabah)	0.64 8	0.50 0	Valid
14	Manajemen kspps khidmatul ummah tanggap terhadap keluar dari nasabah	0.60 8	0.50 0	Valid
15	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah cekatan dalam melayani nasabah	0.32 1	0.50 0	Tidak Valid
16	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberi solusi tepat atas masalah yang dihadapi nasabah terkait jasa bank	0.43 9	0.50 0	Tidak Valid
17	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah	0.39 7	0.50 0	Tidak Valid

	memiliki pengetahuan yang baik mengenai jasa yang tersedia			
18	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah ramah terhadap nasabah	0.34 1	0.50 0	Tidak Valid
19	Karyawan KSPPS Khidmatul ummah bersikap sopan santun terhadap nasabah	0.28 3	0.50 0	Tidak Valid
20	Karyawan KSPPS Khidmatul ummah jujur dalam bekerja	0.39 0	0.50 0	Tidak Valid
21	Saya merasa bahwa dana simpanan saya di KSPPS Khidmatul Ummah terjamin kemanannya	0.17 2	0.50 0	Tidak Valid
22	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberikan informasi secara jelas kepada nasabah dan mudah untuk dipahami	0.54 1	0.50 0	Valid
23	Karyawan KSPPS khidmatul Ummah memperlakukan nasabah secara adil	0.55 0	0.50 0	Valid
24	Karyawan KSPPS	0.63 8	0.50 0	Valid

	Khidmatul Ummah berpenampilan rapih			
25	Formulir transaksi yang dibutuhkan tersedia secara lengkap dirak formulir	0.734	0.500	Valid
26	Secara umum saya puas terhadap kinerja KSPPS Khidmatul ummah	0.731	0.500	Valid
27	Kinerja KSPPS Khidmatul ummah sesuai dengan harapan saya	0.775	0.500	Valid
28	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah lebih baik dari bank lainnya.	0.623	0.500	Valid
29	Promosi penjualan produk KSPPS Khidmatul Ummah profesional	0.649	0.500	Valid
30	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya	0.099	0.500	Tidak Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel IV.10 di atas diketahui bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki nilai $MSA > 0,5$ sehingga variabel dapat dianalisis secara lebih lanjut.

Tabel IV.11.
 Tabel *Initial Eigenvalues*.

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.998	26.658	26.658
2	3.446	11.486	38.145
3	2.359	7.863	46.008
4	2.273	7.576	53.584
5	1.912	6.373	59.957
6	1.464	4.879	64.836
7	1.215	4.051	68.887
8	1.123	3.744	72.631
9	1.088	3.626	76.257
10	.974	3.247	79.504
11	.827	2.756	82.260
12	.791	2.635	84.895
13	.623	2.076	86.971
14	.555	1.851	88.822
15	.493	1.642	90.464
16	.464	1.547	92.011
17	.416	1.388	93.400
18	.379	1.262	94.662
19	.329	1.096	95.758
20	.242	.806	96.564
21	.231	.769	97.333
22	.166	.554	97.887
23	.156	.519	98.406
24	.136	.452	98.858
25	.109	.362	99.220
26	.075	.249	99.469
27	.059	.197	99.665
28	.051	.170	99.835
29	.031	.104	99.939
30	.018	.061	100.000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Tabel IV.12.
 Tabel Extraction
 Sums of Squared Loadings

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.998	26.658	26.658
2	3.446	11.486	38.145
3	2.359	7.863	46.008
4	2.273	7.576	53.584

5	1.912	6.373	59.957
6	1.464	4.879	64.836
7	1.215	4.051	68.887
8	1.123	3.744	72.631
9	1.088	3.626	76.257
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Tabel IV.13.

Tabel Rotation Sums of Squared Loadings

Component	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.834	19.446	19.446
2	3.680	12.267	31.712
3	2.505	8.351	40.063
4	2.133	7.109	47.172
5	2.118	7.061	54.233
6	2.115	7.049	61.282
7	1.667	5.555	66.838
8	1.503	5.011	71.848
9	1.323	4.409	76.257
10			
11			
12			
13			

14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel IV.11., Tabel IV.12., Tabel IV.13., diketahui bahwa 30 variabel yang dimasukkan untuk analisis faktor, hanya terdapat 9 faktor yang terbentuk karena dari komponen 1 sampai dengan dengan komponen 9 menunjukkan *eigen value* > 1 maka proses faktoring hanya pada faktor jika diteruskan sampai faktor berikutnya *eigen value* sudah kurang 1 yaitu 0.974. Jadi diketahui bahwa 10 faktor adalah jumlah yang paling optimal.

Dalam interpretasi faktor adalah faktor-faktor yang terbentuk dalam melihat tabel *componet matrix* yang menunjukkan distribusi ke 30 variabel tersebut pada 9 faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka pada tabel tersebut adalah faktor yang menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor-faktor yang terbentuk.

Tabel IV.14.
 Tabel Component Matrix a

Indikator	Component				
	1	2	3	4	5
Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya	.464	.382	.419	-	-.298
KSPPS Khidmatul Ummah merupakan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial	.323	.763	.061	.100	-.032
KSPPS Khidmatul Ummah berpengalaman dibidang perbankan	.480	.621	-.033	-.102	-.019
Prestasi kerja KSPPS Khidmatul Ummah membanggakan	.342	.761	-.166	-.236	.015
KSPPS Khidmatul Ummah memiliki budaya yang baik dalam bekerja	.355	.682	.116	.071	-.048
Menurut saya, Karyawan KSPPS khidmatul ummah profesional dalam bekerja	-.011	-.323	.070	-.190	.473
Saya merasa bahwa KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi ternama	.065	-.213	.038	.265	-.514
Logo KSPPS	.677	-	.076	-	.048

khidmatul ummah mudah untuk saya kenali		.073		.019	
Multiguna produk tabungan KSPPS Koperasi sesuai dengan kebutuhan saya (dapat digunakan untuk pembayaran tagihan telepon, listrik, isi ulang pulsa, dsd)	.644	-.097	.216	-.045	.405
Biaya administrasi bulanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak membebankan saya	.693	.020	-.192	-.151	.143
Saya merasa prosedur pelayanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak rumit	.674	-.091	.044	.207	.184
Waktu operasional layanan KSPPS Khidmatul Ummah sesuai yang di informasikan	.613	.039	-.187	.483	-.126
Karyawan KSPPS khidmatul ummah bersedia membantu nasabah (misal :satpam bersedia membukakan pintu, menjawab pertanyaan nasabah)	.696	-.141	-.001	.507	-.108

Manajemen kspps khidmatul ummah tanggap terhadap keluar dari nasabah	.650	- .319	- .080	- .326	- .078
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah cekatan dalam melayani nasabah	.003	.336	- .432	- .481	- .165
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberi solusi tepat atas masalah yang dihadapi nasabah terkait jasa bank	- .244	.185	.629	.188	- .253
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memiliki pengetahuan yang baik mengenai jasa yang tersedia	- .066	.235	.116	.485	.547
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah ramah terhadap nasabah	- .040	.078	- .109	- .616	.535
Karyawan KSPPS Khidmatul ummah bersikap sopan santun terhadap nasabah	.159	.517	.000	.359	.460
Karyawan KSPPS Khidmatul ummah jujur dalam bekerja	- .359	.131	- .419	.438	.280
Saya merasa bahwa dana simpanan saya	- .013	.265	.587	- .166	.032

di KSPPS Khidmatul Ummah terjamin kemanannya					
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberikan informasi secara jelas kepada nasabah dan mudah untuk dipahami	- .295	.167	- .658	.213	- .044
Karyawan KSPPS khidmatul Ummah memperlakukan nasabah secara adil	.514	- .471	.288	.065	.173
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah berpenampilan rapih	.717	- .095	- .305	- .092	- .133
Formulir transaksi yang dibutuhkan tersedia secara lengkap dirak formulir	.724	.035	- .210	- .118	- .080
Secara umum saya puas terhadap kinerja KSPPS Khidmatul ummah	.787	- .266	- .228	- .020	.047
Kinerja KSPPS Khidmatul ummah sesuai dengan harapan saya	.764	- .230	- .148	.106	- .057
Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah lebih bak dari bank lainnya.	.827	- .048	.045	- .135	- .076
Promosi penjualan	.780	.011	.264	.132	.060

produk KSPPS Khidmatul Ummah profesional					
Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang dipercaya	- .038	- .204	.269	- .137	.199
Extraction Method: Principal Component Analysis. a. 9 components extracted.					

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Tabel IV.15.
Tabel Component Matrix a

Indikator	Component			
	6	7	8	9
Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya	.090	-.100	-.229	.286
KSPPS Khidmatul Ummah merupakan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial	.171	.002	-.142	.223
KSPPS Khidmatul Ummah berpengalaman dibidang perbankan	.195	.174	-.186	-.164
Prestasi kerja KSPPS Khidmatul Ummah membangankan	-.003	.139	.041	-.213
KSPPS Khidmatul Ummah memiliki budaya yang baik dalam bekerja	.186	.015	.120	-.092
Menurut saya, Karyawan KSPPS Khidmatul ummah profesional dalam bekerja	.576	-.019	-.054	-.337
Saya merasa bahwa KSPPS Khidmatul Ummah adalah	.360	-.255	.270	-.346

koperasi ternama				
Logo KSPPS Khidmatul ummah mudah untuk saya kenali	-.026	-.558	.224	.139
Multiguna produk tabungan KSPPS Koperasi sesuai dengan kebutuhan saya (dapat digunakan untuk pembayaran tagihan telepon, listrik, isi ulang pulsa, dsd)	.088	-.273	.128	.248
Biaya administrasi bulanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak membebankan saya	-.003	-.234	.284	-.018
Saya merasa prosedur pelayanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak rumit	.193	.123	.033	-.235
Waktu operasional layanan KSPPS Khidmatul Ummah sesuai yang di informasikan	.033	.154	.182	-.053
Karyawan KSPP Khidmatul ummah beredia membantu nasabah (misal :satpam bersedia membukakan pintu, menjawab pertanyaan nasabah)	.166	-.052	-.063	.012
Manajemen kspps Khidmatul ummah tanggap terhadap keluar dari nasabah	-.280	-.014	.058	.184
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah cekatan dalam melayani nasabah	.288	-.176	.238	.204
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberi solusi tepat atas masalah yang dihadapi nasabah terkait jasa bank	-.178	.038	.282	.005
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memiliki	-.122	.157	.255	.000

pengetahuan yang baik mengenai jasa yang tersedia					
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah ramah terhadap nasabah	- .171	- .075	.063	- .219	
Karyawan KSPPS Khidmatul ummah bersikap sopan santun terhadap nasabah	- .143	- .213	- .212	- .023	
Karyawan KSPPS Khidmatul ummah jujur dalam bekerja	.075	.010	.021	.323	
Saya merasa bahwa dana simpanan saya di KSPPS Khidmatul Ummah terjamin kemanannya	- .209	.118	.470	- .154	
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberikan informasi secara jelas kepada nasabah dan mudah untuk dipahami	- .042	- .088	.346	.104	
Karyawan KSPPS khidmatul Ummah memperlakukan nasabah secara adil	.297	.014	- .136	.192	
Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah berpenampilan rapih	.241	.224	.043	- .028	
Formulir transaksi yang dibutuhkan tersedia secara lengkap dirak formulir	- .164	.294	- .004	.099	
Secara umum saya puas terhadap kinerja KSPPS Khidmatul ummah	- .232	.180	.076	- .140	
Kinerja KSPPS Khidmatul ummah sesuai dengan harapan saya	- .386	.124	- .085	- .056	
Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah lebih baik dari bank lainnya.	- .004	.094	.000	.036	
Promosi penjualan produk KSPPS	- .170	- .175	- .123	- .066	

Khidmatul Ummah profesional				
Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang dipercaya	.324	.505	.310	.405
Extraction Method: Principal Component Analysis.				
a. 9 components extracted.				

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel IV.14 dan Tabel IV.15., yaitu Tabel *Component Matrix* awal, hasil faktor belum dapat diinterpretasikan karena variabel-variabel yang ada hanya mengumpulan pada satu atau beberapa faktor dan belum menyeluruh. Untuk itu dilakukan rotasi faktor.

Tabel IV.16.
 Tabel Rotated Component Matrix a

Nom or	Keterangan	Component				
		1	2	3	4	5
1	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya	.064	.578	.317	.427	.061
2	KSPPS Khidmatul Ummah merupakan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial	- .018	.832	.142	.037	.077
3	KSPPS Khidmatul Ummah berpengalaman dibidang perbankan	.264	.813	- .050	.094	- .030
4	Prestasi kerja KSPPS Khidmatul	.227	.806	- .077	.193	- .240

	Ummah membanggakan					
5	KSPPS Khidmatul Ummah memiliki budaya yang baik dalam bekerja	.078	.754	.115	-.054	.135
6	Menurut saya, Karyawan KSPPS khidmatul ummah profesional dalam bekerja	-.101	-.112	.090	.168	-.098
7	Saya merasa bahwa KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi ternama	-.010	-.101	.069	-.138	.714
8	Logo KSPPS khidmatul ummah mudah untuk saya kenali	.356	.067	.826	.017	.112
9	Multiguna produk tabungan KSPPS Koperasi sesuai dengan kebutuhan saya (dapat digunakan untuk pembayaran tagihan telepon, listrik, isi ulang pulsa, dsd)	.329	.089	.743	.210	-.078
10	Biaya administrasi	.550	.186	.538	-.18	-.06

	bulanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak membebankan saya				5	9
11	Saya merasa prosedur pelayanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak rumit	.568	.181	.182	.194	.226
12	Waktu operasional layanan KSPPS Khidmatul Ummah sesuai yang di informasikan	.610	.194	.076	-.123	.479
13	Karyawan KSPPS khidmatul ummah bersedia membantu nasabah (misal :satpam bersedia membukakan pintu, menjawab pertanyaan nasabah)	.526	.116	.282	.193	.576
14	Manajemen kspps khidmatul ummah tanggap terhadap keluar dari nasabah	.676	-.129	.351	.101	-.183
15	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah cekatan dalam	-.095	.374	.187	-.559	-.182

	melayani nasabah					
16	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberi solusi tepat atas masalah yang dihadapi nasabah terkait jasa bank	- .31 2	.00 8	- .05 2	.17 1	.23 5
17	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memiliki pengetahuan yang baik mengenai jasa yang tersedia	- .04 4	.05 1	.00 9	- .09 5	- .02 2
18	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah ramah terhadap nasabah	.01 5	.01 6	.11 1	- .09 8	- .78 9
19	Karyawan KSPPS Khidmatul ummah bersikap sopan santun terhadap nasabah	- .05 7	.40 7	.19 9	.07 9	- .11 4
20	Karyawan KSPPS Khidmatul ummah jujur dalam bekerja	- .27 0	- .05 9	- .08 1	- .41 4	.06 2
21	Saya merasa bahwa dana simpanan saya di KSPPS Khidmatul Ummah terjamin	- .06 8	.14 5	.05 8	.08 7	- .14 0

	kemanannya					
22	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberikan informasi secara jelas kepada nasabah dan mudah untuk dipahami	- .09 3	- .05 3	- .09 5	- .79 4	.06 9
23	Karyawan KSPPS khidmatul Ummah memperlakukan nasabah secara adil	.32 1	- .15 0	.38 6	.48 1	.19 9
24	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah berpenampilan rapih	.70 6	.24 9	.09 2	- .06 7	.16 5
25	Formulir transaksi yang dibutuhkan tersedia secara lengkap dirak formulir	.77 0	.25 6	.06 3	.02 1	- .06 8
26	Secara umum saya puas terhadap kinerja KSPPS Khidmatul ummah	.90 8	- .04 1	.14 0	.03 9	- .02 3
27	Kinerja KSPPS Khidmatul ummah sesuai dengan harapan saya	.86 0	- .05 2	.12 4	.17 5	.04 1
28	Menurut saya, KSPPS Khidmatul	.69 7	.25 4	.29 8	.21 8	.05 1

	Ummah lebih baik dari bank lainnya.					
29	Promosi penjualan produk KSPPS Khidmatul Ummah profesional	.535	.207	.438	.423	.115
30	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya	-.002	-.090	-.016	.050	-.044
Extraction Method: Principal Component Analysis.						
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.						
a. Rotation converged in 10 iterations.						

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Tabel IV.17.

Tabel Rotated Component Matrix a

Nomor	Keterangan	Component			
		6	7	8	9
1	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya	-.311	.079	-.306	.093
2	KSPPS Khidmatul Ummah merupakan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial	.153	-.076	-.224	.047
3	KSPPS Khidmatul Ummah berpengalaman dibidang perbankan	-.007	-.034	.101	-.065
4	Prestasi kerja KSPPS	-.00	.138	.036	-.15

	Khidmatul Ummah membanggakan	2			4
5	KSPPS Khidmatul Ummah memiliki budaya yang baik dalam bekerja	.114	.213	.025	-.033
6	Menurut saya, Karyawan KSPPS khidmatul ummah profesional dalam bekerja	-.010	-.151	.837	.160
7	Saya merasa bahwa KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi ternama	-.296	.179	.265	-.197
8	Logo KSPPS khidmatul ummah mudah untuk saya kenali	-.060	.056	-.009	-.143
9	Multiguna produk tabungan KSPPS Koperasi sesuai dengan kebutuhan saya (dapat digunakan untuk pembayaran tagihan telepon, listrik, isi ulang pulsa, dsd)	.166	-.011	.129	.186
10	Biaya administrasi bulanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak membebaskan saya	-.047	.026	.153	-.066
11	Saya merasa	.19	-	.36	.03

	prosedur pelayanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak rumit	8	.006	4	5
12	Waktu operasional layanan KSPPS Khidmatul Ummah sesuai yang di informasikan	.249	-.019	-.019	-.005
13	Karyawan KSPPS Khidmatul ummah bersedia membantu nasabah (misal :satpam bersedia membukakan pintu, menjawab pertanyaan nasabah)	.183	-.180	.036	-.032
14	Manajemen kspps Khidmatul ummah tanggap terhadap keluar dari nasabah	-.297	-.016	-.166	.058
15	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah cekatan dalam melayani nasabah	-.454	-.150	.009	.110
16	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberi solusi tepat atas masalah yang dihadapi nasabah terkait jasa bank	.087	.655	-.275	.063
17	Karyawan KSPPS	.801	.199	.054	.120

	Khidmatul Ummah memiliki pengetahuan yang baik mengenai jasa yang tersedia				
18	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah ramah terhadap nasabah	-.031	.093	.327	-.103
19	Karyawan KSPPS Khidmatul ummah bersikap sopan santun terhadap nasabah	.639	-.128	-.056	-.299
20	Karyawan KSPPS Khidmatul ummah jujur dalam bekerja	.494	-.406	-.136	.128
21	Saya merasa bahwa dana simpanan saya di KSPPS Khidmatul Ummah terjamin kemanannya	.063	.820	-.015	.116
22	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberikan informasi secara jelas kepada nasabah dan mudah untuk dipahami	.149	-.177	-.134	-.087
23	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memperlakukan nasabah secara adil	-.002	-.184	.222	.344
24	Karyawan	-	-	.18	.15

	KSPPS Khidmatul Ummah berpenampilan rapih	.224	.205	7	9
25	Formulir transaksi yang dibutuhkan tersedia secara lengkap dirak formulir	-.086	-.077	-.146	.107
26	Secara umum saya puas terhadap kinerja KSPPS Khidmatul ummah	.003	-.027	.077	-.058
27	Kinerja KSPPS Khidmatul ummah sesuai dengan harapan saya	.051	-.061	-.156	-.167
28	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah lebih baik dari bank lainnya.	-.161	.013	.011	.087
29	Promosi penjualan produk KSPPS Khidmatul Ummah profesional	.127	.086	-.038	-.203
30	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya	.023	.136	.107	.866
Extraction Method: Principal Component Analysis.					
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.					
a. Rotation converged in 10 iterations.					

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Secara lengkap pembagian variabel-variabel berdasarkan faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel 4.15 variabel diurut berdasarkan nilai faktor loading dari yang terbesar. Untuk pemberian nama pada

masing-masing faktor baru yang terbentuk bersifat subyektif, kadang-kadang variabel yang memiliki nilai faktor loading tertinggi digunakan untuk memberi nama faktor (Ghozali, 2005: 258).

Tabel IV.18.
 Tabel Faktor yang Terbentuk.

Faktor	Keterangan	Faktor yang terbentuk	Eigen Value	Loading Faktor	% Variance	% Kumulatif
1	Biaya administrasi bulanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak membebaskan saya (F10)	Jasa Layanan	7.998		26.658	26.658
	Saya merasa prosedur pelayanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak rumit (F11)			0.550		
	Waktu operasional layanan KSPPS Khidmatul Ummah sesuai yang di			0.568		
				0.610		

	informasi (F12)								
	Manajemen KSPPS khidmat ul ummah tanggap terhadap keluar dari nasabah (F14)			0.706					
	Karyawan KSPPS Khidmat Ummah berpempilan rapih (F24)			0.770					
	Formulir transaksi yang dibutuhkan tersedia secara lengkap dirak formulir (F25)			0.908					
	Secara umum saya puas terhadap kinerja KSPPS Khidmat ul ummah (F26)			0.860					
	Kinerja KSPPS Khidmat ul			0.697					
	ummah sesuai dengan harapan saya (F27)								
	Menurut saya, KSPPS Khidmat ul Ummah lebih baik dari bank lainnya (F28)						0.535		
	Promosi penjualan produk KSPPS Khidmat ul Ummah profesional (F29)						0.706		
2	Menurut saya, KSPPS Khidmat ul Ummah adalah koperasi yang di percaya (F1)	Reputasi dan Kredibilitas	3.446				0,578	11.486	38.145
	KSPPS Khidmat ul Ummah merupakan perusahaan yang mempunyai						0,832		

	tanggung jawab sosial (F2)					
	KSPPS Khidmat Ummah berpengalaman dibidang perbankan (F3)			0,813		
	Prestasi kerja KSPPS Khidmat Ummah membangun (F4)			0,806		
	KSPPS Khidmat Ummah memiliki budaya yang baik dalam bekerja (F5)			0,754		
	Karyawan KSPPS Khidmat Ummah cekatan dalam melayani nasabah (F15)			0,374		
3	Logo KSPPS khidmat ul ummah mudah	Kendala perusahaan	2.359	0.826	7.863	46.008

	untuk saya kenali (F8)					
	Multiguna produk tabungan KSPPS Koperasi sesuai dengan kebutuhan saya (dapat digunakan untuk pembayaran tagihan telepon, listrik, isi ulang pulsa, dsd) (F9)			0.743		
4	Karyawan KSPPS khidmat ul Ummah berperilaku nasabah secara adil (F23)	Empati	2.273	0.481	7.576	53.584
5	Saya merasa bahwa KSPPS Khidmat ul Ummah adalah koperasi ternama (F7)	Identitas perusahaan	1.912	0.714	6.373	59.957

	Karyawan KSPP Khidmat ul ummah bersedia membantu nasabah (misal :satpam bersedia membukakan pintu, menjawab pertanyaan nasabah) (F13)			0.576										
6	Karyawan KSPPS Khidmat Ummah memiliki pengetahuan yang baik mengenai jasa yang tersedia (F17)	Prosedur Pelayanan	1.464	0.801	4.879	64.836								
	Karyawan KSPPS Khidmat ul ummah bersikap sopan santun terhadap nasabah (F19)			0.639										
	Karyawan			0.4										
	an KSPPS Khidmat ul ummah jujur dalam bekerja (F20)												94	
	Karyawan KSPPS Khidmat Ummah memberikan informasi secara jelas kepada nasabah dan mudah untuk dipahami (F22)												0.149	
7	Karyawan KSPPS Khidmat Ummah memberi solusi tepat atas masalah yang dihadapi nasabah terkait jasa bank (F16)	Daya tangkap	1.215											
	Saya merasa bahwa dana simpana													
													0.820	

	n saya di KSPPS Khidmatul Ummah terjamin keamanannya (F21)					
8	Menurut saya, Karyawan KSPPS khidmatul ummah profesional dalam bekerja (F6)	Kesigapan Perusahaan	1.123	0.837.	3.744	72.631
	Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah ramah terhadap nasabah (F18)			0.327.		
9	Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya (F17)	Jaminan	1.088	0.866	3.626	76.257

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

IV.3.2. Interpretasi.

Dalam penelitian ini ditemukan 2 Faktor yang mempengaruhi Loyalitas nasabah terhadap KSPPS Khidmatul

Ummah Cabang Pamijahan Bogor faktor tersebut adalah Produk dan Kualitas Layanan dari analisis menggunakan analisis faktor perangkat lunak SPSS 16.00 for windows diperoleh 10 faktor yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, yaitu: (1) pelayanan karyawan (personil) (2) empati (3) daya tanggap (4) reputasi bank (5) kredibilitas (6) sarana & prasarana (7) identitas perusahaan (8) logo perusahaan (9) kehandalan dengan (10) kemudahan prosedur layanan. Persentase kumulatif varians dari faktor yang diekstrak sebesar 71,763%, yang berarti hasil dari penelitian yang terbentuk mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 71,763%, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain

Berdasarkan hasil analisis data dimana faktor-faktor loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor, faktor produk sangatlah dilihat oleh para nasabah karena apabila seorang nasabah mempunyai tingkat pengetahuan produk yang baik maka akan berpengaruh terhadap perilakunya. Pengetahuan produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang didapat dari membaca dan pengalaman (Muhammad Hatta dalam Jannah, 2014). Pengetahuan juga dapat diartikan sebagai hasil keingintahuan, segala perbuatan atau usaha manusia untuk memahami obyek yang dihadapinya. Kualitas pelayanan merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi sikap dan perilaku nasabah.

V. SIMPULAN.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap nasabah KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Kabupaten

Bogor, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Faktor pertama, Jasa Layanan terdiri dari: Biaya administrasi bulanan di KSPPS Khidmatul Ummah tidak membebankan saya, prosedur pelayanan di KSPPS Khidmatul ummah tidak rumit, waktu operasional layanan KSPPS Khidmatul Ummah sesuai yang di informasikan, manajemen KSPPS Khidmatul Ummah tanggap terhadap keluar dari nasabah, karyawan KSPPS Khidmatul Ummah berpenampilan rapih, formulir transaksi yang dibutuhkan tersedia secara lengkap dirak formulir, secara umum saya puas terhadap kinerja KSPPS Khidmatul ummah, kinerja KSPPS Khidmatul ummah sesuai dengan harapan saya, menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah lebih baik dari bank lainnya, promosi penjualan produk KSPPS Khidmatul Ummah profesional. Faktor-faktor tersebut di atas merupakan faktor dominan pertama yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 26.658%.
2. Faktor Kedua, Reputasi dan Kredibilitas terdiri dari: KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya, KSPPS Khidmatul Ummah merupakan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial, KSPPS Khidmatul Ummah berpengalaman dibidang perbankan, prestasi kerja KSPPS Khidmatul Ummah membanggakan, KSPPS Khidmatul Ummah memiliki budaya yang baik dalam bekerja, karyawan KSPPS Khidmatul Ummah cekatan dalam melayani nasabah. Faktor-faktor tersebut di atas merupakan faktor dominan kedua yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 11.486%.
3. Faktor Ketiga, Kendala Perusahaan terdiri dari: Logo KSPPS Khidmatul Ummah mudah untuk saya kenali dan Multiguna produk tabungan KSPPS Koperasi sesuai dengan kebutuhan saya (dapat digunakan untuk pembayaran tagihan telepon, listrik, isi ulang pulsa, dan seterusnya). Faktor-faktor tersebut di atas merupakan faktor dominan ketiga yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 7.863%.
4. Faktor Keempat, Empati terdiri dari: Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memperlakukan nasabah secara adil. Faktor tersebut di atas merupakan faktor dominan keempat yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 7.576%.
5. Faktor Kelima, Identitas Perusahaan terdiri dari: Saya merasa bahwa KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi ternama, karyawan KSPPS Khidmatul Ummah bersedia membantu nasabah (misalnya satpam bersedia membukakan pintu, menjawab pertanyaan nasabah). Faktor-faktor tersebut di atas merupakan faktor dominan kelima yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 6.373%.
6. Faktor Keenam, Prosedur Pelayanan terdiri dari: Karyawan KSPPS

Khidmatul Ummah memiliki pengetahuan yang baik mengenai jasa yang tersedia, karyawan KSPPS Khidmatul Ummah bersikap sopan santun terhadap nasabah., karyawan KSPPS Khidmatul Ummah jujur dalam bekerja, karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberikan informasi secara jelas kepada nasabah dan mudah untuk dipahami. Faktor-faktor tersebut di atas merupakan faktor dominan keenam yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 4.789%.

7. Faktor Ketujuh, Daya tangkap, terdiri dari: Karyawan KSPPS Khidmatul Ummah memberi solusi tepat atas masalah yang dihadapi nasabah terkait jasa bank, saya merasa bahwa dana simpanan saya di KSPPS Khidmatul Ummah terjamin keamanannya. Faktor-faktor tersebut di atas merupakan faktor dominan kelima yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 4.051%.
8. Faktor Kedelapan, Kesigapan Perusahaan terdiri dari: Menurut saya, Karyawan KSPPS khidmatul ummah profesional dalam bekerja, karyawan KSPPS Khidmatul Ummah ramah terhadap nasabah. Faktor-faktor tersebut di atas merupakan faktor dominan kelima yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 3.744%.
9. Faktor Kesembilan, Jaminan terdiri dari: Menurut saya, KSPPS Khidmatul Ummah adalah koperasi yang di percaya. Faktor tersebut di

atas merupakan faktor dominan kelima yang mempengaruhi loyalitas nasabah KSPPS Khidmatul Ummah dengan variance sebesar 3.626%.

Berdasarkan hal tersebut di atas, saran yang diberikan ialah:

1. Kepada KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor.
 - a. Terus berupaya untuk mempertahankan loyalitas anggota KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor agar tetap loyal terhadap produk dan biaya yang di tawarkan oleh KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor dan menyediakan fasilitas yang sesuai dengan harapan atau keinginan anggotanya.
 - b. KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor harus mempertahankan komitmen anggotanya dengan melayani dan merespon kebutuhan anggotanya dengan baik sehingga anggota akan selalu loyal dan percaya menjadi anggota KSPPS Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor.
2. Kepada Masyarakat.

Bagi masyarakat di harapkan penelitian ini dapat di jadikan sebagai informasi untuk memberikan sedikit nya gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.
3. Kepada Peneliti Selanjutnya.

Untuk para peneliti selanjutnya diharapkan dalam mengembangkan dan meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi

loyalitas nasabah untuk melakukan pengelompokan nasabah berdasarkan tingkat loyalitas. Dan sebagai upaya pengembangan diri dan menambah pengetahuan diharapkan selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih komprehensif dan dapat meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi pada saat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Fathoni, Abdurrahmat. 2011. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Griffin, Jill, 1995. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*, USA: A Division Of Simon and Schukers Inc.
- Hidayatullah, A., & Thantawi, T. R. (2017). Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah. Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah, 3(1), 337-350.
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Edisi kedelapan, terjemahan Arcella Ariwati Hermawan), Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, Thomas Hayes, dan Bloom Paul N. 2002. *Marketing Professional Service*. Prentice Hall International Press.
- Nazir, Mohammad. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nurhasanah, N., Trihantana, R., & Kusumaningrum, R. (2022). Analisis Preferensi Nasabah terhadap Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah di Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Ikhlasul Ummah, Kabupaten Bogor. Sahid Banking Journal, 2(01), 111-119.
- Ningsih, P., Thantawi, T. R., & Suryani, E. (2021). Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak dalam Kualitas Pelayanan BPRS terhadap Kepuasan Nasabah [Studi Pada BPRS Botani (Bina Rahmah) Dramaga Bogor]. Sahid Banking Journal, 1(01), 112-127..
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I. Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour 7 th. Edition*. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.
- Thantawi, R., & Brawijaya, A. (2018). Pemahaman Nasabah terhadap Kontrak Syariah pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Kota dan Kabupaten Bogor. Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam, 3(2).