



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): **2597-4904** ISSN (e) : **2620-5661**

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-35

ARTIKEL

THE EFFECT OF SAVINGS SHUTTLE SERVICE QUALITY AND COMPLAINT HANDLING ON MEMBER LOYALTY AT BMT NU MUNCAR BRANCH



Oleh:

Septia Nuraini

NIM: 2113111028

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT (UIMSya)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Artikel dengan judul:

THE EFFECT OF SAVINGS SHUTTLE SERVICE QUALITY AND COMPLAINT HANDLING ON MEMBER LOYALTY AT BMT NU MUNCAR BRANCH

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian Artikel

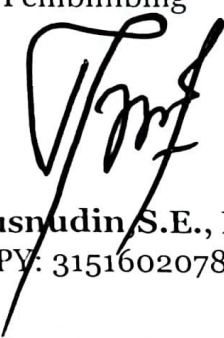
Pada Tanggal: 18 juni 2025

Mengetahui,

Ketua prodi


Munawir, S. Ag., M. Ag
NIPY: 3150312027201

Pembimbing


Imam Khusnudin, S. E., M. M
NIPY: 3151602078501



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h. 22-25

PENGESAHAN PENGUJI

Artikel saudara **Septia Nuraini** Telah Di Munaqosah Kepada Dewan
Penguji Sidang Artikel Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi

Pada Tanggal:
(18 juni 2025)

dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Tim penguji:

Ketua Penguji

Yunuz Zamroji, S.E., M.E.
NIPY:3151523128501

Penguji I

Drs. Edy Sujoko, M.H.
NIPY:3150514097301

Penguji II

Lilit Biati, S.E., M.M.
NIPY:3150518038101

Dekan



Dr. Hj. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, S.E., M.H., M.M., CRP.
NIPY:3150425027901



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-25

MOTO DAN PRASEMBAH

Moto

"Berjuanglah sampai akhir hayat."

فَلْيَفْعَلْ يَغْرِسَهَا حَتَّى يَوْمَ لَا أَنْ اسْتَطَاعَ فَإِنَّ الْفَسِيلَةَ أَخَذَكُمْ يَدٍ فِي السَّاعَةِ قَامَتْ إِذَا

"Jika kiamat tiba dan di tangan salah seorang dari kalian ada bibit tanaman, maka jika ia mampu menanamnya sebelum kiamat datang, hendaklah ia menanamnya."

(HR. Ahmad)

Persembahan

1. Untuk Ayahanda Sudaman dan Ibunda Windari Kepada ayah dan ibu tercinta, yang setiap tetes keringatnya adalah doa, dan setiap lelahnya adalah demi masa depanku. Terima kasih telah menanamkan kesabaran di kala aku ingin menyerah, dan harapan di kala aku terjatuh. Doa kalian adalah bahan bakar terkuat yang membawaku sampai di titik ini. Tiada kata yang mampu membalas segala pengorbanan, kecuali doa agar Allah membalasnya dengan surga. Kalian adalah alasan terbesar aku berjuang, sebab senyum kalian adalah puncak kebahagiaanku. Jika hari ini aku berdiri di garis akhir, itu karena kalian tak pernah berhenti berjalan di sisiku. Kupersembahkan gelar ini untuk kalian, sebagai bunga kecil dari ladang pengorbanan yang tak ternilai.
2. Untuk adikku dan keluargaku, terima kasih telah menjadi rumah yang selalu menerima kepulanganku, baik dalam kemenangan maupun kelelahan. Dukungan kalian adalah selimut yang menghangatkanku di malam-malam penuh perjuangan.
3. Ucapan terima kasih yang mendalam juga kupersembahkan kepada keluarga besar Pondok Pesantren Darussalam, tempat di mana aku tumbuh dan belajar banyak hal, serta kepada teman-teman seperjuangan yang telah memberi semangat dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Ingatlah selalu masa-masa kebersamaan kita, dan semoga tali silaturahmi ini senantiasa terjaga.
4. Secara khusus, saya menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Imam Khusnudin, S.E., M.M. yang baik dan bijaksana selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas segala bimbingan, bantuan, nasihat, serta ilmu yang telah Bapak berikan dengan tulus dan ikhlas. Semoga segala kebaikan Bapak dibalas oleh Allah dengan pahala yang berlipat ganda.
5. Kepada almamaterku, Universitas KH Mukhtar Syafaat Darussalam Blokagung Banyuwangi, terima kasih telah menjadi tempat tumbuhnya mimpi dan cita-cita. Teristimewa untuk Program Studi Ekonomi Syariah, terima kasih telah membentukku menjadi insan yang tak hanya paham ilmu, tapi juga nilai-nilai yang menuntun hati.
6. Untuk teman-teman tercinta yang senantiasa hadir dalam suka dan duka, terima kasih atas setiap doa, semangat, tawa, dan kebersamaan yang telah kita lalui bersama. Dukungan kalian menjadi kekuatan besar dalam menyelesaikan perjalanan ini. Semoga persahabatan dan tali silaturahmi kita tetap terjaga, kapan pun dan di mana pun kita berada.
7. Untuk seluruh sahabat seperjuanganku, khususnya keluarga besar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2021, Terima kasih atas setiap detik kebersamaan yang terukir indah, atas perjuangan yang kita pikul bersama, dan semangat pantang menyerah yang tak pernah padam di tengah ujian dan lelah. Kita telah menapaki jalan penuh rintangan, melewati badai tantangan, dan kini berdiri di ujung perjalanan dengan hati

PERNYATAAN KEASLIAN ARTIKEL

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang bertanda tangan di bawah ini. Saya:

Nama : Septia Nuraini
NIM : 2113111028
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Alamat Lengkap : Dsn.2, Rt/Rw.006/003, Desa. Megang Sakti IV, Kec.
Megang Sakti, Kab. Musirawas, Prov. Sumatra Selatan

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa artikel ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 03 Maret 2025

Saya yang menyatakan:



Septia Nuraini
Septia Nuraini
NIM :2113111028



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-25



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h. 22-25

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan hidayahnya kami dapat menyelesaikan artikel ini dengan tepat waktu. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang tulus dan Ikhlas kepada:

1. Pengasuh pondok pesantren Darussalam blokagung
2. Dr. KH. Abdul Kholiq Syafaat, M.A selaku ketua senat Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
3. Dr. KH. Ahmad Munib Syafaat, Lc., M.E.I selaku Rektor Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
4. Dr. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, S.E., M.H., M.M., CRP. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Munawir, S.Ag., M. Ag selaku kepala progam studi Ekonomi Syariah Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.
6. Imam Khusnudin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing , terimakasih atas segala bimbingan, masukan , kritikan, waktu dan juga tegala yang telah diberikan dengan penuh kesabaran.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.
8. Petugas Dan warga yang ada di BMT NU Cabang Muncar,Seluruh Teman-teman Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Wasalamualaikum Wr. Wb.

Banyuwangi, 03 Maret 2025

Penulis

Septia Nuraini
Nim:2113111028



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-35





Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-35

The Effect of Savings Shuttle Service Quality and Complaint Handling on Member Loyalty at BMT NU Muncar Branch

Septia Nuraini¹, Imam Khusnudin²

Universitas KH. Mukhtar Syafaat, Banyuwangi^{1,2} septianuraini633@gmail.com¹,
imamkhusnudin246@gmail.com²

Received: 18-12-2024; Revised: 24-03-2025; Accepted: 25-04-2025;

Keywords: Service Quality, Pick-Up Deposit Service, Complaint Handling, Customer Loyalty

ABSTRACT

aims to determine the effect of the quality of savings pick-up and delivery services and complaint handling on member loyalty at KSPPS BMT NU Muncar, a sharia microfinance institution. As an LKM (Microfinance Institution), BMT aims to serve people who have not been reached by conventional banking, provide financing for micro businesses, facilitate savings, and avoid usury practices. BMT NU Muncar in its operations focuses on increasing member trust and satisfaction as an effort to build loyalty. This study uses a quantitative method with a descriptive approach, involving 67 samples from 200 active members who use savings pick-up and delivery services. The sample was determined by purposive sampling technique using the Slovin formula with primary data collected through a questionnaire measured using a 4-point Likert scale. Data analysis was conducted using SPSS version 23, which includes statistical tests such as the Determination Coefficient Test, F Test, and T Test. The results of the study showed that the F test results showed that the calculated F value was 201.682, while the F table value was 2.3516584, with a significance level (p-value) of 0.000 which was smaller than 0.05 ($0.000 \leq 0.05$). The R-Square test results showed a value of 0.863 or 86.3%, which means that 86.3% of the variation in member satisfaction was influenced by the independent variables (Quality of Shuttle Services and Complaint Handling), while the remaining 13.7% was influenced by other factors. This study is expected to provide insight for BMT NU Muncar in increasing competitiveness and operational sustainability by increasing



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-25

member loyalty. The implications of the study suggest that it is important for BMT to continue to adapt to member needs and



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h. 22-35

Keywords: Kualitas

Layanan, Layanan
Setoran Penjemputan,
Penanganan Keluhan,
Loyalitas Pelanggan

ensure operational sustainability through improving service quality

that can increase satisfaction levels and ultimately strengthen member loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan antar jemput tabungan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Muncar, sebuah lembaga keuangan mikro syariah. Sebagai LKM (Lembaga Keuangan Mikro), BMT bertujuan melayani masyarakat yang belum terjangkau oleh perbankan konvensional, memberikan pembiayaan untuk usaha mikro, memfasilitasi tabungan, serta menghindari praktik riba. BMT NU Muncar dalam operasionalnya berfokus pada peningkatan kepercayaan dan kepuasan anggota sebagai upaya membangun loyalitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, melibatkan 67 sampel dari 200 anggota aktif yang memanfaatkan layanan antar jemput tabungan. Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling menggunakan rumus Slovin dengan data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert 4 poin. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 23, yang mencakup uji statistik seperti Uji Koefisien Determinasi, Uji F, dan Uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 201.682, sementara nilai F tabel adalah 2.3516584, dengan tingkat signifikansi (p -value) sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 ($0.000 \leq 0.05$). Hasil uji R-Square menunjukkan nilai sebesar 0.863 atau 86.3%, yang berarti 86.3% variasi kepuasan anggota dipengaruhi oleh variabel independen (Kualitas Layanan Shuttle dan Penanganan Keluhan), sementara 13.7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi BMT NU Muncar dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan operasional dengan meningkatkan loyalitas anggota. Implikasi penelitian mengemukakan bahwa pentingnya BMT untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan anggota dan memastikan keberlanjutan operasional melalui peningkatan kualitas layanan yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan akhirnya memperkuat loyalitas anggota.

INTRODUCTION

Microfinance institutions (MFIs) are generally defined as financial institutions that serve micro-entrepreneurs. Several international institutions, such as UNDP and the ILO, define MFIs as institutions that provide services to people who do not have access to banking financial institutions. This is because the community cannot meet the technical requirements set by the bank. Based on Law No. 1 of 2013 concerning Microfinance Institutions, MFIs have an official definition "Financial institutions that are specifically established to provide business development and community empowerment services, either through loans or financing in micro-scale businesses to members and the community, deposit management, and the provision of business development consulting services that are not solely for profit" (München et al., 2024). BMT is a non-bank Islamic



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-35

financial institution that operates on the principle of profit sharing. The goal is to develop micro businesses to improve welfare and dignity, as well as defend the interests of the poor (Jiglau et al., 2024; Kabadayi et al., 2023; Maulina et al., 2023). BMT supports productive businesses and investments to improve the economic quality of small and micro entrepreneurs, among others by encouraging the habit of saving and providing financing for their economic activities (Mukoro et al., 2022).

BMT NU is one of the Islamic microfinance institutions that operates based on sharia principles, avoiding the practice of *riba* which is prohibited in Islam. The existence of BMT has a positive impact on the community's economy, especially for those who are not familiar with the conventional banking system and reject usury. Like Islamic banks, BMT NU acts as a financial mediator, by collecting funds from the community and redistributing them. One of the important aspects of BMT NU's operations is the marketing strategy to build a good image and trust of members, which ultimately creates loyalty. However, the challenge faced is how to build strong trust in the midst of competition, given the shifting behavior still often occurs among members (Cooke, 2024; Saharani & Diana, 2024). Trust and satisfaction of members are key factors in the success of financial institutions, because without them, it is difficult for institutions to develop (Malik et al., 2024). This quantitative study aims to analyze the factors that affect the level of trust and loyalty of members to BMT NU and how this has an impact on the performance of the Institution (Vuong et al., 2024).

Baitul Maal wat Tamwil was founded inspired by the concept of Baitul Maal in Indonesia. Baitul Maal is a state financial institution that functions to store, receive, and distribute state funds in accordance with Islamic sharia principles (Wojewska et al., 2024). *Baitul Maal* plays the role of an institution that manages state finances (Agrawal et al., 2024). *Baitul Maal* was first established during the time of the Prophet Muhammad SAW, where at that time *Baitul Maal* functioned to manage the spoils of war of the Prophet's companions (Kalimullina & Orlov, 2020). The development of Islamic microfinance institutions (LKMS) in Indonesia is not new. However, since around 1992, sharia-based financial institutions have begun to emerge that avoid the practice of interest (*riba*) in their operations (Fayyad, 2023; Qoyum et al., 2022). One of the main factors behind the birth of Islamic banks and LKMS is the strict prohibition of *riba* in the Qur'an. *Riba* is a profit obtained without a valid substitute transaction according to sharia (Ledhem, 2022; Mkadmi & Ben Ali, 2024). As competition among financial institutions increases, every company must strive to increase its competitiveness, because the profits of financial products are very easily eroded by competitors.

Service quality is a factor that encourages members' trust in BMT's products and services, which ultimately affects the increase in market share and the Company's image (Virnandes et al., 2024). In addition, service quality is also a concept that is difficult to understand as an indicator, so financial institutions need to make a positive impression on customers by maintaining trust, as well as providing fast, accurate, and transparent services in handling member complaints (Faiz et al., 2023; Usman et al., 2024). Member satisfaction is a value, which will be realized if the quality of services provided by BMT is carried out properly. This will ultimately generate the expected profits and support the sustainability of the Company's operations (Ataman et al., 2024; Bennouna et al.,



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-35

2024). As a relatively new financial institution, KSPPS BMT NU Muncar Branch offers a variety of sharia-based products, including financing, and savings.

Member loyalty plays a crucial role in the long-term success of a service company. Once members' trust has been successfully built, the next step for companies is to maintain and increase their loyalty (Hameed et al., 2024). Member loyalty can be interpreted as a member's commitment to continue using the product or service based on awareness, trust, and satisfaction felt, followed by a repeat purchase (Kim et al., 2024). This loyalty is the key to success that not only supports the company's growth in the short term, but also provides a sustainable competitive advantage.

Basically, service is an activity offered to consumers or customers that is intangible and cannot be owned. Service can also be interpreted as an activity that occurs through direct interaction between individuals and others (Poulova et al., 2024; Zuhdi et al., 2024). Service quality is a key element in building and maintaining customer loyalty (Jiang et al., 2024; Purwanto & Wafa, 2023). According to Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) in (Yeong et al., 2022), service quality can be measured through five dimensions: reliability, responsiveness, guarantee, empathy, and tangible. Members who feel cared for tend to stay and continue using BMT services. This discussion led to the importance of BMT to maintain high standards in service in order to maintain member loyalty. Today's marketing strategy involves active actions from business people, both those who sell products and services (Jiang et al., 2024; Maulidia, 2023). They no longer just wait for customers to arrive, but proactively reach out to customers one by one to inquire about their needs.

Complaint handling is the ability and willingness of a company to handle any complaints that come in quickly. In this case, when dealing with customer complaints, it is important to listen carefully and understand the customer's perspective (Fadli Hidayat et al., 2024; Li & Moreira, 2024; Zain & Mustofa, 2024). When dealing with customers who may be aggressive, maintain a calm and unemotional attitude. Guide the customer to a position where they feel understood and appreciated. Set a realistic time limit for each complaint and empower customer service staff to take concrete action to resolve the complaint (Baffour Gyau et al., 2024; Cobbinah et al., 2024). If the complaint takes longer to resolve, make sure the customer is kept informed of the progress so they feel confident that their complaint is being processed.

Several studies have highlighted the importance of service quality and complaint handling in building customer loyalty in banking and financial institutions. However, few have specifically examined the context of Islamic microfinance institutions, particularly BMTs. Previous studies have focused more on conventional banking institutions or large financial institutions. In contrast, the role of BMTs as Islamic microfinance institutions operating under Islamic principles remains under-explored in this context. Furthermore, although service quality and complaint handling are recognized as important factors in building member trust and loyalty, few studies have holistically integrated both aspects to analyze their impact on member loyalty at BMT NU Muncar. Therefore, this study offers a new contribution by examining the effect of service quality and complaint handling on member loyalty at BMT NU Muncar. This context is still rarely studied in the literature.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-35

This study aims to analyze the effect of service quality and complaint handling on member loyalty at BMT NU Muncar. The main focus of this study is to identify how these two factors influence the level of member trust and loyalty towards the institution and how this can affect the performance and growth of BMTs. The contribution of this study is to provide deeper insight into how BMT, as a Sharia microfinance institution, can improve its members' loyalty through exemplary service quality management and effective complaint handling. The results of this study are expected to provide practical recommendations for BMT NU Muncar in optimizing marketing and operational strategies to strengthen relationships with members and expand their market share. The hypotheses proposed in this study are: (1) Savings Shuttle Service Quality significantly influences member loyalty at BMT NU Muncar Branch. (2) Complaint handling affects member loyalty at BMT NU Muncar Branch. (3) Savings shuttle service quality and complaint handling significantly influence member loyalty at BMT NU Muncar Branch. This study will test the relationship between the independent variables, namely Savings Shuttle Service Quality (X1) and Complaint Handling (X2), with the dependent variable, namely member loyalty (Y), to determine how much influence the two factors have on the level of loyalty of BMT NU Muncar members.

LITERATURE REVIEW

Concept of Savings Shuttle Service

The savings shuttle service is a form of service provided by financial institutions to make it easier for members to make deposits or withdrawals without the need to come directly to the office. Service as an activity or benefit offered by one party to another party that is intangible in nature and does not involve a transfer of ownership (Vuong et al., 2024). In the context of BMT, this service is an innovation that aims to improve the comfort of members and expand access to services, especially for members who have limited time or mobility.

Good quality of service, including the ability to adjust schedules according to members' wishes, can increase satisfaction and loyalty (Ferreira et al., 2021; Sanjani, 2024). Service is an action carried out by an individual or organization with the aim of providing satisfaction to customers or members.

Complaint Handling

A complaint or complaint is a statement of dissatisfaction or doubt expressed by a customer regarding the services provided by BMT, where members feel that their expectations are not met. Therefore, the company must provide good complaint handling so that customers still feel comfortable in transactions (Lian, 2024).

Complaint handling is an important aspect in building long-term relationships between companies and customers. The ability of a company to handle customer complaints quickly and effectively can increase customer satisfaction and loyalty (Poulova et al., 2024). Good complaint handling involves not only a quick response, but also a deep understanding of the customer's perspective and transparent solutions.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-35

The Effect of Savings Shuttle Service on Customer Loyalty

Customers with good service feel more cared for and valued, which can ultimately increase their loyalty. Ease of access and efficiency in services strengthens the relationship between members and financial institutions. This kind of service also reduces the possibility of members moving to other financial institutions because they feel the convenience of transacting (Lian, 2024). Member loyalty refers to a strong commitment to continue using or purchasing the same product or service consistently, despite external or competitive factors that can influence moving behavior within.

The quality of savings transfer services has a significant impact on customer loyalty, especially in the microfinance sector. Efficient and reliable transfer services increase member convenience, leading to increased satisfaction and loyalty (Stauropoulou et al., 2023). Good service, including timely, secure, and convenient transfer processes, serves as a key driver in retaining members and strengthening their relationships with financial institutions.

RESEARCH METHODS

This study applies quantitative data analysis with a descriptive approach (Mulisa, 2022). The population in this study is BMT NU Muncar Branch customers who use savings products, with the number of active customers as many as 200 using the online slovin formula to produce 67 samples. The sampling process is carried out using the proportional sampling technique, where samples are taken based on the criteria that have been set by the author, namely customers who use savings products with a shuttle service system. The types of data used include primary data and secondary data. Primary data was obtained through the distribution of questionnaires, while secondary data was obtained from journals, and other library sources.

In this study, there are two variables, namely the dependent variable (Y) and the independent variable (X). The independent variable (X) consists of (X1) = the quality of the savings shuttle service and (X2) = complaint handling. While the dependent variable (Y) is member loyalty. For measurement, this study uses a 4-point Likert scale. The analysis method used in this study is SPSS version 23. Some of the methods that will be carried out include the Determina Coefficient Test, F Test and T Test (Anjelina & Masruchin, 2023).

RESULT

Model Feasibility Test

1. T-Test

The t-test or partial test is a test used to find out whether or not partially independent variables have a significant effect on dependent variables. This test is carried out as a method to determine whether each independent variable has a significant influence on the dependent variable. Provided that the significance level ≤ 0.05 , the test results are as follows:



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h. 22-35

Table 1. Results of t-Test Analysis

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.791	.975		3.890	.000
X1	.701	.165	.530	4.241	.000
X2	.409	.123	.416	3.333	.001

a. Dependent Variable: Y

Source: Primary data processed by SPSS, 2024

Based on the t-Test Results Table above, it can be seen that, the significance value (p-value) in the Shuttle Service Quality variable (X1) is 0.000. Since this (p-value) is smaller than the significance level of 0.05 ($0.000 < 0.05$), it can be concluded that the Shuttle Service Quality variable has a significant effect. This means that this variable has a significant effect on member satisfaction at BMT NU Muncar Branch. Thus, the variable X1 can be said to be accepted in the t-test, so H_{a1} is accepted and H_{o1} is rejected. The significance value (p-value) for the Complaint Handling variable (X2) is 0.001. Because this (p-value) is smaller than the significance level of 0.05 ($0.001 \leq 0.05$), this shows that the Complaint Handling variable has a significant effect on member satisfaction at BMT NU Muncar Branch. Therefore, the variable X2 can be considered partially accepted in the t-test, so H_{a2} is accepted and H_{o2} is rejected.

2. Test F

This test was carried out to determine the influence of independent variables on dependent variables simultaneously using F calculation. This test was carried out with the provision of a significance level of ≤ 0.05 . The test results are as follows

Table 2. Results of Test Analysis F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2323.748	2	1161.874	201.682	.000 ^b
	Residual	368.699	64	5.761		
	Total	2692.448	66			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Source: Primary data processed by SPSS, 2024

The results of the F test show that the F value of the calculation is 201.682, while the F value of the table is 2.3516584, with a significance level (p-value) of 0.000 which is smaller



than 0.05 ($0.000 \leq 0.05$). This indicates that simultaneously, the variables of Shuttle Service Quality (X1) and Complaint Handling (X2) have a significant influence on member satisfaction (Y). Therefore, H_{a3} is accepted and H_{03} is rejected.

3. Determination Coefficient Test (R-Square)

The purpose of R-Square analysis is to measure how much variation in the dependent (dependent) variable can be explained by the independent (free) variable in a regression model. R-Square functions to assess the goodness of fit of the regression model used.

Table 3. Determination Coefficient Test Results

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.929 ^a	.863	.859	2.40019

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Source: Primary data processed by SPSS, 2024

This result shows that the R Square is 0.863 or 86.3%, which means that 86.3% of the variation in member satisfaction is influenced by independent variables (Quality of Shuttle Service and Complaint Handling), while the remaining 13.7% is influenced by other factors. Thus, H_a is accepted and H_0 is rejected.

DISCUSSION

The Islamic financial system, or known as the Islamic financial system, is an economic and financial system based on Islamic teachings. The system is designed to ensure compliance with sharia law, which is a guideline in Islam that governs various aspects of life, including economics and finance. The quality of pick-up and drop-off services plays a very important role in creating member satisfaction. Based on the results of the T-test analysis, it shows that the better the pick- up and drop-off services provided, the higher the level of satisfaction felt by BMT members.

These results are in line with previous research conducted by Hameed et al. (2024) which found that service quality significantly affects customer satisfaction in sharia-based financial institutions. Good service, such as punctuality, comfortable facilities, and friendly employee attitudes are the dominant factors influencing customer satisfaction. These results strengthen the findings of this study which emphasize that quality pick-up and drop-off services are a determining factor in member satisfaction. These findings also support the theory of service quality (SERVQUAL) which states that service quality dimensions have a significant effect on customer satisfaction (Yeong et al., 2022), especially in the context of microfinance services such as BMT.

The results of the analysis conducted by the author show that the handling of complaints has a significant influence on the satisfaction of savings product members at BMT NU Muncar Branch. This evidence can be seen from a significance value smaller than alpha 0.05 ($0.001 \leq 0.05$), so the second hypothesis is accepted, which shows that the handling of complaints significantly affects the satisfaction of savings product members at BMT NU Muncar Branch, so that H_a is accepted



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h 22-35

by Ho is rejected. This finding is in line with previous research by Anjelina and Masruchin (2023) which stated that complaint handling has a significant effect on customer satisfaction. Complaint handling has a significant influence on member satisfaction, although satisfaction cannot always be measured only from this aspect.

Customer complaints reflect the dissatisfaction felt by consumers. Ignoring such complaints can cause consumers to feel neglected and can ultimately lead them to leave the company. Therefore, customer complaints should be viewed as constructive criticism and used as evaluation material for the company. Generally, these complaints arise due to dissatisfaction with the product or service used by the customer (Bakhouché et al., 2022; Rabbani et al., 2021). The combination of service quality and complaint handling contributes greatly to the level of customer satisfaction in sharia-based cooperatives. A comprehensive approach that combines good service with responsive and effective complaint handling will increase customer trust and satisfaction.

The results of the F test analysis showed that the quality of shuttle service and complaint handling simultaneously had a significant effect on the satisfaction of savings product members at BMT NU Muncar Branch. This is evident from the calculated F value of 201,682 with a significance level of ≤ 0.05 ($0.000 \leq 0.05$), this indicates that service factors and complaint handling have a dominant contribution to member satisfaction. Thus, it can be concluded that these two variables together affect the satisfaction of savings product members at BMT NU Muncar Branch. This research is supported by Avdukic and Asutay (2024), which also shows that service quality and complaint handling have a significant influence on member satisfaction.

Internal factors such as service quality and complaint handling contribute to customer satisfaction, while other external factors play a smaller role. Riaz et al. (2023) highlights the importance of emotional factors such as trust and loyalty built through excellent service. Therefore, the results of this study further strengthen the finding that service quality and complaint handling play a very important role in creating member satisfaction in microfinance institutions such as BMT. The main goal of all these ventures is not only to achieve financial gain, but also to develop in accordance with the principles of Islamic economics (Madah Marzuki et al., 2023; Mawardi et al., 2024).

The high value of data analysis indicates that the regression model used is able to provide strong predictions of the dependent variable. The combination of excellent service and fast response to complaints plays an important role in creating member satisfaction (Alam & Miah, 2024; Billah et al., 2024). Thus, the results of the study at BMT NU Muncar Branch showed that the results of data analysis strengthen the view that good service and effective complaint handling have a crucial role in creating member satisfaction.

CONCLUSION

Savings Shuttle Service has a significant influence on the loyalty of BMT NU Muncar Branch members. Good shuttle service quality can increase member loyalty by providing convenience and ease in transactions. Complaint Handling has an influence on member loyalty, the results confirm that fast response, appropriate solutions, and good communication in handling complaints play an



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h 22-35

important role in maintaining member loyalty. Savings Shuttle Service and Complaint Handling simultaneously have a significant influence on the loyalty of BMT NU Muncar Branch members. These results confirm that the combination of good service and effective complaint handling creates a positive experience for members which leads to increased loyalty.

The implications of these findings highlight the importance of improving service quality and an effective complaint handling system as the main strategy in maintaining and increasing member loyalty. BMT NU Muncar Branch is advised to continue to improve service aspects by ensuring the punctuality of shuttle services, as well as providing training to staff to be more responsive and provide solutions in handling member complaints. With this step, it is hoped that BMT NU Muncar Branch can strengthen relationships with its members and improve the positive image of the institution.

ACKNOWLEDGEMENT

We want to thank all parties who have supported and contributed to this research. Thank you to the lecturers and respondents who have been willing to take the time to share their experiences in the data collection process. In addition, we also appreciate the support and guidance from colleagues and researchers who provided constructive input that was very meaningful for improving this research. I am sincerely grateful to the institutions that have provided facilities and opportunities to conduct this research. The results of this research can benefit the development of science, practice, and policy in relevant fields.

REFERENCES

- Agrawal, N., Modgil, S., & Gupta, S. (2024). ESG and supply chain finance to manage risk among value chains. *Journal of Cleaner Production*, 471(August), 143373. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.143373>
- Alam, M. K., & Miah, M. S. (2024). Do Islamic banks use institutional theory in the light of Shariah governance? Empirical evidence from a Muslim dominant country. *Heliyon*, 10(2), e24252. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24252>
- Anjelina, J. D., & Masruchin. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Antar Jemput Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan PT. BPRS Lantabur Tebu Ireng Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1430–1437. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/8477/3481>
- Ataman, A., Baharun, H., & Safitri, S. D. (2024). Exploring Complementary Leadership Styles in Madrasahs by Aiming at Their Impact on Integrity and Character Development. *Business and Applied Management Journal*, 1(2), 118–133. <https://doi.org/10.61987/bamj.v1i2.487>
- Avdukic, A., & Asutay, M. (2024). Testing the development impact of islamic banking: Islamic moral economy approach to development. *Economic Systems*, January 2023, 101229. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2024.101229>
- Baffour Gyau, E., Appiah, M., Gyamfi, B. A., Achie, T., & Naeem, M. A. (2024). Transforming banking: Examining the role of AI technology innovation in boosting banks financial performance. *International Review of Financial Analysis*, 96(PB), 103700. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103700>
- Bakhouche, A., El Ghak, T., & Alshiab, M. (2022). Does Islamicity matter for the stability of



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025) h. 22-35

- Islamic banks in dual banking systems? *Heliyon*, 8(4), e09245. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09245>
- Bennouna, A., Boughaba, A., Djabou, S., & Mouda, M. (2024). Enhancing Workplace Well-being: Unveiling the Dynamics of Leader–Member Exchange and Worker Safety Behavior Through Psychological Safety and Job Satisfaction. *Safety and Health at Work*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.shaw.2024.11.003>
- Billah, M., Hadhri, S., Hoque, M. E., & Balli, F. (2024). A multi-dimensional connectedness and spillover between green bond and Islamic banking equity: Evidence from country level analysis. *Pacific Basin Finance Journal*, 83, 102258. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2024.102258>
- Cobbinah, B. B., Yang, W., Sarpong, F. A., & Nyantakyi, G. (2024). From risk to reward: Unveiling the multidimensional impact of financial risks on the performance of Ghanaian banks. *Heliyon*, 10(23), e40777. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40777>
- Cooke, P. (2024). Questionable relations: On aggressive financialised ‘assemblages’ in creative and ecologically-challenged space-economies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100293. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100293>
- Fadli Hidayat, M. N., Baharun, H., Aisyah, E. N., Zaini, A. W., & Hasanah, R. (2024). Bridging the Digital Divide: The Role of Public Relations in Enhancing Digital Inclusivity. *Proceedings - International Conference on Education and Technology, ICET*, 59–66. <https://doi.org/10.1109/ICET64717.2024.10778472>
- Faiz, H., Al-Amin, M. F., & Mundiri, A. (2023). Transforming Organizational Quality Through Effective Administrative Training. *Communautaire: Journal of Community Service*, 2(2), 157–167. <https://doi.org/10.61987/communautaire.v2i2.352>
- Fayyad, M. (2023). Reconstructing lease-to-own contracts: A contemporary approach to Islamic banking standards. *Heliyon*, 9(9), e19319. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19319>
- Ferreira, D. C., Marques, R. C., Nunes, A. M., & Figueira, J. R. (2021). Customers satisfaction in pediatric inpatient services: A multiple criteria satisfaction analysis. *Socio-Economic Planning Sciences*, 78. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101036>
- Hameed, I., Chatterjee, R. S., Zainab, B., Tzhe, A. X., Yee, L. S., & Khan, K. (2024). Navigating Loyalty and Trust in the Skies : The Mediating Role of Customer Satisfaction and Image for Sustainable Airlines Authors : Faculty of Social Sciences and Leisure Management Department of Business Administration. *Sustainable Futures*, 8(August), 100299. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2024.100299>
- Jiang, L., Yang, S., Tang, Q., & Zhang, Z. (2024). Determinants of continuous usage intention of branded apps in omni-channel retail environment: Comparison between experience-oriented and transaction-oriented apps. *Data Science and Management*, 7(3), 197–205. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2024.01.004>
- Jiglau, G., Hesselman, M., Dobbins, A., Grossmann, K., Guyet, R., Tirado Herrero, S., & Varo, A. (2024). Energy and the social contract: From “energy consumers” to “people with a right to energy.” *Sustainable Development*, 32(1), 1321–1336. <https://doi.org/10.1002/sd.2727>
- Kabadayi, S., Livne-Tarandach, R., & Pirson, M. (2023). A dignity-vulnerability approach framework to maximize well-being outcomes by transformative service initiatives (TSIs). *Journal of Services Marketing*, 37(9), 1151–1166. <https://doi.org/10.1108/JSM-03-2023-0110>
- Kalimullina, M., & Orlov, M. (Shamil). (2020). Islamic finance and food commodity trading: is there a chance to hedge against price volatility and enhance food security? *Heliyon*, 6(11), e05355. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05355>



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h. 22-35

- Kim, L., Jindabot, T., & Yeo, S. F. (2024). Understanding customer loyalty in banking industry: A systematic review and meta analysis. *Heliyon*, 10(17), e36619. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36619>
- Ledhem, M. A. (2022). The financial stability of Islamic banks and sukuk market development: Is the effect complementary or competitive? *Borsa Istanbul Review*, 22, S79–S91. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.09.009>
- Li, Z., & Moreira, F. (2024). Financial openness, liability composition of banks, and bank risk: International evidence. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 97(October), 102066. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2024.102066>
- Lian, Y. (2024). Financial distress, bank branching deregulation, and customer-supplier relationships. *Journal of Corporate Finance*, 88, 102646. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2024.102646>
- Madah Marzuki, M., Nik Abdul Majid, W. Z., & Rosman, R. (2023). Corporate social responsibility and Islamic social finance impact on banking sustainability post-COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 9(10), e20501. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20501>
- Malik, M., Zhengmeng, C., Hussain, M., & Hussain, S. (2024). Exploring Customer Retention Dynamics: A Comparative Investigation of Factors Affecting Customer Retention in the Banking Sector Using Mediation-Moderation Approach. *Heliyon*, 10(19), e36919. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36919>
- Maulidia, M. (2023). Enhancing Educational Impact: Exploring Effective Media And Public Relations Techniques In Educational Institutions. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(3), 214–225. <https://doi.org/10.18860/rosikhun.v2i3.21644>
- Maulina, R., Dhewanto, W., & Fatur Rahman, T. (2023). The integration of Islamic social and commercial finance (IISCF): Systematic literature review, bibliometric analysis, conceptual framework, and future research opportunities. *Heliyon*, 9(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21612>
- Mawardi, I., Al Mustofa, M. U., Widiastuti, T., & Ghozali, M. (2024). The influence of institutional quality, economic freedom, and technological development on Islamic financial development in OIC countries. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100279. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100279>
- Mkadmi, J. E., & Ben Ali, W. (2024). How does tax avoidance affect corporate social responsibility and financial ratio in emerging economies? *Journal of Economic Criminology*, 5(April), 100070. <https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2024.100070>
- Mukoro, V., Sharmina, M., & Gallego-Schmid, A. (2022). A review of business models for access to affordable and clean energy in Africa: Do they deliver social, economic, and environmental value? *Energy Research and Social Science*, 88(February), 102530. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2022.102530>
- Mulisa, F. (2022). When Does a Researcher Choose a Quantitative, Qualitative, or Mixed Research Approach? *Interchange*, 53(1), 113–131. <https://doi.org/10.1007/s10780-021-09447-z>
- München, D. da R., Kimura, H., & Kayo, E. K. (2024). Which banks' business operations are more risky? The impact of leverage on Brazilian financial institutions. *IIMB Management Review*, 36(2), 157–170. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2024.03.005>
- Poulova, P., Wang, H., Lin, S., Wu, X., Tehseen, S., & Liu, X. (2024). Impact of Hofstede's cultural dimensions on sustainable competitive advantage: The mediating role of entrepreneurial innovativeness among Malaysian ethnic entrepreneurs. *Acta Psychologica*, 251(April), 104538. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104538>



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h. 22-35

- Purwanto, A., & Wafa, A. (2023). Interpersonal Communication Strategies In Building An Image Of Contingency Perspective Of Accommodation. *Managere: Indonesian Journal of Educational Management*, 5(3), 267–279. <https://doi.org/10.52627/managere.v5i3.281>
- Qoyum, A., Sakti, M. R. P., Thaker, H. M. T., & AlHashfi, R. U. (2022). Does the islamic label indicate good environmental, social, and governance (ESG) performance? Evidence from sharia-compliant firms in Indonesia and Malaysia. *Borsa Istanbul Review*, 22(2), 306–320. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.06.001>
- Rabbani, M. R., Bashar, A., Nawaz, N., Karim, S., Ali, M. A. M., Rahiman, H. U., & Alam, M. S. (2021). Exploring the role of islamic fintech in combating the aftershocks of covid-19: The open social innovation of the islamic financial system. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 136. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020136>
- Riaz, U., Burton, B., & Fearfull, A. (2023). Emotional propensities and the contemporary Islamic banking industry. *Critical Perspectives on Accounting*, 94(January 2020), 102449. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2022.102449>
- Saharani, L., & Diana, S. (2024). Optimization Of Islamic Values-Based Public Relations Strategy In Increasing New Student Admissions. *Managere: Indonesian Journal of Educational Management*, 6(2), 194–206. <https://doi.org/10.52627/managere.v6i2.523>
- Sanjani, M. A. F. (2024). The Impact of School Principals on Graduate Quality Through Character Education Initiatives. *Journal of Educational Management Research*, 3(1), 30–46. <https://doi.org/10.61987/jemr.v3i1.347>
- Stauropoulou, A., Sardianou, E., Malindretos, G., Evangelinos, K., & Nikolaou, I. (2023). The effects of economic, environmentally and socially related SDGs strategies of banking institutions on their customers' behavior. *World Development Sustainability*, 2(December 2022), 100051. <https://doi.org/10.1016/j.wds.2023.100051>
- Usman, B., Hasnam, M. G., Nurazi, R., Baihaqi, & Aujiropongpan, S. (2024). Exploring investor attention in Shariah markets, macroeconomic influences, and corporate performance: Insights from Indonesia. *Social Sciences and Humanities Open*, 10(April), 101015. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101015>
- Virnandes, S. R., Shen, J., & Vlahu-Gjorgievska, E. (2024). Building public trust through digital government transformation: A qualitative study of Indonesian civil service agency. *Procedia Computer Science*, 234, 1183–1191. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.114>
- Vuong, B. N., Voak, A., Hossain, S. F. A., Phuoc, N. T., & Dang, L. H. (2024). The Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty through Brand Trust and Brand Reputation: Evidence from Low-Cost Airlines. *Transportation Research Procedia*, 80, 111–118. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2024.09.015>
- Wojewska, A. N., Staritz, C., Tröster, B., & Leisenheimer, L. (2024). The criticality of lithium and the finance-sustainability nexus: Supply-demand perceptions, state policies, production networks, and financial actors. *Extractive Industries and Society*, 17(November 2023). <https://doi.org/10.1016/j.exis.2023.101393>
- Yeong, S. N., Knox, D., & Prabhakar, G. (2022). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian resort hotels: the role of empathy, reliability and tangible dimensions of service quality. *International Journal of Services and Operations Management*, 41(4), 444–462. <https://doi.org/10.1504/IJSOM.2022.122922>
- Zain, B., & Mustofa, M. L. (2024). Islam and Local Wisdom: Integration of Local Values in Islamic Thought. *Journal of Social Studies and Education*, 2(1), 27–43. <https://doi.org/10.61987/jsse.v2i1.567>

Zuhdi, Z., Faridy, F., Baharun, H., & Hefny, H. (2024). Enhancing Learning Quality through Management Support in Crafting Self-Assessment Questions at School. *Communautaire: Journal of Community Service*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.61987/communautaire.v3i1.353>

Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah

ISSN (p): **2597-4904** ISSN (e) : **2620-5661**



Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

10.24252/al-mashrafiyah.v9i1.53454

Pengaruh Kualitas Layanan Antar Jemput Hemat dan Keluhan Penanganan Terhadap Loyalitas Anggota di BMT NU Cabang Muncar

S eptia Nuraini¹, I mam Kh us n ud in²

Universitas KH. Mukhtar Syafaat, Banyuwangi^{1,2}

septianuraini633@gmail.com¹ , imamkhusnudin246@gmail.com²

Diterima: 18-12-2024; Direvisi: 24-03-2025; Diterima: 25-04-2025;

ABSTRAK

Kata kunci: *Kualitas*

Tabungan dan PiPcke-layanan, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas *Layanan Penjemputan*

Up Deposit, Penanganan Keluhan, Layanan Antar Nasabah dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota di *Loyalty Bank*

KSPPS BMT NU Muncar, sebuah lembaga keuangan mikro syariah.

Sebagai LKM (Lembaga Keuangan Mikro), BMT bertujuan untuk melayani masyarakat yang belum terjangkau oleh perbankan konvensional, menyediakan

pembiayaan bagi usaha mikro, memfasilitasi tabungan, dan menghindari praktik riba.

BMT NU Muncar dalam operasionalnya berfokus pada peningkatan kepercayaan dan kepuasan anggota sebagai upaya membangun loyalitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan melibatkan 67 sampel dari 200 anggota aktif yang menggunakan jasa jemput dan antar tabungan. Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling menggunakan rumus Slovin dengan data primer dikumpulkan melalui

kuesioner yang diukur menggunakan skala likert 4 poin. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23 yang meliputi uji statistik seperti Uji Koefisien Determinasi, Uji F, dan Uji T. Hasil penelitian menunjukkan hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 201,682, sedangkan nilai F tabel sebesar 2,3516584, dengan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hasil uji R-Square menunjukkan nilai 0,863 atau 86,3%, yang berarti 86,3% variasi kepuasan anggota dipengaruhi oleh variabel independen (Kualitas Layanan Antar Jemput dan Penanganan Keluhan), sedangkan sisanya 13,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi BMT NU Muncar dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan operasional melalui peningkatan loyalitas anggota. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa penting bagi BMT untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan anggota dan



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Layanan Setoran Penjemputan, Penanganan Keluhan, Loyalitas Pelanggan*

memastikan keberlanjutan operasional melalui peningkatan kualitas layanan yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan pada akhirnya memperkuat

loyalitas anggota.

jemput tabungan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Muncar, sebuah lembaga keuangan mikro syariah. Sebagai LKM (Lembaga Keuangan Mikro), BMT bertujuan melayani masyarakat yang belum terjangkau oleh perbankan konvensional, memberikan pembiayaan untuk usaha mikro, memfasilitasi tabungan, serta menghindari praktik riba.

BMT NU Muncar dalam operasionalnya berfokus pada peningkatan kepercayaan dan kepuasan anggota sebagai upaya membangun loyalitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, melibatkan 67 sampel dari 200 anggota aktif yang memanfaatkan layanan antar jemput tabungan. Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling menggunakan rumus Slovin dengan data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert 4 poin. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 23, yang mencakup uji statistik seperti Uji Koefisien Determinasi, Uji F, dan Uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 201.682, sementara nilai F tabel adalah 2.3516584, dengan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05). Hasil uji R-Square menunjukkan nilai sebesar 0.863 atau 86.3%, yang berarti 86.3% variasi kepuasan anggota dipengaruhi oleh variabel independen (Kualitas Layanan Shuttle dan Penanganan Keluhan), sementara 13.7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi BMT NU Muncar dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan operasional dengan meningkatkan loyalitas anggota. Implikasi penelitian mengemukakan bahwa pentingnya BMT untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan anggota dan memastikan keberlanjutan operasional melalui peningkatan kualitas layanan yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan akhirnya memperkuat loyalitas anggota.

PERKENALAN

Lembaga keuangan mikro (LKM) umumnya didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang melayani wirausaha mikro. Beberapa lembaga internasional, seperti UNDP dan ILO, mendefinisikan LKM sebagai lembaga yang menyediakan layanan kepada masyarakat yang tidak memiliki akses ke lembaga keuangan

perbankan. Hal ini dikarenakan masyarakat tersebut tidak dapat memenuhi persyaratan teknis yang ditetapkan oleh bank.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro, LKM memiliki definisi resmi

“Lembaga keuangan yang secara khusus didirikan untuk memberikan layanan pengembangan usaha dan pemberdayaan

masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat,

pengelolaan simpanan, dan pemberian layanan konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari

keuntungan” (München et al., 2024). BMT merupakan lembaga keuangan syariah non-bank yang didirikan oleh para

anggotanya untuk memberikan layanan pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman

maupun pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, dan pemberian

layanan konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

Lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil. Tujuannya adalah mengembangkan usaha mikro untuk meningkatkan kesejahteraan dan martabat, serta membela kepentingan masyarakat miskin (Jiglau dkk., 2024; Kabadayi dkk., 2023; Maulina dkk., 2023). BMT mendukung usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dan mikro, antara lain dengan mendorong kebiasaan menabung dan menyediakan pembiayaan untuk kegiatan ekonomi mereka (Mukoro dkk., 2022).

BMT NU merupakan salah satu lembaga keuangan mikro Islam yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, menghindari praktik riba yang dilarang dalam Islam. Keberadaan BMT memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat, terutama bagi mereka yang belum mengenal sistem perbankan konvensional dan menolak riba. Seperti halnya bank Islam, BMT NU berperan sebagai mediator keuangan, dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali. Salah satu aspek penting dari operasional BMT NU adalah strategi pemasaran untuk membangun citra baik dan kepercayaan anggota, yang pada akhirnya menciptakan loyalitas. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana membangun kepercayaan yang kuat di tengah persaingan, mengingat pergeseran perilaku masih sering terjadi di antara anggota (Cooke, 2024; Saharani & Diana, 2024). Kepercayaan dan kepuasan anggota merupakan faktor kunci keberhasilan lembaga keuangan, karena tanpa keduanya, lembaga sulit untuk berkembang (Malik et al., 2024). Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan dan loyalitas anggota terhadap BMT NU dan bagaimana hal ini berdampak pada kinerja Lembaga (Vuong et al., 2024).

Baitul Maal wat Tamwil didirikan terinspirasi dari konsep Baitul Maal di Indonesia.

Baitul Maal merupakan lembaga keuangan negara yang berfungsi menyimpan, menerima, dan menyalurkan dana negara sesuai dengan prinsip syariah Islam (Wojewska dkk., 2024). *Baitul Maal* berperan sebagai lembaga yang mengelola keuangan negara (Agrawal dkk., 2024). *Baitul Maal* pertama kali didirikan pada masa Nabi Muhammad SAW, di mana saat itu *Baitul Maal* berfungsi mengelola harta rampasan perang para sahabat Nabi (Kalimullina & Orlov, 2020). Perkembangan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) di Indonesia bukanlah hal baru. Namun, sejak sekitar tahun 1992 mulai bermunculan lembaga keuangan berbasis syariah yang menghindari praktik bunga (*riba*) dalam operasionalnya (Fayyad, 2023; Qoyum dkk., 2022). Salah satu faktor utama yang melatarbelakangi lahirnya bank dan LKMS syariah adalah pelarangan riba yang tegas dalam Al-Qur'an. Riba adalah keuntungan yang diperoleh tanpa transaksi pengganti yang sah menurut syariah (Ledhem, 2022; Mkadmi & Ben Ali, 2024).

Seiring meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan, setiap perusahaan harus berupaya meningkatkan daya saingnya, karena keuntungan produk keuangan sangat mudah tergerus oleh pesaing.

Kualitas layanan merupakan faktor yang mendorong kepercayaan anggota terhadap produk dan layanan BMT, yang pada akhirnya memengaruhi peningkatan pangsa pasar dan citra Perusahaan (Virnandes et al., 2024). Selain itu, kualitas layanan juga merupakan konsep yang sulit dipahami sebagai indikator, sehingga lembaga keuangan perlu memberikan kesan positif kepada nasabah dengan menjaga kepercayaan, serta memberikan layanan yang cepat, akurat, dan transparan dalam menangani keluhan anggota (Faiz et

al., 2023; Usman et al., 2024). Kepuasan anggota merupakan suatu nilai yang akan terwujud jika kualitas layanan yang diberikan BMT dijalankan dengan baik. Hal ini pada akhirnya akan menghasilkan keuntungan

yang diharapkan dan mendukung keberlangsungan operasional Perusahaan (Ataman et al., 2024; Bennouna et al.,



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

2024). Sebagai lembaga keuangan yang relatif baru, KSPPS BMT NU Cabang Muncar menawarkan beragam produk berbasis syariah, termasuk pembiayaan dan tabungan.

Loyalitas anggota memainkan peran krusial dalam kesuksesan jangka panjang perusahaan jasa. Setelah kepercayaan anggota berhasil dibangun, langkah selanjutnya bagi perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan loyalitas mereka (Hameed dkk., 2024). Loyalitas anggota dapat diartikan sebagai komitmen anggota untuk terus menggunakan produk atau layanan berdasarkan kesadaran, kepercayaan, dan kepuasan yang dirasakan, yang kemudian diikuti dengan pembelian ulang (Kim dkk., 2024). Loyalitas ini merupakan kunci kesuksesan yang tidak

hanya mendukung pertumbuhan perusahaan dalam jangka pendek, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Pada dasarnya, layanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Layanan juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang terjadi melalui interaksi langsung antara individu dan orang lain (Poulova et al., 2024; Zuhdi et al., 2024). Kualitas layanan merupakan elemen kunci dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Jiang et al., 2024; Purwanto & Wafa, 2023). Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam (Yeong et al., 2022), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan nyata. Anggota yang merasa diperhatikan cenderung untuk tinggal dan terus menggunakan layanan BMT. Diskusi ini mengarah pada pentingnya BMT untuk mempertahankan standar yang tinggi dalam layanan untuk mempertahankan loyalitas anggota. Strategi pemasaran saat ini melibatkan tindakan aktif dari para pelaku bisnis, baik yang menjual produk maupun layanan (Jiang et al., 2024; Maulidia, 2023).

Mereka tidak lagi hanya menunggu pelanggan datang, tetapi secara proaktif menghubungi pelanggan satu per satu untuk menanyakan kebutuhan mereka.

Penanganan keluhan adalah kemampuan dan kemauan perusahaan untuk menangani keluhan yang masuk dengan cepat. Dalam hal ini, ketika menangani keluhan pelanggan, penting untuk mendengarkan dengan saksama dan memahami perspektif pelanggan (Fadli Hidayat dkk., 2024; Li & Moreira, 2024; Zain & Mustofa, 2024). Ketika berhadapan dengan pelanggan yang mungkin agresif, pertahankan sikap tenang dan tanpa emosi. Arahkan pelanggan ke posisi di mana mereka merasa dipahami dan dihargai. Tetapkan batas waktu yang realistis untuk setiap keluhan dan beri wewenang kepada staf layanan pelanggan untuk mengambil tindakan nyata guna menyelesaikan keluhan tersebut (Baffour Gyau dkk., 2024; Cobbinah dkk., 2024). Jika keluhan membutuhkan waktu lebih lama untuk diselesaikan, pastikan pelanggan selalu diberi tahu perkembangannya agar mereka merasa yakin bahwa keluhan mereka sedang diproses.

Beberapa penelitian telah menyoroti pentingnya kualitas layanan dan penanganan pengaduan dalam membangun loyalitas nasabah di lembaga perbankan dan keuangan. Namun, hanya sedikit yang secara khusus meneliti konteks lembaga keuangan mikro Islam, khususnya BMT. Penelitian sebelumnya lebih berfokus pada lembaga perbankan konvensional atau lembaga keuangan besar. Sebaliknya, peran BMT sebagai lembaga keuangan mikro Islam yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam masih kurang dieksplorasi dalam konteks ini. Lebih lanjut, meskipun

kualitas layanan dan penanganan pengaduan diakui sebagai faktor penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas anggota, hanya sedikit penelitian yang secara holistik mengintegrasikan kedua aspek tersebut untuk



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):
2597-4904 ISSN (e) : **2620-5661**

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

menganalisis dampaknya terhadap loyalitas anggota di BMT NU Muncar. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan mengkaji pengaruh kualitas layanan dan penanganan pengaduan terhadap loyalitas anggota di BMT NU Muncar. Konteks ini masih jarang dikaji dalam literatur.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan penanganan pengaduan terhadap loyalitas anggota di BMT NU Muncar. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi tingkat kepercayaan dan loyalitas anggota terhadap lembaga, serta bagaimana hal ini dapat memengaruhi kinerja dan pertumbuhan BMT. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana BMT, sebagai lembaga keuangan mikro Syariah, dapat meningkatkan loyalitas anggotanya melalui manajemen kualitas layanan yang baik dan penanganan pengaduan yang efektif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi BMT NU Muncar dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan operasional untuk memperkuat hubungan dengan anggota dan memperluas pangsa pasar.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: (1) Kualitas Layanan Antar-Jemput Tabungan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota BMT NU Cabang Muncar. (2) Penanganan pengaduan berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT NU Cabang Muncar. (3) Kualitas layanan antar-jemput tabungan dan penanganan pengaduan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota BMT NU Cabang Muncar. Penelitian ini akan menguji hubungan antara variabel bebas, yaitu Kualitas Layanan Antar-Jemput Tabungan (X1) dan Penanganan Pengaduan (X2), dengan variabel terikat, yaitu loyalitas anggota (Y), untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap tingkat loyalitas anggota BMT NU Muncar.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Layanan Antar Jemput Tabungan

Layanan antar jemput tabungan merupakan salah satu bentuk layanan yang disediakan lembaga keuangan untuk memudahkan anggota dalam melakukan penyetoran maupun penarikan dana tanpa perlu datang langsung ke kantor. Layanan adalah suatu kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak melibatkan pengalihan kepemilikan (Vuong dkk., 2024). Dalam konteks BMT, layanan ini merupakan inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan anggota dan memperluas akses layanan, terutama bagi anggota yang memiliki keterbatasan waktu atau mobilitas.

Kualitas layanan yang baik, termasuk kemampuan untuk menyesuaikan jadwal sesuai keinginan anggota, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas (Ferreira dkk., 2021; Sanjani, 2024). Layanan adalah tindakan yang dilakukan oleh individu atau organisasi dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau anggota.

Penanganan Keluhan

Keluhan atau komplain merupakan pernyataan ketidakpuasan atau keraguan yang disampaikan oleh nasabah terhadap pelayanan yang diberikan BMT, dimana nasabah merasa harapannya tidak terpenuhi. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan penanganan keluhan yang baik agar pelanggan tetap merasa nyaman dalam bertransaksi (Lian, 2024).

Penanganan keluhan merupakan aspek penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Kemampuan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):
2597-4904 ISSN (e) : **2620-5661**

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

efektif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Poulova dkk., 2024). Penanganan keluhan yang baik tidak hanya melibatkan respons yang cepat, tetapi juga pemahaman yang mendalam tentang perspektif pelanggan dan solusi yang transparan.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

Pengaruh Layanan Antar Jemput Tabungan terhadap Loyalitas Pelanggan

Nasabah dengan layanan yang baik merasa lebih diperhatikan dan dihargai, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mereka. Kemudahan akses dan efisiensi layanan memperkuat hubungan antara anggota dan lembaga keuangan. Layanan seperti ini juga mengurangi kemungkinan anggota berpindah ke lembaga keuangan lain karena mereka merasa nyaman bertransaksi (Lian, 2024).

Loyalitas anggota mengacu pada komitmen kuat untuk terus menggunakan atau membeli produk atau layanan yang sama secara konsisten, meskipun ada faktor eksternal atau kompetitif yang dapat memengaruhi perilaku pergerakan di dalam.

Kualitas layanan transfer tabungan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas nasabah, terutama di sektor keuangan mikro. Layanan transfer yang efisien dan andal meningkatkan kenyamanan nasabah, yang pada

gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas (Stauropoulou dkk., 2023). Layanan yang baik, termasuk proses transfer yang tepat waktu, aman, dan nyaman, menjadi pendorong utama dalam mempertahankan nasabah dan memperkuat hubungan mereka dengan lembaga keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan analisis data kuantitatif dengan pendekatan deskriptif (Mulisa, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BMT NU Cabang Muncar yang menggunakan produk tabungan, dengan jumlah nasabah aktif sebanyak 200 orang dengan menggunakan rumus slovin online sehingga menghasilkan 67 sampel. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan teknik proporsional sampling, di mana sampel diambil berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh penulis, yaitu nasabah yang menggunakan produk tabungan dengan sistem layanan antar jemput. Jenis data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, dan sumber pustaka lainnya.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel, yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Variabel independen (X) terdiri dari (X1) = kualitas layanan antar-jemput tabungan dan (X2) = penanganan pengaduan. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah loyalitas anggota. Untuk pengukurannya, penelitian ini menggunakan skala Likert 4 poin. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 23. Beberapa metode yang akan dilakukan antara lain Uji Koefisien Determinan, Uji F, dan Uji T (Anjelina &

Masruchin, 2023).

HASIL

Uji Kelayakan Model

1. Uji T

Uji-t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan sebagai metode untuk menentukan apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan syarat tingkat signifikansi $\alpha 0,05$, hasil uji adalah sebagai berikut:



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):
2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

10.24252/al-mashrafiyah.v9i1.53454

Tabel 1. Hasil Analisis Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.791	.975		3.890	.000
	X1	.701	.165	.530	4.241	.000
	X2	.409	.123	.416	3.333	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel Hasil Uji-t di atas, dapat diketahui bahwa, nilai signifikansi (p-value) pada variabel Kualitas Pelayanan Antar Jemput (X1) sebesar 0,000. Karena nilai (p-value) ini lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Antar Jemput berpengaruh signifikan. Artinya variabel ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Muncar. Dengan demikian, variabel X1 dapat

dikatakan diterima dalam uji-t, sehingga H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Nilai signifikansi (p-value) untuk variabel Penanganan Keluhan (X2) sebesar 0,001. Karena nilai (p-value) ini lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka hal ini menunjukkan bahwa variabel Penanganan Keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Muncar.

Oleh karena itu, variabel X2 dapat dianggap diterima sebagian dalam uji-t, sehingga H_{y2} diterima dan H_{y2} ditolak.

2. Uji F

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan menggunakan perhitungan F. Uji ini dilakukan dengan ketentuan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil pengujian adalah sebagai berikut.

Model		Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2323.748	2	1161.874	201.682	.000 ^b
	Residual	2692.448	66	5.761		
	Total					

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 201,682 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,3516584 dengan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari nilai F tabel.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):

2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

kurang dari 0,05 (0,000 $\dot{y}$ 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Kualitas Layanan Antar-Jemput (X1) dan Penanganan Keluhan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota (Y). Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Tujuan analisis R-Kuadrat adalah untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen (tergantung) dapat dijelaskan oleh variabel independen (bebas) dalam suatu model regresi. Fungsi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.929 ^a	.863	.859	2.40019

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Hasil ini menunjukkan R Square sebesar 0,863 atau 86,3%, yang berarti 86,3% variasi kepuasan anggota dipengaruhi oleh variabel independen (Kualitas Layanan Antar Jemput dan Penanganan Keluhan), sementara sisanya 13,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak.

DISKUSI

Sistem keuangan Islam, atau yang dikenal sebagai sistem keuangan syariah, adalah sistem ekonomi dan keuangan yang berbasis pada ajaran Islam. Sistem ini dirancang untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum syariah, yang merupakan pedoman dalam Islam yang mengatur berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan keuangan. Kualitas layanan antar-jemput berperan sangat penting dalam menciptakan kepuasan anggota. Berdasarkan hasil analisis uji-T, menunjukkan bahwa

semakin baik layanan antar-jemput yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh anggota BMT Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hameed dkk. (2024) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di lembaga keuangan berbasis syariah. Pelayanan yang baik, seperti ketepatan waktu, fasilitas yang nyaman, dan sikap ramah karyawan merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan nasabah. Hasil ini memperkuat temuan penelitian ini yang menekankan bahwa layanan antar jemput dan antar jemput yang berkualitas merupakan faktor penentu kepuasan anggota. Temuan ini juga mendukung teori kualitas layanan (SERVQUAL) yang menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Yeong dkk., 2022), terutama dalam konteks layanan keuangan mikro seperti BMT.

Hasil analisis yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa penanganan pengaduan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota produk tabungan di BMT NU Cabang Muncar.

Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari alpha 0,05 (0,001 $\dot{y}$ 0,05) maka hipotesis kedua diterima yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota produk tabungan di BMT NU Cabang Muncar, sehingga H_a diterima.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p): 2597-

4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

Ho ditolak. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Anjelina dan Masruchin (2023).

yang menyatakan bahwa penanganan keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penanganan

keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota, meskipun kepuasan tidak selalu dapat diukur hanya dari aspek ini.

Keluhan pelanggan mencerminkan ketidakpuasan yang dirasakan konsumen. Mengabaikan keluhan tersebut dapat membuat konsumen merasa diabaikan dan pada akhirnya dapat menyebabkan mereka meninggalkan perusahaan.

Oleh karena itu, keluhan pelanggan sebaiknya dipandang sebagai kritik yang membangun dan dijadikan bahan evaluasi bagi perusahaan.

Umumnya, keluhan ini muncul akibat ketidakpuasan terhadap produk atau layanan yang digunakan pelanggan (Bakhouché dkk., 2022; Rabbani dkk., 2021). Kombinasi kualitas layanan dan penanganan keluhan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di koperasi syariah. Pendekatan komprehensif yang memadukan layanan yang baik dengan penanganan keluhan yang responsif dan efektif akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan antar-jemput dan penanganan keluhan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota produk tabungan di BMT NU Cabang Muncar. Hal ini terbukti dari nilai F hitung sebesar 201,682 dengan tingkat signifikansi $\leq 0,05$ ($0,000 \leq 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa faktor layanan dan penanganan keluhan memiliki kontribusi dominan terhadap kepuasan anggota. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel ini secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan anggota produk tabungan di BMT NU Cabang Muncar.

Penelitian ini didukung oleh Avdukic dan Asutay (2024) yang juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan penanganan keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota.

Faktor internal seperti kualitas layanan dan penanganan keluhan berkontribusi terhadap kepuasan nasabah, sementara faktor eksternal lainnya memainkan peran yang lebih kecil. Riaz dkk. (2023) menyoroti pentingnya faktor emosional seperti kepercayaan dan loyalitas yang dibangun melalui layanan prima. Oleh karena itu, hasil penelitian ini semakin memperkuat temuan bahwa kualitas layanan dan penanganan keluhan memainkan peran yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan anggota di lembaga keuangan mikro seperti BMT. Tujuan utama dari semua usaha ini bukan hanya untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga untuk berkembang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam (Madah Marzuki dkk., 2023; Mawardi dkk., 2024).

Nilai analisis data yang tinggi menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan mampu memberikan prediksi yang kuat terhadap variabel dependen. Kombinasi layanan prima dan respons cepat terhadap keluhan berperan penting dalam menciptakan kepuasan anggota (Alam & Miah, 2024; Billah dkk., 2024). Dengan demikian, hasil studi di BMT NU Cabang Muncar menunjukkan bahwa hasil analisis data memperkuat pandangan bahwa layanan yang baik dan penanganan keluhan yang efektif berperan krusial dalam menciptakan kepuasan anggota.

KESIMPULAN

Layanan Antar Jemput Tabungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas anggota BMT NU Cabang Muncar. Kualitas layanan antar jemput yang baik dapat meningkatkan loyalitas anggota dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Penanganan Keluhan memiliki pengaruh terhadap loyalitas anggota, hasil penelitian

menunjukkan bahwa respons yang cepat, solusi yang tepat, dan komunikasi yang baik dalam menangani keluhan berperan penting.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):

2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

peran penting dalam menjaga loyalitas anggota. Layanan Antar Jemput Tabungan dan Penanganan Pengaduan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota BMT NU Cabang Muncar.

Hasil ini menegaskan bahwa kombinasi antara pelayanan yang baik dan penanganan keluhan yang efektif menciptakan pengalaman positif bagi anggota yang berujung pada peningkatan loyalitas.

Implikasi dari temuan ini menyoroti pentingnya peningkatan kualitas layanan dan sistem penanganan pengaduan yang efektif sebagai strategi utama dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas anggota. BMT NU Cabang Muncar disarankan untuk terus meningkatkan aspek layanan dengan memastikan ketepatan waktu layanan antar-jemput, serta memberikan pelatihan kepada staf agar lebih tanggap dan memberikan solusi dalam menangani keluhan anggota. Dengan langkah ini, diharapkan BMT NU Cabang Muncar dapat mempererat hubungan dengan anggotanya dan meningkatkan citra positif lembaga.

PENGAKUAN

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada para dosen dan responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman mereka dalam proses pengumpulan data. Selain itu, kami juga menghargai dukungan dan bimbingan dari rekan-rekan dan peneliti yang telah memberikan masukan konstruktif yang sangat berarti bagi penyempurnaan penelitian ini. Saya sangat berterima kasih kepada institusi-institusi yang telah menyediakan fasilitas dan kesempatan untuk melakukan penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, praktik, dan kebijakan di bidang-bidang terkait.

REFERENSI

- Agrawal, N., Modgil, S., & Gupta, S. (2024). ESG dan pembiayaan rantai pasok untuk mengelola risiko di antara rantai nilai. *Jurnal Cleaner Production*, 417, 140314. <https://doi.org/10.1016/j.clepro.2024.140314>
- Alam, MK, & Miah, MS (2024). Apakah bank Islam menggunakan teori institusional dalam konteks tata kelola Syariah? Bukti empiris dari negara dengan mayoritas Muslim. *Heliyon*, 10(2), e24252. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24252>
- Anjelina, J. D., & Masruchin. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Antar Jemput Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan PT. BPRS Lantabur Tebu Ireng 9(1), 1430–1437. <https://Islam.aas.ac.id/index.php/jei/article/view/8477/3481> jurnal.stie-Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*
- Ataman, A., Baharun, H., & Safitri, SD (2024). Menjelajahi Gaya Kepemimpinan Komplementer di Madrasah dengan Melihat Dampaknya terhadap Integritas dan Pengembangan Karakter. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Terapan*, 1(2), 118–133. <https://doi.org/10.61987/bamj.v1i2.487>
- Avdukic, A., & Asutay, M. (2024). Menguji dampak pembangunan perbankan Islam: pendekatan ekonomi moral Islam terhadap pembangunan. *Economic Systems*, Januari 2023, 101229. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2024.101229>



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):
2597-4904 ISSN (e) : **2620-5661**

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

Baffour Gyau, E., Appiah, M., Gyamfi, BA, Achie, T., & Naeem, MA (2024). Transformasi perbankan: Menelaah peran inovasi teknologi AI dalam meningkatkan kinerja keuangan bank. *Tinjauan Internasional Analisis Keuangan*, 96(PB), 103700. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103700>

Bakhouche, A., El Ghak, T., & Alshiab, M. (2022). Apakah Islamitas berpengaruh terhadap stabilitas



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):

2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

- <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09245>
- Bennouna, A., Boughaba, A., Djabou, S., & Mouda, M. (2024). Meningkatkan Kesejahteraan di Tempat Kerja: Mengungkap Dinamika Pertukaran Pemimpin-Anggota dan Perilaku Keselamatan Pekerja Melalui Keselamatan Psikologis dan Kepuasan Kerja. *Keselamatan dan Kesehatan Kerja*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.shaw.2024.11.003>
- Billah, M., Hadhri, S., Hoque, ME, & Balli, F. (2024). Keterkaitan multidimensi dan spillover antara obligasi hijau dan ekuitas perbankan syariah: Bukti dari analisis tingkat negara.
- Cobbinah, BB, Yang, W., Sarpong, FA, & Nyantakyi, G. (2024). Dari risiko ke imbalan: Mengungkap dampak multidimensi risiko keuangan terhadap kinerja bank-bank Ghana. *Heliyon*, 10(23), e40777. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40777>
- Cooke, P. (2024). Hubungan yang dipertanyakan: Mengenai 'perakitan' finansial agresif dalam ekonomi ruang angkasa yang kreatif dan berwawasan ekologis. *Jurnal Inovasi Terbuka: Teknologi, Pasar, dan Kompleksitas*, 10(2), 100293. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100293>
- Fadli Hidayat, M. N., Baharun, H., Aisyah, E. N., Zaini, A. W., & Hasanah, R. (2024). Bridging the Digital Divide: The Role of Public Relations in Enhancing Digital Inclusivity. *Proceedings -*
- Faiz, H., Al-Amin, MF, & Mundiri, A. (2023). Transformasi Kualitas Organisasi Melalui Pelatihan Administrasi yang Efektif. *Communaire: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 157–167. <https://doi.org/10.61987/communaire.v2i2.352>
- Fayyad, M. (2023). Rekonstruksi kontrak sewa-beli: Pendekatan kontemporer terhadap standar perbankan Islam. *Heliyon*, 9(9), e19319. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19319>
- Ferreira, DC, Marques, RC, Nunes, AM, & Figueira, JR (2021). Kepuasan pelanggan dalam layanan rawat inap anak: Analisis kepuasan multikriteria. *Ilmu Perencanaan Sosial Ekonomi*, 78. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101036>
- Hameed, I., Chatterjee, RS, Zainab, B., Tzhe, AX, Yee, LS, & Khan, K. (2024). Menavigasi Loyalitas dan Kepercayaan di Langit: Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan dan Citra Maskapai Penerbangan Berkelanjutan. Penulis: Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen Rekreasi, Departemen Administrasi Bisnis. *Sustainable Futures*, 8 (Agustus), 100299. <https://doi.org/10.1016/j.sfr.2024.100299>
- Jiang, L., Yang, S., Tang, Q., & Zhang, Z. (2024). Determinan penggunaan berkelanjutan aplikasi bermerek di lingkungan ritel omni-channel: Perbandingan antara aplikasi berorientasi pengalaman dan berorientasi transaksi. *Ilmu Data dan Manajemen*, 7(3), 197–205. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2024.01.004>
- Jigla, G., Hesselman, M., Dobbins, A., Grossmann, K., Guyet, R., Tirado Blacksmith, S., & Varo, A. (2006). (2024). Energi dan kontrak sosial: Dari “konsumen energi” menjadi “masyarakat yang memiliki hak atas energi.” *Pembangunan Berkelanjutan*, 32(1), 1321–1336. <https://doi.org/10.1002/sd.2727>
- Kabadayi, S., Livne-Tarandach, R., & Pirson, M. (2023). Kerangka kerja pendekatan martabat-kerentanan untuk memaksimalkan hasil kesejahteraan melalui inisiatif layanan transformatif (TSI). *Jurnal Pemasaran Jasa*, 37(9), 1151–1166. <https://doi.org/10.1108/JSM-03-2023-0110>
- Kalimullina, M., & Orlov, M. (Shamil). (2020). Keuangan Islam dan perdagangan komoditas pangan: adakah



**Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):
2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661**

peluang untuk melindungi diri dari volatilitas harga dan meningkatkan ketahanan pangan? *Heliyon*, 6(11), e05355. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05355>

Ledhem, MA (2022). Stabilitas keuangan bank syariah dan perkembangan pasar sukuk: Apakah pengaruhnya bersifat komplementer atau kompetitif? *Borsa Istanbul Review*, 22, hlm. 79–91. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.09.009>

Li, Z., & Moreira, F. (2024). Keterbukaan keuangan, komposisi liabilitas bank, dan risiko bank: Bukti internasional. *Jurnal Pasar Keuangan, Lembaga, dan Uang Internasional*, 97 (Oktober), 102066. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2024.102066>

Lian, Y. (2024). Kesulitan keuangan, deregulasi cabang bank, dan hubungan pelanggan-pemasok. *Jurnal Keuangan Perusahaan*, 102646. <https://doi.org/10.1016/j.jcor.2024.102646>

Madah Marzuki, M., Nik Abdul Majid, WZ, & Rosman, R. (2023). Tanggung jawab sosial perusahaan dan keuangan sosial Islam berdampak pada keberlanjutan perbankan pasca pandemi COVID-19. *Heliyon*, 9(10), e20501. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20501>

Malik, M., Zhengmeng, C., Hussain, M., & Hussain, S. (2024). Menjelajahi Dinamika Retensi Nasabah: Sebuah Investigasi Komparatif Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Retensi Nasabah di Sektor Perbankan Menggunakan Pendekatan Mediasi-Moderasi. *Heliyon*, 10(19), e36919. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36919>

Maulidia, M. (2023). Enhancing Educational Impact: Exploring Effective Media And Public Relations Techniques In Educational Institutions. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(3), 214–225. <https://doi.org/10.18860/rosikhun.v2i3.21644>

Maulina, R., Dhewanto, W., & Fatur Rahman, T. (2023). Integrasi Keuangan Sosial dan Komersial Islam (KIIS): Tinjauan Pustaka Sistematis, Analisis Bibliometrik, Kerangka Konseptual, 9(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e05355>

Mawardi, I., Al Mustofa, MU, Widiastuti, T., & Ghazali, M. (2024). Pengaruh kualitas kelembagaan, kebebasan ekonomi, dan perkembangan teknologi terhadap perkembangan keuangan Islam di negara-negara OKI. *Jurnal Inovasi Terbuka: Teknologi, Pasar, dan Kompleksitas*, 10(2), 100279. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100279>

Mkadmi, JE, & Ben Ali, W. (2024). Bagaimana penghindaran pajak memengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan dan rasio keuangan di negara berkembang? *Jurnal Kriminologi Ekonomi*, 5 (April), 100070. <https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2024.100070>

Mukoro, V., Sharmina, M., & Gallego-Schmid, A. (2022). Tinjauan model bisnis untuk akses energi terjangkau dan bersih di Afrika: Apakah model tersebut memberikan nilai sosial, ekonomi, dan lingkungan? *Penelitian Energi Sosial* 88 (Februari), 102530. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2022.102530>

Mulisa, F. (2022). Kapan Peneliti Memilih Pendekatan Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, atau Campuran? *Interchange*, 53(1), 113–131. <https://doi.org/10.1007/s10780-021-09447-z>

München, D. da R., Kimura, H., & Kayo, EK (2024). Operasi bisnis bank mana yang lebih berisiko? Dampak leverage terhadap lembaga keuangan Brasil. *IIMB Management Review*, 36(2), 157–170.



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):

2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

<https://doi.org/10.1016/j.jimb.2024.03.005>

Poulova, P., Wang, H., Lin, S., Wu, X., Tehseen, S., & Liu, X. (2024). Dampak dimensi budaya Hofstede Volume 9, Nomor 1, April (2025) h.22-35
 terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan: Peran mediasi inovasi kewirausahaan di kalangan wirausaha etnis Malaysia. *Acta Psychologica*, 251 (April), 104538.
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104538>

Purwanto, A., & Wafa, A. (2023). Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Citra Kontinjensi Perspektif Akomodasi. *Manajemen: Jurnal Manajemen Pendidikan Indonesia*, 5(3), 267–279. <https://doi.org/10.52627/managere.v5i3.281>

Qoyum, A., Sakti, MRP, Thaker, HMT, & AlHashfi, RU (2022). Apakah label Islam menunjukkan kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) yang baik? Bukti dari perusahaan yang patuh syariah di Indonesia dan Malaysia. *Borsa Istanbul Review*, 22(2), 306–320. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.06.001>

Rabbani, MR, Bashar, A., Nawaz, N., Karim, S., Ali, MAM, Rahiman, HU, & Alam, MS

(2021). Menjelajahi peran fintech syariah dalam mengatasi dampak lanjutan COVID-19: Inovasi sosial terbuka dalam sistem keuangan syariah. *Jurnal Inovasi Terbuka: Teknologi, Pasar, dan Kompleksitas*, 7(2), 136. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020136>

Riaz, U., Burton, B., & Fearfull, A. (2023). Kecenderungan emosional dan industri perbankan Islam kontemporer. *Critical Perspectives on Accounting*, 94 (Januari 2020), 102449. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2022.102449>

Saharani, L., & Diana, S. (2024). Optimalisasi Strategi Humas Berbasis Nilai-Nilai Islam dalam Meningkatkan Penerimaan Mahasiswa Baru. *Jurnal Manajemen Pendidikan Indonesia*, 6(2), 194–206. <https://doi.org/10.52627/managere.v6i2.523>

Sanjani, MAF (2024). Dampak Kepala Sekolah terhadap Kualitas Lulusan Melalui Inisiatif Pendidikan Karakter. *Jurnal Penelitian Manajemen Pendidikan*, 3(1), 30–46. <https://doi.org/10.61987/jemr.v3i1.347>

Stauropoulou, A., Sardianou, E., Malindretos, G., Evangelinos, K., & Nikolaou, I. (2023). Dampak strategi SDGs yang berkaitan dengan ekonomi, lingkungan, dan sosial dari lembaga perbankan terhadap perilaku nasabah mereka. *World Development Sustainability*, 2 (Desember 2022), 100051. <https://doi.org/10.1016/j.wds.2023.100051>

Usman, B., Hasnam, MG, Nurazi, R., Baihaqi, & Aujiropongpan, S. (2024). Menjelajahi perhatian investor di pasar Syariah, pengaruh makroekonomi, dan kinerja perusahaan: Wawasan dari Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Terbuka*, 10 April, 101015. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101015>

Virnandes, SR, Shen, J., & Vlahu-Gjorgievska, E. (2024). Membangun kepercayaan publik melalui transformasi pemerintahan digital: Sebuah studi kualitatif pada lembaga kepegawaian sipil Indonesia. *Procedia Computer Science*, 234, 1183–1191. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.114>



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah ISSN (p):

2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661

Volume 9, Nomor 1, April (2025), h.22-35

Vuong, BN, Voak, A., Hossain, SFA, Phuoc, NT, & Dang, LH (2024). Dampak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan Merek dan Reputasi Merek: Bukti dari Maskapai Berbiaya Rendah. *Transportation Research Procedia*, 80, 111–118. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2024.09.015>

Wojewska, AN, Staritz, C., Tröster, B., & Leisenheimer, L. (2024). Kekritisan litium dan hubungan antara keuangan dan keberlanjutan: Persepsi penawaran dan permintaan, kebijakan negara, jaringan produksi, dan aktor keuangan. *Industri Ekstraktif dan Masyarakat*, 17 (November 2023). <https://doi.org/10.1016/j.exis.2023.101393>

Yeong, SN, Knox, D., & Prabhakar, G. (2022). Kepuasan dan loyalitas pelanggan di hotel resor Malaysia: peran empati, keandalan, dan dimensi konkret kualitas layanan.

Jurnal Internasional Manajemen Layanan dan Operasi, 41(4), 444–462. <https://doi.org/10.1504/IJSOM.2022.122922>

Zain, B., & Mustofa, ML (2024). Islam dan Kearifan Lokal: Integrasi Nilai-Nilai Lokal dalam Pemikiran Islam.

Zuhdi, Z., Faridy, F., Baharun, H., & Hefny, H. (2024). Peningkatan Mutu Pembelajaran melalui Dukungan Manajemen dalam Penyusunan Soal Penilaian Diri di Sekolah. *Communautaire: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.61987/communautaire.v3i1.3>



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN

Jalan M.H. Thamrin No. 8, Jakarta 10340 – Gedung II
BPPT, Lantai 20 Telepon (021) 316-9778. Faksimile

Nomor : B/3693/E5/E5.2.1/2019
Jakarta, 12 November 2019 Lampiran: 1 (satu) berkas
Perihal : **Pemberitahuan
Hasil Akreditasi
Jurnal Ilmiah
Periode VI Tahun
2019**

Kepada Yth.

1. Pimpinan Perguruan Tinggi
2. Kepala LL Dikti I s.d. XIV
3. Pengelola Jurnal Ilmiah di seluruh Indonesia

Dengan hormat,

Sehubungan dengan hasil Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode VI Tahun 2019 dan telah diterbitkannya Surat Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 30/E/KPT/2019, tanggal 11 November 2019, dengan hormat bersama ini kami sampaikan hasil akreditasi sebagaimana terlampir. Adapun ketentuan penerbitan sertifikat akreditasi sebagai berikut:

1. Bagi usulan akreditasi baru maka sertifikat akreditasi akan diterbitkan dan diberikan kepada pengelola jurnal;
2. Bagi usulan akreditasi ulang yang hasil akreditasi naik peringkat maka sertifikat akreditasi akan diterbitkan dan diberikan kepada pengelola jurnal;
3. Bagi usulan akreditasi ulang yang hasil akreditasi peringkatnya tetap dan telah memiliki sertifikat yang masih berlaku masa akreditasi, maka sertifikat baru tidak akan diterbitkan, dan sertifikat sebelumnya dapat digunakan sampai berakhir masa berlakunya;
4. Bagi pengelola yang sudah terakreditasi dan namanya tercantum dalam SK sebelumnya serta belum memiliki sertifikat dapat meminta sertifikat terdahulu;
5. Penerbitan sertifikat dilakukan secara bertahap paling cepat 14 hari kerja setelah pengumuman ini dan dilakukan pemutakhiran data di laman <http://sinta2.ristekdikti.go.id/journals>, penyerahan sertifikat dilakukan secara bertahap, dan apabila mendesak dapat mengambil di Subdit Fasilitasi Jurnal Ilmiah dengan konfirmasi kepada Sdr. Pandji di nomor telepon 087889098911 dan *whatsapp (wa)* 08985050111;
6. Bagi pengelola jurnal yang ingin naik peringkat bisa mengajukan usulan akreditasi ulang dengan mengajukan 1 nomor/issue terbaru melalui <https://arjuna.ristekdikti.go.id>.

Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

**plt.Direktur
Pengelolaan
Kekayaan Intelektual**

ttd

Tembusan:

Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan

Hotmatua Daulay

NIP 19661018198602100



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN

Jl. M.H Thamrin No. 8 Jakarta Pusat 10340 Gedung BPPT II Lt 19-20

Telepon (021) 316-9804/9805, Faksimil (021) 3101728, 3102368

www.ristekdikti.go.id

SALINAN

KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN KEMENTERIAN RISET,
TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 30/E/KPT/2019

TENTANG

PERINGKAT AKREDITASI JURNAL ILMIAH PERIODE VI TAHUN 2019

DIREKTUR JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN KEMENTERIAN RISET,
TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI,

- Menimbang : a. bahwa berdasarkan hasil akreditasi jurnal ilmiah yang ditetapkan oleh Tim Akreditasi Jurnal Ilmiah Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi pada tanggal 8 Nopember 2019 dan dalam rangka melaksanakan ketentuan Pasal 6 ayat (5) Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 9 Tahun 2018 tentang Akreditasi Jurnal Ilmiah, perlu menetapkan Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode VI Tahun 2019;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a, perlu menetapkan Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi tentang Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode VI Tahun 2019;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
2. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014, Nomor 16, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
3. Peraturan Presiden Nomor 13 Tahun 2015 tentang Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 14);
4. Keputusan Presiden Nomor 121/P Tahun 2014 tentang Pembentukan Kementerian dan Pengangkatan Menteri Kabinet Kerja Periode Tahun 2014-2019;

- 5. Keputusan Presiden Nomor 99/M Tahun 2015 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dari dan Dalam Jabatan Pimpinan Tinggi Madya di Lingkungan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi;
- 6. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 32/PMK.02/2018 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2019;
- 7. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 15 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 889);
- 8. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 9 Tahun 2018 tentang Akreditasi Jurnal Ilmiah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 428);

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI TENTANG PERINGKAT AKREDITASI JURNAL ILMIAH PERIODE VI TAHUN 2019.
- KESATU : Menetapkan Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode VI Tahun 2019 sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Keputusan Direktur Jenderal ini.
- KEDUA : Akreditasi Jurnal Ilmiah sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU berlaku selama 5 (lima) tahun mulai dari nomor yang ditetapkan dalam lampiran keputusan ini.
- KETIGA : Akreditasi Jurnal Ilmiah sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU dapat mengajukan kembali kenaikan peringkat setelah menerbitkan minimal 1 (satu) nomor penerbitan.
- KEEMPAT : Setiap jurnal ilmiah wajib mencantumkan masa berlaku akreditasi dengan menuliskan tanggal penetapan dan tanggal akhir masa berlaku akreditasi.
- KELIMA : Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan Pedoman Akreditasi Jurnal Ilmiah, maka status akreditasi jurnal ilmiah yang bersangkutan dapat dicabut atau diturunkan.

-

-9-

7	Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama	2685 3574	Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung	Usulan baru mulai Volume 12 Nomor 2 Tahun 2017
8	Al-Bidayah: Jurnal Pendidikan Dasar Islam	2549 3388	Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Usulan baru mulai Volume 9 Nomor 1 Tahun 2017
9	Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah	2620 5661	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	Usulan baru mulai Volume 2 Nomor 1 Tahun 2018
10	Althea Medical Journal	2337 4330	Fakultas Kedokteran Universitas Padjadjaran	Usulan baru mulai Volume 4 Nomor 3 Tahun 2017
11	Analisis: Jurnal Studi Keislaman	2502 3969	Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung	Usulan baru mulai Volume 17 Nomor 2 Tahun 2017
12	ARTEKS : Jurnal Teknik Arsitektur	254 112 17	Program Studi Teknik Arsitektur Universitas Katolik Widya Mandira	Reakreditasi naik peringkat dari peringkat 4 ke 3 mulai Volume 3

				Nomor 2 Tahun 2019
13	Awlady: Jurnal Pendidikan Anak	2528 7427	Jurusan Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD) IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Reakreditasi naik peringkat dari peringkat 4 ke 3 mulai Volume 5 Nomor 1 Tahun 2019
14	Bioedukasi : Jurnal Biologi dan Pembelajarannya	2580 0094	Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember	Usulan baru mulai Volume 15 Nomor 2 Tahun 2017
15	BIOEDUSCIENCE : Jurnal Pendidikan Biologi & Sains	2614 1558	UHAMKA Press	Usulan baru mulai Volume 1 Nomor 1 Tahun 2017
16	Biotropika: Journal of Tropical Biology	2549 8703	Jurusan Biologi, Fakultas MIPA, Universitas Brawijaya	Usulan baru mulai Volume 5 Nomor 2 Tahun 2019



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Alamat : PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi, No Hp : 08113129333
E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id, Kode Pos : 68491

KARTU BIMBINGAN ARTIKEL

NAMA : Septia Nuraini
NIM/NIMKO : 2113111028
PRODI : Ekonomi Syari'ah (ESY)
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

NO	TGL. KONSULTASI	TOPIK POKOK YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING	TGL MENGHADAP KEMBALI
1.	04 Nov	Templat Jurnal	[Signature]	
2.	10 Des	Faliditas	[Signature]	
3.	15 Des	Faliditas	[Signature]	
4.	16 Des	Faliditas	[Signature]	
5.	20 Des	Faliditas + Rumah Jurnal	[Signature]	
6.	22 Des	Faliditas + submit	[Signature]	
7.	23 Des	Revisi Jurnal	[Signature]	
8.	25 Des	pemberaan kalimat & faliditas	[Signature]	
9.	25 Des	Acc faliditas	[Signature]	
10.	1 Januari	Revisi Jurnal	[Signature]	
	2 Januari	Revisi	[Signature]	
	4 Januari	Revisi	[Signature]	
	6 Januari	Revisi	[Signature]	
	7 Januari	Revisi	[Signature]	
	8 Januari	Revisi	[Signature]	
	5 Februari	ACC	[Signature]	

Mulai Bimbingan : 04 November 2024

Batas Akhir Bimbingan : 1 Januari 2025

Blokagung, 29 Mei 2025

Mengetahui,
Ketua Prodi

Manawir, M.Ag

Dosen Pembimbing

(Imam Khusnudin, S.E., M.P.A)

Keterangan : Kartu ini tidak boleh hilang dan setiap bimbingan harus dibawa



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Alamat : PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi, No Hp : 08113129333
 E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id, Kode Pos : 68491

PENGESAHAN REVISI UJIAN ARTIKEL
TAHUN AKADEMIK 2024/2025

Nama : Septia Nuraini
 NIM : 2113111028
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah (ESy) / Perbankan Syariah (PSy)
 Judul : Pengaruh Layanan Antar
Jemput Tabungan dan
Pengaduan Keluhan terhadap
loyalitas Anggota BMT Nu
Cabang Muncar.

Telah dilakukan revisi sesuai dengan catatan dari hasil ujian yang telah dilaksanakan pada sidang Ujian Artikel pada hari Rabu tanggal 18 Juni 2025.

Blokagung, 20 Juni 2025

Pembimbing


 (Imam Khusnudin, S.E., MM)



Mengetahui,
 Dekan


 Dr. Hj. Lely Ana Ferawati E, SE., MH., MM., CRP.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Septia Nuraini
 NIM : 2113111028
 TTL : Megang Sakti IV, 09
 September 2002
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
 Alamat : Dsn. 2, Rt/Rw.006/003,

Desa. Megang Sakti IV, Kec.
 Megang Sakti, Kab.
 Musirawas, Prov. Sumatra
 Selatan

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah /Perguruan Tinggi	Bidang Studi
TK	2008	2009	TK Al-Huda	
SD	2009	2015	SDN 02 Sungai Benai	
MTS	2015	2018	SMPN Megang Sakti	
MA	2018	2021	SMK Darussalam	Kesehatan
S1	2021	2025	Universitas Kh. Mukhtar Syafaat	Ekonomi Syariah

Riwayat Pendidikan NonFormal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/Lembaga Pendidikan
Ula	2018	2022	Madrasah Diniyah Al- Amiriyyah
Wustho	2022	2025	Madrasah Diniyah Al- Amiriyyah

Blokagung, 06 Agustus 2025

Septia Nuraini
 Nim:2113111028