

ABSTRAK

Persaingan Koperasi Binama yang semakin ketat membuat koperasi tersebut harus menjaga loyalitas pengguna untuk mempertahankan bisnisnya namun turunya loyalitas pengguna koperasi binama yang diakibatkan adanya pengguna yang mengatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna serta tidak sesuai dengan syariat islam menimbulkan adanya pernyataan yang negatif yang berakibat pada menurunnya citra positif perusahaan dan menurunkan loyalitas konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Semarang, pengguna simpan pinjam dan pembiayaan syariah KSPPS BINAMA. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105 responden. Dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *halal label* dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. dan hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *perceived quality* dan *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *electronic word of mouth*. Variabel yang paling berpengaruh terhadap *customer loyalty* adalah *electronic word of mouth*.

Kata kunci : merek halal, persepsi kualitas, citra merek, komunikasi dari mulut kemulut melalui media elektronik, dan loyalitas konsumen.