

**PENGARUH CITRA MEREK KOPERASI, BAGI HASIL
PRODUK SIMPANAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KOPSYAH MUI JATIM
CABANG SEKAPUK**

Khusniati¹, Syamsir Alamsyah Harahap²

¹Universitas Qomaruddin Gersik, ²Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

niakhusniati71@gmail.com

Received : 03-08-2024

Accepted : 21-09-2024

Published : 31-10-2024

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh citra merek koperasi, bagi hasil produk simpanan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di Desa Gedangan, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik probability sampling. Populasi penelitian ini berjumlah 250 anggota, dengan 50 responden yang terlibat. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dan program SPSS 20.0. Validitas data diuji dengan korelasi, sedangkan reliabilitas menggunakan metode Cronbach Alpha. Uji normalitas dilakukan melalui model regresi, dan multikolinearitas diuji dengan Variance Inflation Factor (VIF). Uji autokorelasi dianalisis menggunakan nilai Durbin Watson test, sedangkan uji heteroskedastisitas dilakukan dengan analisis Scatterplot. Uji hipotesis mencakup uji t, uji f, dan uji R². Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek koperasi, bagi hasil produk simpanan, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas anggota. Dalam uji parsial, citra merek koperasi (X1) menunjukkan t hitung sebesar 2.092 dengan taraf signifikansi 4%, sementara bagi hasil produk simpanan (X2) memperoleh t hitung sebesar 3.381. Temuan ini mengindikasikan pentingnya faktor-faktor tersebut dalam membangun loyalitas anggota koperasi.

Kata Kunci : Citra Merek Koperasi, Bagi Hasil Produk Simpanan, Kualitas Pelayanan,

Abstract: This study aims to explore the impact of cooperative brand image, profit-sharing of savings products, and service quality on member loyalty in Gedangan Village, Sidayu District, Gresik Regency, both partially and simultaneously. The method used is descriptive quantitative research with probability sampling techniques. The research population consists of 250 members, with 50 respondents involved. Data were collected through observation, questionnaires, and documentation. Data analysis was conducted using multiple linear regression and SPSS 20.0 software. Data validity was tested using correlation, while reliability was assessed with Cronbach Alpha. Normality was tested through regression modeling, and multicollinearity was evaluated using the Variance Inflation Factor (VIF). Autocorrelation was analyzed using the Durbin-Watson test, and

heteroscedasticity was assessed through scatterplot analysis. Hypothesis testing included t-tests, f-tests, and R² tests. The results indicate that cooperative brand image, profit-sharing of savings products, and service quality have a significant effect on member loyalty, both partially and simultaneously. In the partial test, the cooperative brand image (X1) yielded a t-value of 2.092 with a significance level of 4%, while the profit-sharing of savings products (X2) had a t-value of 3.381. These findings highlight the importance of these factors in building member loyalty in cooperatives.

Keywords: *Cooperative Brand Image, Profit-Sharing of Savings Products, Service Quality.*

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu dan seiring berjalannya zaman, kebudayaan manusia pun ikut berkembang. Dengan pesatnya perkembangan lembaga keuangan di Indonesia, sejak tahun 1992 hingga saat ini mengalami kenaikan. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada tahun 2022 terdapat 12 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Untuk koperasi syariah sendiri 3.912 koperasi per Desember 2022 dengan anggota 4,6 juta orang dan total aset sebesar Rp20,67 T. Dan lembaga keuangan ini terus berubah dan beradaptasi, menciptakan inovasi produk keuangan yang tepat sesuai kemajuan zaman.

Secara umum keberadaan lembaga keuangan syariah dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu lembaga keuangan bank (LKB) dan lembaga keuangan non-bank (LKNB). Lembaga keuangan perbankan meliputi bank syariah, sedangkan lembaga keuangan non bank adalah koperasi syariah.¹ Koperasi syariah dikenal sebagai koperasi yang mengikuti syariat Islam dan tidak memungut atau memeberikan bunga kepada anggotanya atas kegiatannya. Sesuai kesepakatan yang dibuat oleh para anggota, koperasi tidak boleh bertentangan dengan perjanjian (akad) hukum Islam.²

Dengan kata lain, koperasi syariah harus mematuhi syarat-syarat akad yang ditentukan dalam hukum Islam. Perbedaan antara koperasi syariah dan konvensional adalah koperasi syariah menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan konvensional menggunakan sistem riba (bunga). Bagi hasil produk simpanan dalam sistem bagi hasil syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan koperasi

¹ Astri Parma Putri, A. P. P (2021) *Strategi Koperasi Dalam Menarik Nasabah (Studi Pada Kappa Bakti Huria Syariah Cabang Kota Palopo)* (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).

² Ardianto, M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah*, (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 26.

syariah kepada masyarakat, dan dalam aturan terkait pembagian hasil usaha syariah harus ditentukan terlebih dahulu pada awal akad. Sama halnya dengan bagi hasil pada Koperasi Syariah MUI Jawa Timur Cabang Sekapuk, pembagian keuntungan sebesar 70% kepada koperasi dan 30% kepada anggota dengan menggunakan akad mudhorobah yaitu penjumlahan bagi hasil kedua belah pihak. Dan pembagian bagi hasil tersebut ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama.

Citra merek merupakan petunjuk yang akan digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk. Terdapat kecenderungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber. Citra merek juga merupakan suatu hasil pandang atau persepsi konsumen terhadap suatu merek tertentu, yang didasarkan atas pertimbangan dan perbandingan dengan beberapa merek lainnya, pada jenis produk yang sama. Citra merek memperlihatkan persepsi yang akurat dari suatu merek itu sendiri. Kepuasan konsumen menjadi sangat penting bagi perusahaan khususnya bagi manajer pemasaran. Biasanya, hal tersebut menjadi patokan suatu kinerja perusahaan.

Koperasi Syariah MUI Jatim Cabang Sekapuk merupakan koperasi penghindar riba, Kopsyah MUI Jatim Cabang Sekapuk sendiri merupakan lembaga yang didasari oleh keinginan untuk memperkuat perekonomian negara dan mengatasi penderitaan masyarakat. pedagang kecil dan menengah yang sering menjadi sasaran para rentenir Beberapa keistimewaan yang dimiliki oleh Kopsyah MUI Jatim adalah adanya keistimewaan seperti telah diperkenalkannya layanan jemput bola, karyawan juga melakukan kegiatan penguatan tingkat religiusitas seperti sholat dhuha dan sholat malam, maka karyawan wajib memiliki etika bisnis berdasarkan prinsip syariah misalnya sopan, ramah, jujur, komunikatif, adil, tidak curang atau unsur apapun.³

Berbagai keunikan tersebut digunakan Kopsyah MUI Jatim sebagai *diferensiasi* dan cara menghadapi pesaing yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Selain keunikan tersebut, Kopsyah MUI Jatim juga menerapkan kualitas pelayanan

³ Profil Kopsyah MUI Kabupaten Gresik, (Gresik: KOPSYAH MUI, 2012), Hlm.1

yang baik sehingga anggota bisa merasakan kepuasan sesuai apa yang di inginkan sehingga bisa menciptakan suatu loyalitas terhadap Kopsyah MUI Jatim .

Selain reputasi positif, salah satu ciri koperasi syariah yang sangat penting adalah kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan juga erat kaitannya dengan kualitas pelayanan usaha yang diberikan, yang bertujuan untuk memberikan rasa kepuasan dan membangun kepercayaan anggota sehingga anggota atau pelanggan merasa sangat penting atau diperhatikan dengan cermat dan tepat. sebagaimana mestinya.

Pelayanan ini sangat penting dan sangat diperlukan, tujuannya untuk menarik lebih banyak anggota dan menjaga loyalitas nasabah, mutu pelayanan atau *service excellence* menjadi perhatian petugas terhadap anggota, dengan memberikan pelayanan terbaik, memenuhi kebutuhan anggota, merespon kepada seorang anggota permintaan dan keluhan anggota, serta selalu memberikan solusi terhadap permasalahan anggota, maka kepuasan anggota dan loyalitas anggota terhadap lembaga keuangan syariah akan berkembang.

Pada koperasi yang bergerak di sektor jasa dan keuangan, pentingnya kualitas layanan dipertimbangkan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua gagasan yang berbeda karena persepsi kualitas pelayanan adalah masalah sikap. Kualitas dapat mendorong pelanggan untuk menjalin hubungan dekat dengan perusahaan sehingga memahami sepenuhnya harapan dan kebutuhan mereka. Hal ini pada akhirnya dapat menimbulkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan oleh semua koperasi adalah memperoleh loyalitas anggota. Karena pelanggan setia menawarkan diskon kepada perusahaan, seperti :⁴

1. Mengurangi biaya iklan, karena pelanggan setia menyebarkan berita tentang pelayanan baik yang mereka terima.

⁴ Yolanda Anastasia Sihombing, *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022), 20-22.

2. Dapat meningkatkan *cross-selling* karena pelanggan yang kembali sering kali menggunakan lebih banyak layanan.
3. Melakukan iklan dari mulut ke mulut yang lebih menguntungkan karena pelanggan setia selalu merekomendasikan jasa yang mereka gunakan dengan baik.

Membangun loyalitas anggota penting untuk memperpanjang kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, ini merupakan faktor kunci dalam retensi pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut, penting untuk mengukur dan mengidentifikasi dampak citra merek, bagi hasil dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan.

Apakah suatu perusahaan mempunyai citra positif atau negatif, masyarakat akan menilainya demikian. Reputasi yang positif dapat memberikan arti yang baik bagi produk suatu perusahaan dan meningkatkan penjualan. Sebaliknya, jika masyarakat menilai citra tersebut buruk, maka penjualan produk kolaborasi akan menurun atau terpuruk.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positifvisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel biasanya secara random, dan pengumpulan datanya dengan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik atau kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya terencana, terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya dan sistematis.⁵ Dimana jumlah responden 250 sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 40 responden, Kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan Regresi linier berganda. Data yang digunakan berupa data Primer

⁵ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah", *Equilibrium*, Vol. 5, No. 1, (2017): 92.

melalui penyebaran kuisioner kepada Anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk yang ada di desa Gedangan Kecamatan Sidayu. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis program SPSS versi 20,0 yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dinyatakan reliable jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam beberapa hal bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan. Akan tetapi terdapat juga banyak perbedaan yang mendasar diantara keduanya, yakni menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai dan lingkungan kerja.

KOPSYAH MUI JATIM ini adalah lembaga keuangan syari'ah, akad yang dilakukan menyangkut duniawi dan ukhrowi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Jika dalam KOPSYAH MUI terdapat perbedaan atau perselisihan antara KOPSYAH MUI dengan anggotanya, kedua belah pihak menyelesaikannya tidak di pengadilan Negeri tetapi diselesaikan sesuai dengan hukum materi syari'ah. KOPSYAH MUI memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syari'ah, hal ini dibuktikan dengan cara berpakaian dan tingkah laku karyawan KOPSYAH MUI yang mencerminkan bahwa mereka bekerja di sebuah lembaga keuangan syari'ah.

Pada penelitian ini penulis menggunakan 40 responden yang ada di desa gedangan kecamatan sidayu kabupaten gresik, dalam penelitian ini penulis melakukan identifikasi karakteristik responden yang didasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan.

Tabel 1. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
17 – 25 tahun	12	30%
26 – 35 tahun	25	62,5%
36 – 45 tahun	3	7,5%
Jumlah	40	100%

Sumber :Data Primer Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan table 1.1 diatas menunjukkan bahwa dikuesioner yang disebarakan kepada anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang sekapuk yang berusia 17-25 tahun yaitu sebanyak 12 anggota (30%), sedangkan sisanya responden berusia 26-3 tahun yaitu sebanyak 25 anggota (62,5%) dan yang paling sedikit reponden yang berusia 36-45 tahun hanya 3 anggota (7,5%).

Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Anggota)	Presentase (%)
Laki – laki	10	25%
Perempuan	30	75%
Jumlah	40	100%

Sumber :Data Primer Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa 40 kuesioner yang disebaraka kepada anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih besar dari pada laki-laki, dengan rincian 75% berjenis kelamin perempuan dan 25% berjenis kelamin laki-laki. Komposisi ini menunjukkan komposisi yang sebenarnya di lapangan, dimana banyak anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk yang berjenis kelamin perempuan dari pada laki-laki.

Tabel 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah (Anggota)	Presentase (%)
SLTA/ sederajat	30	75%
Diploma	0	0%
S1	9	22,5%
S2	1	2,5%
Jumlah	40	100%

Sumber :Data Primer Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa 40 kuesioner yang disebarkan kepada Anggota KOPSYAH MUI JATIM dapat diketahui bahwa responden lulusan SLT A /sederajat lebih besar dari pada lulusan Diploma, S1 dan S2, dengan rincian 75% responden lulusan SLTA/Sederajat, lulusan SI 22,5%, lulusan S2 2,5 % dan tidak ada responlen yang lulusan Diploma.

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Anggota)	Presentase (%)
Mahasiswa/Pelajar	8	20%
Swasta	4	10%
Wiraswasta	6	15%
IRT/Lain-lain	22	55%
Jumlah	40	100%

Sumber :Data Primer Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa 40 kuesioner yang disebarkan kepada anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk dapat diketahui bahwa responden yang bekerja IRT lebih besar dari pada lulusan Mahasiswa/pelajar, swasta, dengan rincian 55% responden, pelajar/mahasiswa 20%, swasta 10% dan 15% sebagai wiraswasta.

Tabel 5
Hasil Uji T (Persial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.139	3.562		-881	.384
Citra merek koperasi(X1)	.252	.121	.287	2.092	.044
Bagi Hasil Produk Simpanan (X2)	.604	.179	.458	3.381	.002
Kualitas Pelayanan (X3)	.352	.173	.225	2.036	.049

1. Variabel Citra Merek Koperasi (X_1)

Nilai t_{hitung} 2.092 > t_{tabel} (sebesar 2.026) memberi arti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil uji t tersebut berarti pada tingkat signifikansi 95 persen, Citra merek Koperasi (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk yang ada di Desa Gedangan Kecamatan Sidayu kabupaten Gresik.

2. Bagi Hasil Produk Simpanan (X_2)

Nilai t_{hitung} sebesar 3,381 > t_{tabel} (sebesar 2.026) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut berarti pada tingkat signifikansi 90 persen, Bagi Hasil Produk Simpanan (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk yang ada di Desa Gedangan.

3. Kualitas Pelayanan (X_3)

Nilai t_{hitung} sebesar 2.036 > t_{tabel} (sebesar 2.026) maka hasil uji t berada pada daerah H_0 diterima dan H_1 ditolak Hasil tersebut berarti tingkat signifikansi 95%, variabel Kualitas Pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap

Loyalitas Anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk yang ada di Desa Gedangan Kecamatan Sidayu kabupaten Gresik.

Tabel 6
Hasil Uji F (simultan)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	99.281	3	33.09	18.52	.000 ^b
Residual	64.319	36	1.787		
Total	163.600	39			

- a. *Predictors* : (*Constant*) Citra merek Koperasi. Bagi Hasil Produk Simpanan dan Kualitas pelayanan
- b. *Dependent Variabel* : Loyalitas Anggota

Berdasarkan hasil analisa diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 18,523 > F_{tabel} sebesar 2,87 dengan taraf kesalahan 5%, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan variabel Citra merek Koperasi, Bagi Hasil Produk Simpanan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Anggota KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk yang ada di Desa Gedangan Kecamatan Sidayu kabupaten Gresik.

Berdasarkan penelitian dan analisis yang diteliti dengan menggunakan alat bantu aplikasi *SPSS 20.0 for windows* maka peneliti mengintreprestasikan hasil sebagai berikut :

1. Pembuktian hipotesis regresi secara parsial (uji t) ditunjukkan untuk mengetahui pengaruh masing -masing variabel independen yang terdiri dari citra merek koperasi, bagi hasil produk simpanan, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas anggota.

- (a) Citra merek koperasi (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,092 > t_{tabel} sebesar 2,026 dengan tingkat signifikansi 5% berarti citra merek koperasi (X_1) terbukti secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota bahwa KOPSYAH MUI JATIM cabang sekapuk memiliki citra merek yang baik di kalangan anggota dan masyarakat sekitar.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azam Mahfudl (2021) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Mandiri Sejahtera*” Menunjukkan hasil dari penelitiannya bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

- (b) Bagi Hasil Produk Simpanan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar $3.381 > 1$ t_{tabel} Sebesar 2,026 dengan tingkat signifikansi 5% berarti Bagi Hasil Produk Simpanan (X_2) terbukti secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pungki Amalah Sari “*pengaruh persepsi dan system bagi hasil terhadap Loyalitas Anggota*” Menunjukkan hasil dari penelitiannya bahwa Bagi Hasil Produk Simpanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

- (c) Kualitas Pelayanan (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar $2,036 > t_{tabel}$ sebesar 2,026 dengan tingkat signifikansi 5% berarti Kualitas Pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota. Yang berarti kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas anggota di KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk. Hal ini menunjukkan bahwa KOPSYAH MUI JATIM Cabang sekapuk mampu memberikan Kualitas Pelayanan yang baik dengan memberikan pelayanan yang cepat, aman, nyaman dan konsisten terhadap anggotanya. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk maka semakin besar pula Loyalitas Anggota.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M. Gilang Saputra, dkk (2021) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Arief Palembang*”, menunjukkan hasil dari penelitiannya bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

2. Pembuktian hipotesis regresi secara simultan (Uji F) ditunjukkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari Citra merek koperasi, bagi hasil produk simpanan, dan Kualitas Pelayanan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Anggota. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $18.523 > F_{tabel}$ sebesar 2,84 dengan taraf signifikansi 5%, berarti secara simultan seluruh variabel bebas yang terdiri dari citra merek koperasi, bagi hasil produk simpanan, dan Kualitas pelayanan di KOPSYAH MUI JATIM Cabang Sekapuk yang ada di Desa Gedangan Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Firmansyah Anang M. *Manajemen Bank Syariah*. (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019)
- Astri Parma Putri, A. P. P (2021) *Strategi Koperasi Dalam Menarik Nasabah (Studi Pada Kappa Bakti Huria Syariah Cabang Kota Palopo)* (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo)
- Daniel Ortega dan Anas Alhifni, “*Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah*”, *Equilibrium*, Vol. 5, No. 1, (2017)
- Profil Kopsyah MUI Kabupaten Gresik, (Gresik: KOPSYAH MUI, 2012),
- Sihombing Anastasia Yolanda, *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022).