

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI  
DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
ANGGOTA MENABUNG DI KSPPS INTI MUAMALAT  
BANDUNGAN (STUDI ANGGOTA SIMPANAN WADIAH  
SUKARELA LANCAR)**

*The Influence of Islamic Service Quality  
and Product Knowledge on Member's Decisions to Save at  
KSPPS Inti Muamalat Bandungan (Study of Current Voluntary  
Wadiah Saving Members)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:  
WINDA HIDAYANTI  
18423063

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2022**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Hidayanti  
NIM : 18423063  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Pengetahuan  
Produk terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS  
Inti Muamalat Bandungan (Studi Anggota Simpanan  
*Wadiah* Sukarela Lancar).

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 23 Mei 2022

Winda Hidayanti



جامعة الباسط الإسلامية

## NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam  
Universitas Islam Indonesia  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor 158/Dek/60/DAATI/FIAI/II/2022 tanggal 10 Februari 2022 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Winda Hidayanti  
NIM : 18423063  
Program Studi/ Kosentrasi : Ekonomi Islam / Keuangan dan Perbankan Islam  
Tahun Akademik : 2021/2022  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan (Studi Anggota Simpanan *Wadiah* Sukarela Lancar)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, maka pada akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi dimaksud.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Dosen Pembimbing



Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd.

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen pembimbing skripsi:

Nama Mahasiswa : Winda Hidayanti  
NIM : 18423063  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan (Studi Anggota Simpanan *Wadiah* Sukarela Lancar)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 Mei 2022



Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd.

الجمعة الاستاذة الاندوني

# LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kalitirang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462  
F. (0274) 898463  
E. fiat@uii.ac.id  
W. fiat.uii.ac.id

## PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 3 Agustus 2022  
Nama : WINDA HIDAYANTI  
Nomor Mahasiswa : 18423063  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan (Studi Anggota Simpanan Wadiah Sukarela Lancar)

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

### TIM PENGUJI:

**Ketua**  
Rheyza Virgiawan, Lc., ME

(.....)

**Penguji I**  
Dr. Siti Achiria, SE, MM

(.....)

**Penguji II**  
Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag

(.....)

**Pembimbing**  
Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd.

(.....)

Yogyakarta, 3 Agustus 2022  
Dekan,



*Asmuni*  
Dr. Drs. Asmuni, MA

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat kecerdasan, kelancaran, dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan rasa cinta, bahagia, dan kasih sayang, saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, Mamakku Ngadirah dan Bapakku Zaetun yang selama ini selalu mendidik, merawat, menyayangi, dan membesarkanku dengan penuh kesabaran dan kasih sayang. Terima kasih atas doa dan kerja keras Mamak dan Bapak yang senantiasa hanya untuk melihat anak-anaknya bahagia dan dapat menjadi anak yang berguna bagi agama, nusa, dan bangsa. Semoga Allah SWT selalu memberikan mereka nikmat kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Amin.
2. Keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, dorongan, dan semangat kepada penulis.
3. Ibu Siti Latifah selaku dosen pembimbing saya, yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
4. Bapak Anton selaku *Human Resources Development* di KSPPS Inti Muamalat Bandung yang telah memberi izin kepada penulis untuk penelitian.
5. Mas Didik Ariyanto yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan kasih sayang kepada penulis.
6. Sahabatku Ibu Posyandu Cae, Luthfi, Tata, Chika, Hesty yang selalu memberi dukungan dan *support* satu sama lain.
7. Seluruh pihak dan teman-teman, yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih kalian semua yang telah memberikan doa dan motivasi untuk saya dalam penyusunan skripsi ini.

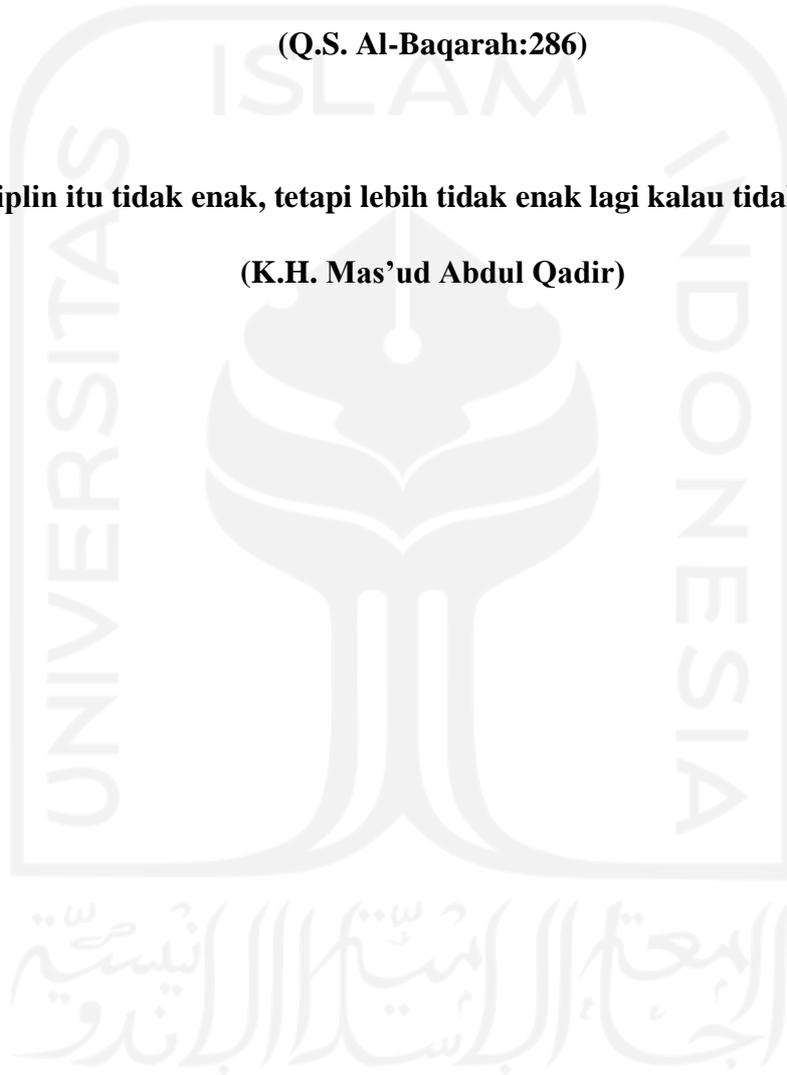
## MOTTO

**“Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”**

**(Q.S. Al-Baqarah:286)**

**“Disiplin itu tidak enak, tetapi lebih tidak enak lagi kalau tidak disiplin”**

**(K.H. Mas’ud Abdul Qadir)**



## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MENABUNG DI KSPPS INTI MUAMALAT BANDUNGAN (STUDI ANGGOTA SIMPANAN WADIAH SUKARELA LANCAR)**

**WINDA HIDAYANTI**

**18423063**

*Market share* lembaga keuangan syariah sampai saat ini tergolong masih rendah dan masih kalah jauh dibandingkan dengan lembaga konvensional. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan atau penurunan jumlah anggota menabung. Terlebih lagi pada masa pandemi pendapatan masyarakat tentunya mengalami penyusutan, sehingga simpanan di lembaga keuangan syariah juga akan terkena imbasnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengoptimalkan strategi yang lebih baik, sehingga anggota yang menyimpan dana di salah satu lembaga keuangan syariah selalu meningkat dan tetap berpihak kepada perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif deskriptif yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian sebanyak 100 responden atau anggota yang menabung pada simpanan sukarela lancar di KSPPS Inti Muamalat Bandungan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Selanjutnya data penelitian ini dianalisis dengan IBM SPSS versi 23. Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang sudah dilakukan maka diketahui bahwa secara parsial kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung, pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung, serta kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

**Kata Kunci:** KSPPS Inti Muamalat, Kualitas Pelayanan Islami, Pengetahuan Produk, Keputusan Menabung

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF ISLAMIC SERVICE QUALITY AND PRODUCT KNOWLEDGE ON MEMBER'S DECISIONS TO SAVE AT KSPPS INTI MUAMALAT BANDUNGAN (STUDY OF CURRENT VOLUNTARY WADIAH SAVING MEMBERS)***

**WINDA HIDAYANTI**

**18423063**

*The market share of Islamic financial institutions is still relatively low and is still far behind compared to conventional institutions. This can be seen from the increase or decrease in the number of members saving. Moreover, during the pandemic, people's incomes of course experience depreciation, so that deposits in Islamic financial institutions will also be affected. Therefore, the company must be able to optimize a better strategy, so that members who deposit funds in one of the Islamic financial institutions always increase and remain on the side of the company. This study aims to analyze the effect of Islamic service quality and product knowledge on members' decisions to save at KSPPS Inti Muamalat Bandungan. This study used a descriptive quantitative research design by distributing questionnaires to 100 respondents as the members who save on current voluntary savings at KSPPS Inti Muamalat Bandungan as the research sample. The purposive sampling technique was used as the sampling technique. Furthermore, this research data was analyzed with IBM SPSS version 23. Based on the results of research data analysis that has been done, it was found out that Islamic service quality partially has a significant effect on members' saving decisions, product knowledge has a significant effect on members' saving decisions. Islamic service quality and product knowledge simultaneously have a significant effect on members' decisions to save at KSPPS Inti Muamalat Bandungan.*

**Keywords:** KSPPS Inti Muamalat, Islamic Service Quality, Product Knowledge, Saving Decisions

July 04, 2022

**PROOFREADER STATEMENT**

The information appearing herein has been read & evaluated in grammar & punctuation without changing the meaning & information from the original document by Center for International language & Cultural Studies of Islamic University of Indonesia CILACS UII  
JI. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

# **PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

## **KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

**Nomor: 158 Th. 1987**

**Nomor: 0543b/U/1987**

### **TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

#### **Pendahuluan**

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2)

Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

## **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

## **Prinsip Pembakuan**

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

## **Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

## 1. Kosonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـي...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
ـِـو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...ى...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...ى	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

### 4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

- b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-atfāl

- raudahtul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-madīnah al-Munawwarah
	- al-madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةَ	- talhah

## 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā	الْحَجَّ	- al-hajji
نَزَّلَ	- nazzala	نُعِمَ	- nu''ima
الْبِرُّ	- al-birr		

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu لا , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu		الْقَلَمُ	- al-qalamu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu		الْبَدِيعُ	- al-badi'u
الشَّمْسُ	- asy-syamsu		الْجَلَالُ	- al-jalalu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ	- ta'khuẓū		إِنَّ	- inna
النَّوْءُ	- an-nau'		أُمِرْتُ	- umirtu
شَيْءٌ	- syai'un		أَكَلُ	- akala

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata- kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar_rāziqīn Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأُوفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almizān Wa auf al-kaila wal mizān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā

وَاللَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’ a ilaihi sabīla Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’ a ilaihi sabīlā
---	--

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wudi’ a linnāsi lallażi bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadān al-lażi unzila fih al- Qur’ānu Syahru Ramadān al-lażi unzila fihil Qur’ānu
وَلَقَدْ رَءَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra’āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad ra’āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَقَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
لله الامر جميعا	Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## KATA PENGANTAR



إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur marilah kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat Iman, Islam, dan Ihsan yang selalu dilimpahkan kepada kita semua. Tidak lupa kita haturkan shalawat dan salam kepada Nabi Agung Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk terhadap keputusan menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan (Studi Anggota Simpanan *Wadiah* Sukarela Lancar)”. Penyusunan skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis senantiasa memohon kritik atau saran yang mendukung dari pembaca untuk penyempurnaan dan perbaikan dalam skripsi ini di saat yang akan datang. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya, S.E.I., M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Siti Latifah Mubasiroh S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran.

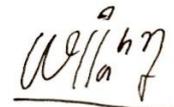
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ekonomi Islam yang telah memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis.
7. Bapak Bambang Fery Antono selaku *Human Resources Development* KSPPS Inti Muamalat Bandungan yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian.
8. Teman-teman Prodi Ekonomi Islam khususnya angkatan 2018 seperjuangan yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
9. Semua pihak yang turut serta memberikan doa, motivasi, dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak baik di dunia maupun di akhirat. Amin.

*Jazakumullah Khairan Katsiran*

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 23 Mei 2022



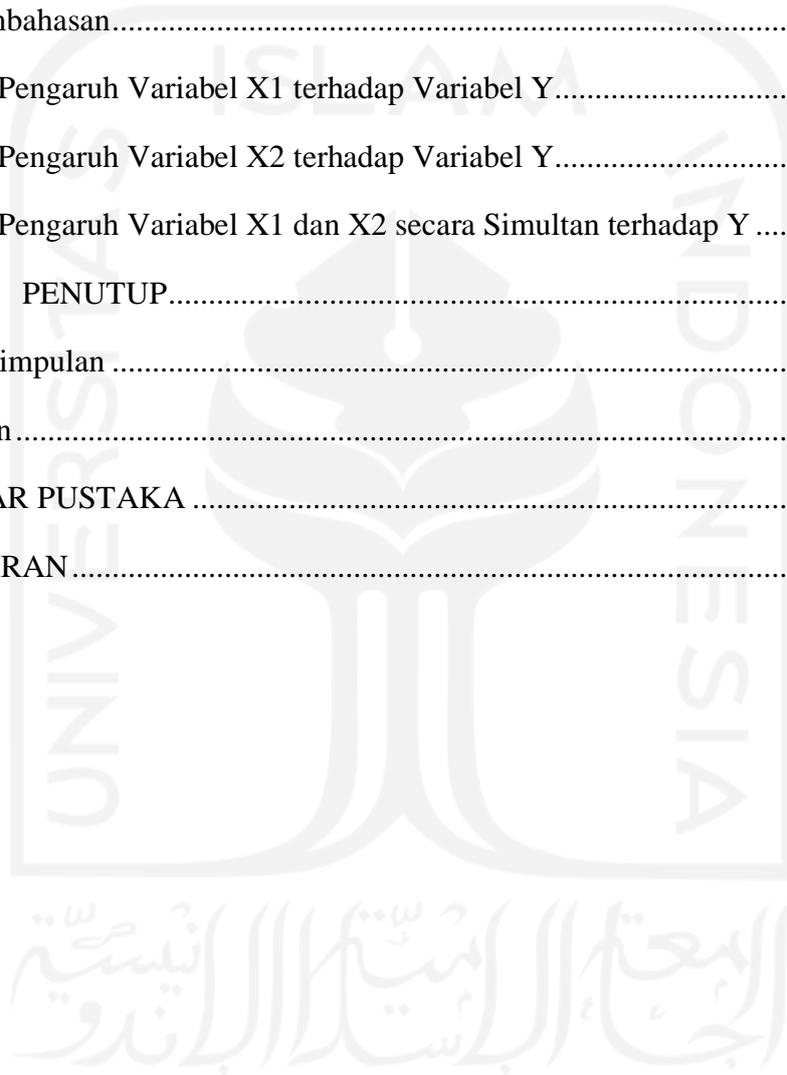
Winda Hidayanti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
NOTA DINAS .....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
KATA PENGANTAR .....	xx
DAFTAR ISI.....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxv
DAFTAR GAMBAR .....	xxvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	8
A. Telaah Pustaka .....	8
B. Landasan Teori.....	19

1. Kualitas Pelayanan Islami .....	19
2. Pengetahuan Produk.....	25
3. Keputusan Menabung.....	27
4. Kerangka Berpikir.....	30
5. Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
A. Desain Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian .....	32
D. Objek Penelitian .....	32
E. Populasi dan Sampel .....	33
F. Sumber Data.....	34
G. Teknik Pengumpulan Data.....	34
H. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	35
I. Instrumen Penelitian.....	43
J. Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
1. Sejarah Berdirinya KSPPS Inti Muamalat Bandungan.....	48
2. Visi dan Misi KSPPS Inti Muamalat Bandungan .....	49
3. Struktur Organisasi KSPPS Inti Muamalat Bandungan.....	50
4. Produk-Produk Penghimpunan Dana.....	50
B. Analisis Data .....	51
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	52
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	55

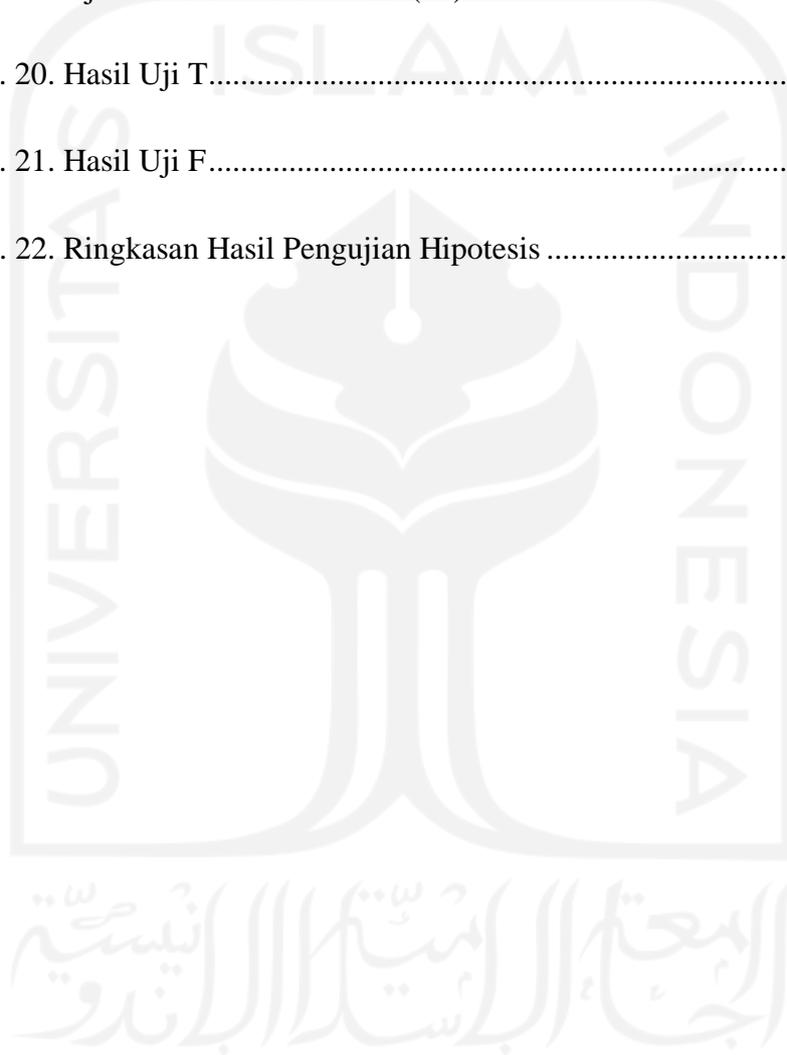
3. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	59
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
5. Hasil Uji Regresi.....	64
6. Hasil Uji Hipotesis.....	65
C. Pembahasan.....	68
1. Pengaruh Variabel X1 terhadap Variabel Y.....	68
2. Pengaruh Variabel X2 terhadap Variabel Y.....	69
3. Pengaruh Variabel X1 dan X2 secara Simultan terhadap Y.....	70
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3. 2. Nilai Skor Jawaban Skala Likert.....	43
Tabel 4. 1. Jumlah Rekening Simpanan Periode 2018 – 2020.....	51
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden berdasarkan Agama .....	53
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4. 6. Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Per Bulan .....	54
Tabel 4. 7. Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menabung .....	55
Tabel 4. 8. Frekuensi Jawaban pada Kualitas Pelayanan Islami.....	55
Tabel 4. 9. Frekuensi Jawaban Responden pada Pengetahuan Produk.....	57
Tabel 4. 10. Frekuensi Jawaban Responden pada Keputusan Menabung.....	58
Tabel 4. 11. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1) .....	59
Tabel 4. 12. Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk (X2).....	60
Tabel 4. 13. Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung (Y).....	61
Tabel 4. 14. Uji Reliabilitas X1, X2, dan Y .....	61
Tabel 4. 15. Uji Normalitas Variabel X1,X2, dan Y .....	62

Tabel 4. 16. Uji Multikolinearitas X1 dan X2 .....	63
Tabel 4. 17. Uji Heteroskedastisitas - Uji Glejser.....	63
Tabel 4. 18. Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4. 19. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
Tabel 4. 20. Hasil Uji T.....	66
Tabel 4. 21. Hasil Uji F.....	67
Tabel 4. 22. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Pengeluaran Konsumsi Rata-Rata Per Kapita.....	2
Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1. Struktur Organisasi KSPPS Inti Muamalat.....	50



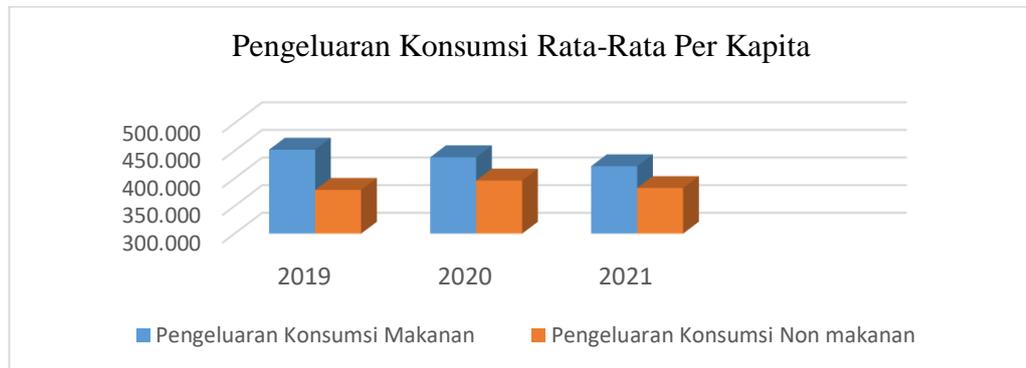
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berdirinya perbankan syariah yang pertama kali pada tanggal 1 November 1991 yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI), menjadi peluang untuk mendirikan lebih banyak lembaga keuangan syariah. Perkembangan perbankan syariah sampai saat ini berkembang sangat pesat dan memiliki peran yang sangat penting untuk perekonomian negara. Menurut UU No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat (OJK, 2008). Menurut Wimboh Santoso selaku Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwasanya *market share* perbankan syariah masih rendah yaitu hanya mencapai 9,96 %, sehingga masih kalah jauh dengan lembaga keuangan konvensional (IDX, 2021).

Rendahnya *market share* lembaga keuangan syariah salah satu penunjang utamanya yaitu minimnya masyarakat yang belum memiliki rekening tabungan syariah. Keinginan atau minat masyarakat untuk menabung tergantung dengan besarnya penghasilan atau pendapatan yang mereka miliki, karena pengeluaran rumah tangga tidak hanya untuk tabungan saja namun juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Menurut Depoti Direktur The SMERU Research Institute Athia Yumna mengatakan bahwa, berdasarkan data yang tercatat terdapat penurunan pendapatan rumah tangga sebesar 74,3% dan terjadi peningkatan pengeluaran sebesar 24,4%. Hal tersebut disebabkan oleh naiknya biaya konsumsi rumah tangga meliputi bahan makanan pokok dan keperluan lainnya untuk kebutuhan sehari-hari (Putri, 2021). Pengeluaran konsumsi rumah tangga dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Gambar 1. 1. Pengeluaran Konsumsi Rata-Rata Per Kapita

Sumber: Data Sekunder diolah (Polmankab, 2021)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2019 rata-rata pengeluaran konsumsi makanan sebesar Rp 451.915 per kapita dan rata-rata pengeluaran konsumsi non makanan sebesar Rp 379,062 per kapita. Pada tahun 2020 rata-rata pengeluaran konsumsi makanan sebesar Rp 438.086 per kapita dan pengeluaran konsumsi non makanan sebesar 396,024 per kapita. Hal ini menunjukkan bahwa total pengeluaran konsumsi rumah tangga pada tahun 2020 mengalami peningkatan dari tahun 2019. Selanjutnya pada tahun 2021 rata-rata pengeluaran konsumsi makanan sebesar Rp 421,968 per kapita dan pengeluaran konsumsi non makanan yaitu sebesar Rp 382,390 per kapita. Hal ini berarti pengeluaran konsumsi pada tahun 2021 mengalami penyusutan dari tahun 2020. Berarti dapat disimpulkan bahwa dari total pengeluaran konsumsi rata-rata perkapita pada tahun 2019 adalah Rp 830.977, tahun 2020 adalah Rp 834.110, dan tahun 2021 adalah Rp 804.358.

Pada tahun 2020 pengeluaran konsumsi rumah tangga memiliki nilai rata-rata pengeluaran terbanyak namun adanya pandemi menyebabkan masyarakat mengalami penurunan pendapatan. Oleh karena itu dari berbagai masalah dan guncangan perekonomian, maka masyarakat tentunya lebih mementingkan kebutuhan konsumsi rumah tangga jika dibandingkan dengan pengeluaran untuk menabung, investasi dan lain-lain. Pada Desember tahun 2021, Bank Indonesia (BI) melaporkan bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga yaitu mencapai 76,2%. Data tersebut menunjukkan bahwa alokasi pendapatan konsumen lebih banyak dikeluarkan untuk konsumsi rumah tangga daripada

digunakan untuk simpanan dan pembayaran cicilan/pinjaman. Hal yang demikian membuktikan pada saat terjadi guncangan ekonomi, pendapatan konsumen mengalami penurunan tetapi konsumsi rumah tangga terus meningkat yang menimbulkan besarnya proporsi pendapatan yang dikeluarkan untuk menabung mengalami penyusutan (Said, 2022). Penurunan masyarakat dan anggota untuk menabung di lembaga keuangan syariah, hal itulah yang menyebabkan *market share* lembaga keuangan syariah masih tergolong rendah.

Dilihat dari rendahnya *market share* lembaga keuangan syariah, tentunya keberadaan perbankan syariah sendiri juga belum sepenuhnya merakyat di wilayah pedesaan, karena pada umumnya letak lokasi bank syariah tersebut sulit untuk dijangkau oleh masyarakat kecil dan menengah ke bawah. Oleh karena itu, dibentuknya lembaga keuangan mikro syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) atau Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM jumlah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah di Indonesia yaitu sebanyak 4.046 unit (Kemenkop UKM, 2021). Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan lembaga keuangan mikro syariah berbadan hukum koperasi yang berfungsi untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat baik melalui simpanan, pinjaman, dan pembiayaan dan sebagai lembaga yang melakukan kegiatan sosial yakni mengelola zakat, infak, sedekah, dan wakaf berdasarkan prinsip syariah (Hidayat, 2016).

Dalam menjalankan kegiatan usahanya lembaga keuangan syariah harus berdasarkan prinsip syariah dengan landasan pada Fatwa DSN-MUI seperti terhindar dari bunga atau riba, tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, dan *dzulm*. Meskipun kepatuhan syariah atau *shariah compliance* telah diterapkan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, namun lembaga keuangan syariah di pandangan masyarakat masih dianggap sama dengan lembaga keuangan konvensional, sehingga pada umumnya masyarakat masih berpihak dengan lembaga konvensional. Hal yang demikian disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah, mereka hanya sekedar tahu bank syariah tetapi tidak mengetahui apa saja produk dan jasa pada lembaga

keuangan syariah (Romdhan & Toha, 2021). Padahal ketika pengetahuan masyarakat semakin bertambah tentang perbankan syariah, maka aspek tersebut akan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan secara efisien untuk menabung di lembaga keuangan syariah (Dayyan & Fahriansah, 2017). Selain faktor pengetahuan tentang produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan anggota untuk tetap menabung di lembaga keuangan syariah.

Adanya persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan syariah, tentunya kualitas pelayanan akan menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan, yang mana tidak ada yang lebih penting kecuali tingkat kepercayaan nasabah, kepuasan nasabah, dan keputusan anggota menabung (Indaryani, 2015). Kualitas pelayanan yang baik dapat melayani masyarakat atau anggota sesuai kebutuhan dan keinginan anggota. Terlebih pada masa pandemi *Covid-19* pada saat ini, lembaga keuangan syariah harus memiliki strategi tersendiri untuk menghadapi dunia persaingan dan untuk meningkatkan keputusan masyarakat muslim menabung di lembaga keuangan syariah. Dengan demikian pengetahuan masyarakat muslim tentang lembaga keuangan syariah akan bertambah, sehingga mereka akan turut serta menggunakan produk lembaga keuangan syariah. Selain memudahkan masyarakat pedesaan atau menengah ke bawah, koperasi syariah dapat menciptakan kepuasan dan kesejahteraan anggota dengan tujuan untuk mencapai *falah*. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk anggotanya dan melakukan sosialisasi serta promosi secara rutin, sehingga dari kedua faktor tersebut kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk dapat meningkatkan keputusan menabung di lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini penting untuk dilakukan karena hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan kajian untuk masyarakat sekitar khususnya masyarakat kecil menengah ke bawah yang tidak terjangkau oleh fungsi dan pelayanan perbankan syariah, sehingga *market share* lembaga keuangan syariah dapat mengalami peningkatan secara signifikan. Sehubungan dengan uraian tersebut, maka fokus penelitian ini mengenai pengaruh kualitas

pelayanan Islami dan pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

### **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk secara simultan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk secara simultan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat penelitian ini diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bahan kajian dalam pengembangan Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam khususnya pada peminatan Keuangan dan Perbankan Islam.

- b. Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan keputusan dan minat masyarakat menggunakan produk lembaga keuangan syariah.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi KSPPS Inti Muamalat

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan jumlah anggotanya untuk menyimpan dana di KSPPS Inti Muamalat.

### b. Bagi Pihak lain

Penelitian ini dapat memberi informasi dan sumber referensi untuk dikaji lebih jauh dengan pembaharuan pada penelitian selanjutnya.

## E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bagian latar belakang menjelaskan seberapa penting penelitian ini untuk dilakukan karena adanya *research gap* yang terjadi pada suatu peristiwa.

### BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bagian ini memuat beberapa *literature review*, kerangka teori, hipotesis penelitian, dan kerangka berpikir. *Literature review* atau telaah pustaka pada penelitian ini berupa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Telaah pustaka ini diambil dari beberapa sumber baik jurnal, website, artikel yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Sedangkan landasan teori pada setiap sub bab diambil dari teori-teori yang telah disesuaikan dengan pokok permasalahan penelitian

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian memuat dari desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi

konseptual variabel dan operasional variabel, instrumen penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjelaskan hasil analisis data yang dilakukan dengan menginterpretasikan hasil analisis data tersebut. Selanjutnya hasil analisis data akan diuraikan dan dijelaskan lebih lanjut tentang keterkaitan variabel-variabel dengan pokok permasalahan penelitian sesuai dengan metode penelitian yang digunakan.

#### BAB V PENUTUP

Pada bagian ini berisi tentang kesimpulan dan saran penulis atas penelitian yang sudah dilakukan. Pada bagian kesimpulan menjelaskan rangkuman yang dapat menjawab dari permasalahan dan tujuan penelitian sesuai dengan data-data yang telah dianalisis. Sedangkan pada bagian saran ditujukan kepada pihak-pihak terkait untuk pengembangan dan perbaikan pada penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **A. Telaah Pustaka**

Dalam bagian telaah pustaka ini berisi tentang uraian informasi-informasi dari penelitian terdahulu yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan (*library search*) dan bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Peneliti mengambil beberapa referensi artikel dan jurnal melalui google scholar, moraref, sci-hub, dan garuda. Peneliti menyatakan bahwa penelitian ini merupakan suatu pengembangan dari penelitian sebelumnya. Beberapa hasil penelitian yang relevan antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Zainuddin (2019) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Serta Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Menabung*”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 80 nasabah BPD Kaltim Syariah. Teknik pengumpulan data menggunakan *probability sampling*. Dalam analisis data penelitian ini dengan uji validitas, uji reabilitas, uji multikolinearitas, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menabung, variabel bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap menabung dan variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda.

Penelitian yang dilakukan Sari & Suryaningsih (2020) dengan judul “*Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik*”. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu nasabah tabungan emas pegadaian syariah yang berjumlah 126 nasabah. Sedangkan pengambilan sampel dengan rumus *slovin* dengan hasil 96 responden. Teknik pengumpulan data menyebarkan kuesioner kepada 96 nasabah tabungan emas di pegadaian syariah. Dalam analisis data yaitu

dengan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pegadaian syariah, variabel kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas, serta variabel bebas promosi Islami dan kualitas pelayanan Islami secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel terikat keputusan nasabah memilih tabungan emas pegadaian syariah di Kabupaten Gresik.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2020) dengan judul "*Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Nasabah terhadap Minat Menabung pada BRI Syariah KC Kediri*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan jenis data primer. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, analisis korelasi, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan uji t variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap minat menabung, yang mana lokasi yang strategis akan meningkatkan minat menabung. Sedangkan variabel pengetahuan juga berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yang berarti semakin tinggi pengetahuan nasabah maka minat menabung juga bertambah. Uji f dalam penelitian ini variabel lokasi dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Penelitian yang dilakukan oleh Alifah et al., (2020) dengan judul "*Keputusan Menabung Nasabah BCA Syariah Cabang Jakarta Barat*". Penelitian ini termasuk penelitian dengan metode kuantitatif. Populasinya yaitu nasabah yang memiliki tabungan BCA Syariah dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel tersebut menggunakan teknik *purposive sampling*. Sedangkan untuk analisis data dengan pengujian uji hipotesis di software SmartPLS 3.0 (Partial Least Square) dengan taraf signifikan 5%. Hasil penelitian ini yaitu citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung dan kualitas produk juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0.700.

Penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2020) dengan judul “*Pengaruh Pengetahuan tentang Riba dan Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Tenaga Pendidik Pesantren Al-Ansor Manunggang Julu Padangsidimpuann)*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 62 orang tenaga pendidik yang menjadi nasabah di bank syariah. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis, uji signifikansi parsial, dan uji signifikansi simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) variabel pengetahuan tentang riba tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan tenaga pendidik Ponpes Al-Ansor menjadi nasabah di bank syariah dan variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan hasil uji f menunjukkan bahwa pengetahuan dan religiusitas secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pendidik menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Iswanto et al., (2020) dengan judul “*Peranan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Amanah Mandiri dalam Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Simpanan Wadiah di Sekarputih Bagor Nganjuk*”. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengambilan sampel dengan *purposive* dan *snowball*. Hasil penelitian ini menjelaskan peranan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Amanah Mandiri dalam meningkatkan minat nasabah terhadap simpanan wadiah diantaranya yaitu mengelola dana dengan profesional, pelayanan yang baik, transparan dan bertanggung jawab. Sosialisasi produk simpanan wadiah kepada masyarakat, memberikan bonus kepada anggota yang menyimpan dana di koperasi, menjadi pendamping anggota dalam mengelola usahanya dengan prinsip pemberdayaan masyarakat.

Penelitian Sunarsih & Wijayantie (2021) dengan judul “*Penentuan Keputusan Mahasiswa untuk Menabung di Perbankan Syariah*”. Metode penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel

menggunakan *convenience sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 350 responden mahasiswa di DKI Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan *disposable income* berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Sedangkan sharia compliance juga berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa menabung di perbankan syariah. Semakin tinggi *disposable income* mahasiswa dan semakin tinggi bank syariah mematuhi sharia compliance, maka keputusan menabung juga akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Jayanto (2021) dengan judul “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota dalam Menyimpan Dana di KSPPS Kota Semarang*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu anggota KSPPS Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling* yang berjumlah 100 responden. Hasil penelitian ini yaitu tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyimpan dana, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyimpan dana, budaya memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menyimpan dana, dan bagi hasil juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan anggota menyimpan dana di KSPPS di Kota Semarang.

Penelitian yang dilakukan oleh Khusna & Pratama (2021) dengan judul “*Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan metode *non probability sampling* yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat di Kelurahan Jenggot Kota Pekalongan. Analisis data penelitian ini dengan regresi linear. Hasil penelitian tersebut jika dilihat dari sisi persepsi, masyarakat menyetujui perbankan syariah tidak mengandung adanya bunga atau riba, tetapi masyarakat masih ragu mengenai kegiatan perbankan syariah. Sedangkan dari preferensi, sebagian masyarakat belum sepenuhnya memilih bank syariah. Dengan demikian meskipun masyarakat telah menyetujui perbankan syariah bebas riba, tetapi hal tersebut tidak mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian yang dilakukan Ikhwani (2021) dengan judul “*Analisis Penerapan Dimensi CARTER pada Layanan PT. Bank Sumut Syariah KCP Kota Baru Marelan*”. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Bank Sumut Syariah KCP Kota Baru Marelan dalam penerapan dimensi CARTER yang meliputi sharia compliance, keramahan, kompetensi, keamanan, kehandalan, empati, serta respon daya tanggap karyawan sudah cukup baik. PT. Bank Sumut Syariah KCP Kota Baru Marelan secara cepat tanpa menunda-nunda dalam memberikan respon untuk memproses kebutuhan nasabah, sehingga dengan pelayanan yang baik tersebut nasabah akan merasa puas sesuai dengan apa yang diharapkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Afifah & Kurniawati (2021) dengan judul “*Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty*”. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kepatuhan dan ketanggapan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimensi jaminan, keandalan, dan empati tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimensi bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berikut ini tabel perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu:

Tabel 2. 1. Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis/Tahun/ Judul	Hasil	Perbedaan Penelitian
1.	Zainuddin (2019) “ <i>Pengaruh Kualitas</i> ”	Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan	Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu pada variabel X dan

	<i>Pelayanan dan Bagi Hasil Serta Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Menabung”</i>	menabung, variabel bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap menabung dan variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda.	lokasi penelitian. Variabel X1 yang digunakan yaitu kualitas pelayanan Islami, bukan kualitas pelayanan dan variabel X2 yaitu pengetahuan produk bukan bagi hasil.
2.	Sari & Suryaningsih (2020) “ <i>Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik</i> ”.	Variabel promosi Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pegadaian syariah, variabel kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas, serta variabel bebas promosi Islami dan kualitas pelayanan Islami secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel terikat keputusan nasabah memilih tabungan emas pegadaian syariah di Kabupaten Gresik.	Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu pada variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu dengan variabel kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk bukan promosi Islami dan kualitas pelayanan Islami. Sedangkan variabel Y keputusan menabung pada simpanan sukarela lancar bukan pada tabungan emas.
3.	Fitriana (2020) “ <i>Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan</i>	Hasil uji t variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap minat menabung, yang artinya	Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu terdapat pada

	<i>Nasabah terhadap Minat Menabung pada BRI Syariah KC Kediri”.</i>	lokasi yang strategis akan meningkatkan jumlah minat menabung. Pengetahuan juga berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yang berarti semakin tinggi pengetahuan nasabah maka minat menabung juga bertambah. Uji f dalam penelitian ini variabel lokasi dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menabung.	variabel X1 kualitas pelayanan Islami bukan lokasi dan variabel Y yaitu keputusan menabung bukan minat menabung serta lokasi penelitian di KSPPS Inti Muamalat Bandung bukan di BRI Syariah KC Kediri
4.	Alifah et al., (2020) “ <i>Keputusan Menabung Nasabah BCA Syariah Cabang Jakarta Barat</i> ”	Analisis data dengan pengujian uji hipotesis di software SmartPLS 3.0 (Partial Least Square) dengan taraf signifikan 5%. Hasil penelitian ini yaitu citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung dan kualitas produk juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0.700.	Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu pada variabel X kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk, bukan variabel citra merek. Sementara untuk analisis data dengan menggunakan SPSS bukan SmartPLS 3.0.
5.	Harahap (2020) “ <i>Pengaruh</i>	Secara parsial (uji t) variabel pengetahuan tentang riba tidak	Perbedaan penelitian yang dilakukan

	<p><i>Pengetahuan tentang Riba dan Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Tenaga Pendidik Pesantren Al-Ansor Manunggang Julu Padangsidimpuan n)”</i></p>	<p>berpengaruh signifikan terhadap keputusan tenaga pendidik Ponpes Al-Ansor menjadi nasabah di bank syariah dan variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan hasil uji f menunjukkan bahwa pengetahuan dan religiusitas secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pendidik menjadi nasabah bank syariah.</p>	<p>terdapat pada variabel X dan lokasi Variabel X kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk bukan pengetahuan riba dan religiusitas.</p>
6.	<p>Iswanto et al., (2020) “<i>Peranan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Amanah Mandiri dalam Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Simpanan Wadiah di Sekarputih Bagor Nganjuk</i>”.</p>	<p>Peranan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Amanah Mandiri dalam meningkatkan minat nasabah terhadap simpanan wadiah diantaranya yaitu mengelola dana dengan profesional, pelayanan yang baik, transparan dan bertanggung jawab. Sosialisasi produk simpanan wadiah kepada masyarakat, memberikan bonus kepada anggota yang menyimpan dana di koperasi, menjadi pendamping anggota dalam mengelola usahanya</p>	<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif bukan kualitatif.</p>

		dengan prinsip pemberdayaan masyarakat.	
7.	Sunarsih & Wijyantie (2021) “ <i>Penentuan Keputusan Mahasiswa untuk Menabung di Perbankan Syariah</i> ”.	<i>Disposable income</i> berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Sedangkan <i>sharia compliance</i> juga berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa menabung di perbankan syariah. Semakin tinggi <i>disposable income</i> mahasiswa dan semakin tinggi bank syariah mematuhi <i>sharia compliance</i> , maka keputusan menabung juga akan meningkat.	Perbedaan penelitian yang dilakukan terdapat pada variabel X dengan kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk bukan <i>disposable income</i> dan <i>sharia compliance</i> .
8.	Aziz & Jayanto (2021) “ <i>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota dalam Menyimpan Dana di KSPPS Kota Semarang</i> ”.	Teknik pengambilan sampel dengan <i>accidental sampling</i> yang berjumlah 100 responden. Hasil penelitian ini yaitu tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyimpan dana, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyimpan dana, budaya memiliki pengaruh yang	Perbedaan penelitian yang dilakukan pada teknik pengumpulan data menggunakan <i>purposive sampling</i> bukan <i>accidental sampling</i> . Sementara untuk variabel X menggunakan kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk

		positif terhadap keputusan menyimpan dana, dan bagi hasil juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan anggota menyimpan dana di KSPPS di Kota Semarang.	bukan tingkat pendapatan, religiusitas, budaya, dan bagi hasil.
9.	Khusna & Pratama (2021) <i>“Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah”</i> .	Dilihat dari sisi persepsi, masyarakat menyetujui perbankan syariah tidak mengandung adanya bunga atau riba, tetapi masyarakat masih ragu mengenai kegiatan perbankan syariah. Sedangkan dari preferensi, sebagian masyarakat belum sepenuhnya memilih bank syariah. Dengan demikian meskipun masyarakat telah menyetujui perbankan syariah bebas riba, tetapi hal tersebut tidak mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.	Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu pada variabel X kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk bukan persepsi masyarakat serta variabel Y dengan keputusan menabung bukan preferensi masyarakat menjadi nasabah bank syariah.
10.	Ikhwani (2021) <i>“Analisis Penerapan Dimensi CARTER pada Layanan PT.</i>	PT. Bank Sumut Syariah KCP Kota Baru Marelan dalam penerapan dimensi CARTER yang meliputi sharia compliance, keramahan,	Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu pada metode penelitian. Penelitian yang akan dilakukan

	<p><i>Bank Sumut Syariah KCP Kota Baru Marelan</i>”.</p>	<p>kompetensi, keamanan, kehandalan, empati, serta respon daya tanggap karyawan sudah cukup baik. PT. Bank Sumut Syariah KCP Kota Baru Marelan secara cepat tanpa menunda-nunda dalam memberikan respon untuk memproses kebutuhan nasabah, sehingga dengan pelayanan yang baik tersebut nasabah akan merasa puas sesuai dengan apa yang diharapkan.</p>	<p>dengan menggunakan metode kuantitatif bukan metode kualitatif.</p>
11.	<p>(Afifah &amp; Kurniawati, 2021) “ <i>Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty</i>”</p>	<p>Dimensi kepatuhan dan ketanggapan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimensi jaminan, keandalan, dan empati tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimensi bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</p>	<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu pada analisis data yaitu menggunakan analisis regresi berganda bukan <i>Structural Equation Modelling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS)</i>.</p>

Sumber: Data Sekunder diolah

## **B. Landasan Teori**

### **1. Kualitas Pelayanan Islami**

#### **a. Definisi Kualitas Pelayanan Islami**

Menurut KBBI (2021) kualitas mempunyai arti tinggi baiknya sesuatu, sehingga dapat menyatakan nama orang, tempat, dan benda. Kualitas merupakan suatu keadaan dinamis yang terkait dengan proses, produk, barang, jasa, orang, dan lingkungan yang memenuhi harapan konsumen (Djafri, 2018). Kualitas harus dimulai dengan permintaan pelanggan dan diakhiri dengan persepsi pelanggan yang berarti bahwa kualitas yang tinggi tidak didasarkan pada opini atau pandangan penyedia layanan, tetapi berdasarkan pandangan atau pendapat pelanggan (Haryanto, 2021).

Pelayanan adalah satu atau lebih tindakan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak memberikan kepemilikan (Mulyawan, 2016). Pelayanan tersebut sebagai suatu penyedia layanan untuk melayani kebutuhan baik individu maupun masyarakat yang berkepentingan dengan organisasi sesuai aturan dan prosedur dasar yang telah ditetapkan (Hardiyansyah, 2018). Pelayanan pada hakikatnya merupakan rangkaian kegiatan yaitu suatu proses, yakni pelayanan yang melingkupi kehidupan seluruh masyarakat yang berlangsung secara teratur dan berkesinambungan. (Sellang et al., 2019).

Menurut Indrasari (2019) menjelaskan, kualitas pelayanan merupakan upaya yang difokuskan dan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mencapai keseimbangan antara harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas produk dan layanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dapat menguntungkan bagi perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan untuk mempertahankan keberhasilan

perusahaan yaitu memberikan layanan dengan kualitas layanan yang lebih tinggi dari pesaing dengan konsisten, sehingga memenuhi harapan pelanggan. Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Islami adalah tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai apa yang diharapkan sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan syariah. Islam mengajarkan bahwa dalam pemberian pelayanan kepada konsumen harus dijalankan dengan kualitas terbaik, seperti Firman Allah pada Q.S Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ  
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَجْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ - ٢٦٧

Artinya:

*“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji.”*

#### b. Dimensi CARTER

Menurut Romdhoni & Sari (2018) menjelaskan bahwa, untuk menilai kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan 5 dimensi (SERVQUAL) meliputi, berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan/kepastian (*assurance*), dan perhatian (*empathy*). Sedangkan Othman & Owen (2001) menjelaskan bahwa untuk mengukur kualitas pelayanan Islami yaitu dengan dimensi CARTER meliputi kepatuhan (*compliance*), kepastian (*assurance*), keandalan (*reliability*), bukti langsung (*tangible*), perhatian (*empathy*), dan ketanggapan (*responsiveness*). Indikator kualitas pelayanan Islami penelitian ini yaitu dengan menggunakan dimensi CARTER seperti yang dikemukakan oleh Othman & Owen (2001):

a) Kepatuhan (*Compliance*)

*Compliance* adalah kemampuan lembaga keuangan syariah kepada aturan hukum Islam dan prinsip-prinsip syariah. Lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan operasional usaha harus patuh terhadap ketentuan pada Fatwa DSN-MUI dan diawasi oleh Dewan pengawas Syariah (DPS) yaitu tidak mengandung riba, menyediakan produk yang Islami, dan menerapkan prinsip bagi hasil, seperti yang dijelaskan oleh Firman Allah SWT pada Q.S Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ - ٢٧٥

Artinya:

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.*

b) Kepastian (*Assurance*)

*Assurance*, merupakan kemampuan lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan keterampilan, keamanan, pengetahuan, kesopanan, dan amanah terhadap pelanggan, seperti yang dijelaskan pada Q.S An-Nisa’ ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (النساء : ٥٨)

Artinya:

“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat*”.

Berdasarkan Q.S An-Nisa’ ayat 58 dapat ditarik kesimpulan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada semua umat-Nya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan harus dengan perlakuan yang adil. Selain itu pemberi layanan harus memiliki sikap amanah terhadap apa yang sudah dititipkan oleh pelanggan. Sebagai umat Islam dalam melakukan sebuah tindakan tentu menganut perilaku dan sifat Rasulullah SAW. Beberapa sifat wajib Rasulullah SAW yang dapat digunakan untuk memberikan kepastian (*assurance*) terhadap pelanggan meliputi, *siddiq* (kejujuran), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (menyampaikan).

c) Keandalan (*Reliability*)

*Reliability* merupakan kemampuan lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan pelayanan dengan akurat, cermat, dan sesuai dengan yang dijanjikan, seperti yang dijelaskan pada Q.S Az-Zariyat ayat 23:

فَوَرَبِّ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ إِنَّهُ ۗ حَقٌّ مِّثْلَ مَا أَنَّكُمْ تَنْطِفُونَ ۗ (الدُّرَيْت : ٢٣)

Artinya:

“*Maka demi Tuhan langit dan bumi, sesungguhnya yang dijanjikan itu adalah benar-benar (akan terjadi) seperti perkataan yang kamu ucapkan*”.

Berdasarkan Q.S Az-Zariyat ayat 23 diatas dapat ditafsirkan bahwa dalam memberi pelayanan dengan keandalan yang Islami saah satunya adalah dengan memberi informasi kepada pelanggan sesuai apa yang dijanjikan. Seorang pemberi pelayanan harus berkata dengan jujur atau apa adanya. Hal tersebut juga dapat dilihat dari perilaku Rasulullah, bahwa Rasulullah dalam melakukan segala perbuatan selalu menerapkan kejujuran, beliau memiliki sikap *siddiq*. Oleh karena itu ketika memberi pelayanan yang handal kepada pelanggan harus memberikan informasi dengan sebenar-benarnya serta tidak boleh dengan dasar kebohongan (*kidzib*).

d) Bukti Langsung (*Tangible*)

*Tangible*, merupakan kemampuan lembaga keuangan syariah untuk menampilkan fasilitas fisik, kelengkapan peralatan, kondisi gedung, dan penampilan karyawan, seperti apa yang dijelaskan pada Q.S At-Taubah ayat 108:

لَا تَقُمْ فِيهِ أَبَدًا لِمَسْجِدٍ أُسِّسَ عَلَى التَّقْوَىٰ مِنْ أَوَّلِ يَوْمٍ أَحَقُّ أَنْ تَقُومَ فِيهِ فِيهِ رِجَالٌ يُحِبُّونَ أَنْ يَتَطَهَّرُوا وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُطَهَّرِينَ (التوبة : ١٠٨)

Artinya:

“Janganlah kamu bersembahyang dalam mesjid itu selamanya. Sesungguhnya mesjid yang didirikan atas dasar takwa (mesjid Quba), sejak hari pertama adalah lebih patut kamu sholat di dalamnya. Di dalamnya mesjid itu ada orang-orang yang ingin membersihkan diri. Dan sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bersih”.

Penafsiran dari Q.S At-Taubah ayat 108 diatas menjelaskan bahwa dalam menampilkan bukti langsung, suatu perusahaan dapat mendirikan mushola atau tempat beribadah. Selain itu perusahaan harus menampilkan kondisi gedung dan penampilan karyawan yang sesuai dengan aturan syariah. Perusahaan juga harus selalu menjaga kebersihan seperti kata al-mahfudzot “*Annadhofatu Minal Iman*” (kebersihan adalah sebagian dari Iman). Allah SWT memerintahkan

kepada umat-Nya untuk menjaga kebersihan dimanapun kita berada, karena Islam itu bersih.

e) Perhatian (*Empathy*)

*Empathy*, merupakan kemampuan suatu lembaga keuangan syariah dalam memberikan perhatian yang baik untuk anggota, mendahulukan kepentingan anggota, tidak membedakan satu sama lain, ramah serta sopan, seperti yang dijelaskan dalam Sabda Rasulullah SAW (Kalam, 2020):

Rasulullah SAW bersabda: “*Siapa saja yang menginginkan sesuatu karena nafsu, tetapi ia berhasil mengekangnya, dan ia mendahulukan kebutuhan orang lain atas dirinya, ia diampuni dosa-dosanya*”.

Dari sabda Rasulullah SAW diatas mengajarkan kita untuk mendahulukan kebutuhan orang lain daripada kebutuhan diri sendiri yang karena hanya sebuah keinginan. Maka hal tersebut dapat kita terapkan dalam pemberian layanan kepada anggota yaitu dengan memperhatikan anggota sebaik-baiknya. Perhatian yang diberikan harus menganut perilaku Rasulullah SAW yang berarti seorang karyawan atau pemberi pelayanan harus mendahulukan kepentingan anggotanya dengan ramah dan sopan serta tidak boleh membandingkan antara anggota tingkat atas dan anggota menengah ke bawah.

f) Ketanggapan (*Responsiveness*)

*Responsiveness*, adalah kemampuan lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan daya tanggap karyawan untuk menanggapi permintaan pelanggan dengan segera, cepat, tanggap dan selalu tepat waktu, seperti yang dijelaskan pada Q.S Al-Insyirah ayat 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (الشرح : ٧)

Artinya:

*“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”.*

Berdasarkan Q.S Al-Insyirah ayat 7 dapat ditafsirkan bahwa dalam memberi pelayanan, perusahaan harus memiliki ketanggapan. Ketanggapan dalam Islam sesuai ayat diatas adalah karyawan atau pemberi layanan harus mengerjakan tugasnya dengan sungguh-sungguh dan tepat waktu. Ketika pekerjaan yang satu telah selesai maka tugas yang lainnya segera dikerjakan, tetapi dilarang untuk terburu-buru karena Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang melakukannya dengan tergesa-gesa.

## **2. Pengetahuan Produk**

### **a. Definisi Pengetahuan Produk**

Menurut Eldes (2015) menjelaskan bahwa pengetahuan adalah informasi yang diterima dan segala sesuatu yang diketahui orang. Sedangkan produk perbankan syariah adalah salah satu jenis produk baik simpanan, pembiayaan, dan layanan perbankan yang diperdagangkan untuk memberikan keuntungan yang baik kepada nasabah, dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari sesuai harapan nasabah (IBI, 2015). Pengetahuan produk merupakan kumpulan dari berbagai jenis informasi mencakup beberapa kategori produk, istilah produk, karakteristik produk, dan kepercayaan/keyakinan tentang merek produk yang dibeli konsumen (Firmansyah, 2018). Pengetahuan produk ini menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan keputusan konsumen dalam memilih jenis produk.

### **b. Indikator Pengetahuan Produk**

Menurut J. Paul Peter dan Jerry C Olson (2013) dalam Firmansyah (2018) menjelaskan bahwasanya setiap pelanggan memiliki 3 tingkat pengetahuan produk diantaranya sebagai berikut:

a) Pengetahuan atribut produk

Konsumen dalam melihat suatu produk yaitu berdasarkan ciri-ciri atau atribut produk. Atribut produk dibagi menjadi dua jenis atribut yaitu atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan sifat fisik suatu produk, seperti ukuran panjang, tinggi, dan lebar. Sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif suatu produk yang berdasarkan persepsi konsumen.

Konsumen mengetahui atribut suatu produk yaitu dari berbagai sumber informasi seperti mendapat informasi secara langsung dari perusahaan, adanya sosialisasi perusahaan, dan dapat melalui sosial media baik website perusahaan, instagram, facebook, dan lain-lain. Setelah mengetahui karakteristik suatu jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, selanjutnya konsumen akan memilih produk tersebut untuk digunakan dengan sebaik-baiknya.

b) Pengetahuan manfaat produk

Semua konsumen perlu mengetahui dan memahami manfaat pada setiap produk dan harus dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum konsumen mengambil keputusan pembelian. Konsumen dapat mengetahui manfaat suatu produk yaitu setelah menggunakan produk dan jasa yang sudah dipilih oleh konsumen. Setelah memilih produk, maka pelanggan akan mendapatkan manfaat atas produk tersebut yang terdiri dari 2 jenis manfaat yaitu manfaat fungsional (*functional consequences*), yaitu manfaat secara fisiologis seperti memilih produk simpanan *wadiah* akan mengurangi sifat hedonisme konsumen dan manfaat psikososial (*psychosocial consequences*), yaitu aspek sosial seperti konsumen selalu menggunakan produk simpanan *wadiah* karena merasa lebih aman untuk bertransaksi.

c) Pengetahuan kepuasan konsumen

Dalam pembelian suatu produk, konsumen tentunya juga ingin merasakan kepuasan dari produk tersebut. Oleh karena itu pihak produsen harus rutin melakukan sosialisasi kepada konsumen seperti promosi, mengenalkan, dan memberikan pengetahuan yang luas tentang produk, teknik pembelian, dan penggunaan. Maka apabila pengetahuan konsumen bertambah tentang atribut produk, pembelian, dan cara pemakaiannya digunakan dengan benar maka akan diperoleh kepuasan konsumen atas produk tersebut.

Konsumen memiliki pengetahuan kepuasan yang diperoleh yaitu setelah konsumen menggunakan suatu produk atau jasa secara benar dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Konsumen dapat merasa puas ketika konsumen mendapatkan utilitas sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

### 3. Keputusan Menabung

a. Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan adalah suatu keputusan konsumen secara individual untuk memecahkan masalah yang dimiliki dengan cara melakukan pembelian produk dan jasa (Sumarwan, 2016). Pengambilan keputusan merupakan proses pemecahan masalah yang mencakup beberapa proses meliputi identifikasi masalah, pencarian informasi, pemberian alternatif penilaian, keputusan pembelian, serta perilaku konsumen setelah pembelian produk atau jasa (Inayah & Sudiarti, 2017). Keputusan konsumen memiliki hubungan yang sangat erat dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan suatu proses konsumen dalam membuat keputusan pembelian, penggunaan barang dan jasa dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut (Siregar, 2018).

b. Tabungan

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah*, akad

*mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, sedangkan untuk penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang telah ditentukan, namun tidak dapat ditarik menggunakan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dapat dipersamakan dengan alat tersebut (OJK, 2013). Tabungan atau simpanan jika sesuai dengan hukum Islam maka akan membawa manfaat bagi semua pihak, namun tidak bisa dipungkiri bahwa tidak semua orang yang tertarik untuk menabung. Hal ini dikarenakan banyak hal yang melatarbelakangi minat dan motivasi menabung (Romli & Fanani, 2019).

Menabung yaitu menyimpan sejumlah uang agar dapat digunakan pada saat dibutuhkan. Dengan menabung, seseorang bisa menjadi lebih hemat dan belajar mengatur keuangan. Pengeluaran disesuaikan dengan kebutuhan di masa yang akan datang dalam jumlah besar. Seseorang akan terbiasa menangani uang pribadi, memiliki perencanaan keuangan, menghargai uang, serta belajar disiplin (Gani et al., 2019).

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan, menjelaskan bahwa tabungan dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

- a) Tabungan berdasarkan unsur bunga (tabungan konvensional).
- b) Tabungan berdasarkan akad *mudharabah* dan *wadiah* (tabungan syariah).

#### c. Indikator Pengambilan Keputusan Menabung

Proses pengambilan keputusan merupakan tahap kesadaran konsumen untuk memilih produk apa saja yang akan digunakan, sehingga konsumen pada akhirnya dapat mempertanggungjawabkan nilai produk yang akan dirasakan manfaatnya. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009) menjelaskan bahwa tahap-tahap yang harus dilakukan konsumen dalam pengambilan tersebut sebagai berikut (Irwansyah et al., 2021):

a) Pengenalan masalah

Pada tahap ini konsumen berupaya untuk mencari tahu apa saja produk, barang, dan jasa yang menjadi kebutuhan hidupnya. Dengan pengenalan masalah konsumen dapat membedakan dari beberapa masalah yang termasuk kebutuhan atau hanya sekedar keinginan. Masalah-masalah tersebut harus cepat diselesaikan agar tidak menjadi masalah yang berkepanjangan.

b) Pencarian informasi

Pada tahap ini konsumen akan mencari beberapa informasi tentang produk apa saja yang akan mereka gunakan untuk baik melalui sosial media ataupun yang lainnya. Hal ini akan menjadi peluang perusahaan untuk meningkatkan strategi marketingnya sesuai dengan permasalahan yang terjadi. Oleh karena itu para konsumen akan memperhatikan informasi yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga apabila perusahaan mampu memenuhi kebutuhan sesuai dengan kriteria konsumen, maka konsumen akan mengambil keputusan memilih produk dari perusahaan tersebut.

c) Analisis alternatif

Pada tahap ini konsumen menganalisis jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan mengukur manfaat yang akan diperoleh ketika menggunakan produk atau jasa tersebut, yang mana dapat menciptakan rasa kepuasan konsumen.

d) Pengambilan keputusan

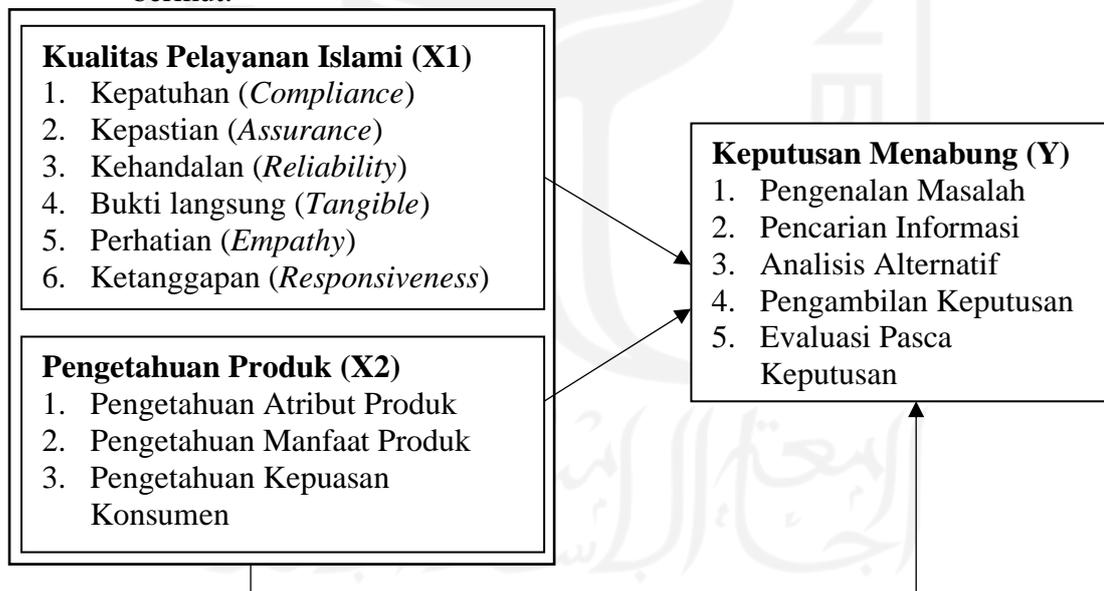
Pada tahap ini konsumen dapat mengambil keputusan untuk menggunakan produk tersebut atau tidak dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan. Konsumen menerima suatu produk ketika produk tersebut sesuai dengan apa yang mereka butuhkan yang mana dapat memecahkan masalah yang sedang dialami. Sedangkan jika konsumen menolak maka tidak menutup kemungkinan produk-produk tersebut tidak menjawab permasalahan seperti kendala harga, kualitas, dll.

e) Evaluasi pasca keputusan

Pada tahap ini konsumen memberikan *feedback* atas produk yang digunakan. Evaluasi pasca keputusan ini menjadi bahan masukan perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen atas produk tersebut. Dengan demikian perusahaan dapat melakukan perbaikan, peningkatan, serta pembaharuan atau inovasi produk dan jasa perusahaan sesuai dengan permasalahan konsumen.

#### 4. Kerangka Berpikir

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan Islami (X1) dan pengetahuan produk (X2) serta variabel terikat yaitu keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan (Y). Untuk mengetahui pengaruh di antara variabel-variabel tersebut maka diperlukan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Sekunder

#### 5. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara dari masalah yang diajukan dalam penelitian. Untuk dapat mengungkapkan hipotesis

dengan benar, peneliti harus terlebih dahulu memahami model hubungan yang ada atau jenis hubungan antar variabel yang diteliti, setidaknya ada tiga jenis hubungan dalam penelitian (Yusuf, 2014). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Anggota Menabung

$H_0$  : Kualitas pelayanan Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

$H_1$  : Kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

b. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung

$H_0$  : Pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

$H_2$  : Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menabung

$H_0$  : Kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

$H_3$  : Kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah suatu pola atau kerangka dalam sebuah penelitian yang dilakukan. Desain penelitian dapat memberi gambaran secara detail tentang langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan dalam sebuah penelitian (Mulyadi, 2012). Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif disebut juga metode *scientific* karena metode ini memenuhi kaidah-kaidah ilmiah seperti empiris, objektif, terukur, dan sistematis serta analisis data menggunakan statistik (Sugiyono, 2013). Dengan metode penelitian kuantitatif ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di KSPPS Inti Muamalat Bandungan yang terletak di Jl. Tirtomoyo No. 81, RT 04 RW 02 Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang 50614. Peneliti memilih lokasi penelitian tersebut, karena KSPPS Inti Muamalat Bandungan merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki banyak macam produk simpanan maupun pembiayaan. Selain itu KSPPS Inti Muamalat Bandungan memiliki lokasi yang strategis, sehingga dapat dijangkau lebih mudah oleh kaum masyarakat di wilayah Kabupaten Semarang.

#### **C. Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Waktu penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung dilaksanakan pada tanggal 15 Maret – 26 Maret 2022.

#### **D. Objek Penelitian**

Objek penelitian yaitu gagasan utama dalam sebuah penelitian yang merupakan salah satu tujuan untuk mendapatkan sumber data yang informatif

dan objektif mengenai variabel tertentu (Sendari, 2021). Objek pada penelitian ini yaitu keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan seluruh elemen, unit penelitian atau analisis dengan karakteristik tertentu, yang digunakan sebagai objek suatu penelitian (Saleh, 2017). Populasi dari penelitian ini yaitu anggota simpanan *wadiah* sukarela lancar di KSPPS Inti Muamalat Bandungan yang berjumlah 5.683 anggota.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki populasi tersebut, yang mana sampel dapat mewakili atau harus benar-benar representatif (Sugiyono, 2015). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Utama, 2016):

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{5.683}{1 + 5.683 (0,10)^2}$$

$$n = 98,27$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

$e^2$  = Batas toleran kesalahan (Dalam penelitian ini diambil 10%)

Berdasarkan perhitungan sampel diatas, diketahui sampel penelitian yang diambil adalah sebanyak 98 responden, namun peneliti mengambil sampel penelitian dibulatkan menjadi 100 responden. Selanjutnya teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2008). Kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu:

- a) Anggota termasuk anggota simpanan *wadiah* sukarela lancar di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.
- b) Anggota simpanan *wadiah* sukarela lancar yang menabung > 3 Tahun
- c) Anggota simpanan *wadiah* sukarela lancar yang berumur > 17 Tahun
- d) Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 100 anggota simpanan *wadiah* sukarela lancar.

#### **F. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder, yang dijelaskan sebagai berikut:

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data yang secara langsung dari objek penelitian atau sumber pertama yaitu melalui kuesioner.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data yang didapat secara tidak langsung, yang dapat diperoleh dari berbagai dokumen, artikel, jurnal, maupun sumber informasi lainnya yang disamakan dengan bahan kajian tersebut (*library search*).

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan salah satu teknik untuk memperoleh informasi tentang hal-hal yang diketahui oleh responden melalui bentuk pertanyaan tertulis. Dalam penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah salah satu jenis kuesioner yang daftar pertanyaan disusun sistematis serta pilihan jawabannya telah ditentukan oleh peneliti, sehingga responden dapat menjawab sesuai dengan persepsinya (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

##### **2. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan berbagai referensi ataupun literatur penelitian terdahulu melalui studi kepustakaan (*library search*).

## H. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Definisi Konseptual Variabel

Variabel penelitian adalah suatu bentuk atribut, sikap, nilai, atau objek yang ditetapkan dalam penelitian dan memiliki variasi untuk dipelajari, sehingga memperoleh informasi yang dibutuhkan, kemudian dapat ditarik hasil kesimpulan (Indra & Cahyaningrum, 2019). Variabel penelitian dibagi menjadi 2 jenis variabel, yaitu:

#### a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang dapat mempengaruhi dan menjelaskan variabel lain atau variabel terikat, sehingga variabel terikat dapat mengalami perubahan (Yusuf, 2014). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu ditandai dengan simbol (X) yang terdiri dari kualitas pelayanan Islami sebagai X1 dan pengetahuan produk sebagai X2.

#### b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang tidak dapat mempengaruhi variabel lainnya atau disebut juga dengan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Yusuf, 2014). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan anggota menabung dan ditandai dengan simbol (Y).

### 2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang diberikan kepada variabel atau struktur dengan memberikan arti atau menentukan aktivitas dan menyediakan operasi yang diperlukan untuk mengukur struktur atau variabel (Nazir, 2003). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan
1.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan Islami adalah tindakan	Menurut Othman & Owen (2001),	1. KSPPS Inti Muamalat taat kepada aturan

Islami (X1)	yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai apa yang diharapkan sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan syariah.	indikator kualitas pelayanan yaitu: 1. <i>Compliance</i> (Kepatuhan)	dan hukum Islam. 2. Tidak ada bunga pada pinjaman. 3. KSPPS Inti Muamalat menyediakan produk dan layanan yang Islami. 4. Tidak ada bunga pada produk simpanan. 5. KSPPS Inti Muamalat menggunakan prinsip bagi hasil
		2. <i>Assurance</i> (Jaminan)	1. Karyawan Inti Muamalat berperilaku sopan. 2. Saudara/i merasa aman dalam bertransaksi. 3. Karyawan memiliki pengetahuan

			<p>yang maksimal atas pertanyaan anggota.</p> <p>4. Karyawan dapat menjaga amanah saudara/i.</p>
		<p>3. Reliability (Kehandalan)</p>	<p>1. Antrian di KSPPS tidak terlalu lama.</p> <p>2. Karyawan KSPPS memberikan layanan dengan cermat dan tepat.</p> <p>3. Karyawan memberikan pelayanan anggota sesuai dengan yang dijanjikan.</p> <p>4. Karyawan memberikan informasi yang akurat.</p>
		<p>4. <i>Tangible</i> (Bukti Langsung)</p>	<p>1. KSPPS Inti Muamalat memiliki ruangan dan</p>

			<p>mushola yang bersih.</p> <p>2. Tersedia parkir yang luas.</p> <p>3. Karyawan KSPPS berpenampilan syar'i, rapi dan sopan.</p> <p>4. Kelengkapan sarana komunikasi yang dimiliki.</p>
		5. <i>Empathy</i> (Perhatian)	<p>1. Karyawan mendahulukan kepentingan anggota.</p> <p>2. Karyawan memberikan layanan dengan ramah dan sopan.</p> <p>3. Karyawan memperhatikan saudara/i dengan baik.</p> <p>4. Dalam memberikan pelayanan, karyawan tidak</p>

				membeda- bedakan satu sama lain.
			6. <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	1. Karyawan siap melayani kebutuhan anggota dengan cepat dan tanggap. 2. Karyawan mampu mengatasi keluhan anggota dengan segera. 3. KSPPS Inti Muamalat selalu dibuka tepat waktu. 4. Telepon kantor dan karyawan mudah dihubungi
2.	Pengetahu an Produk (X2)	Pengetahuan produk merupakan kumpulan dari berbagai jenis informasi	Menurut J. Paul Peter dan Jerry C Olson (2013) dalam Firmansyah (2018), indikator pengetahuan	1. Saya memiliki pengetahuan tentang ciri-ciri produk simpanan

		<p>mencakup beberapa kategori produk dan kesadaran merek, istilah produk, atribut atau karakteristik produk, dan kepercayaan atau keyakinan tentang merek produk yang dibeli konsumen (Firmansyah, 2018)</p>	<p>produk diantaranya:</p> <p>1. Pengetahuan atribut produk</p>	<p>wadiah SIRELA.</p> <p>2. Saya mengetahui produk simpanan wadiah SIRELA tidak mengandung unsur bunga.</p>
			<p>2. Pengetahuan manfaat produk</p>	<p>1. Saya memiliki pengetahuan apa manfaat produk simpanan wadiah SIRELA.</p> <p>2. Produk simpanan wadiah SIRELA dapat memberikan manfaat dan keuntungan untuk saya.</p>
			<p>3. Pengetahuan tentang kepuasan</p>	<p>1. Saya mengetahui nilai kepuasan pada produk</p>

				<p>simpanan wadiah SIRELA.</p> <p>2. Saya merasa puas dengan produk simpanan wadiah SIRELA.</p>
3.	Keputusan Anggota (Y)	<p>Pengambilan keputusan merupakan proses pemecahan masalah yang mencakup beberapa proses meliputi identifikasi masalah, pencarian informasi, pemberian alternatif penilaian, keputusan pembelian, serta perilaku konsumen setelah pembelian produk</p>	<p>Menurut Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller (2009) dalam Irwansyah et al., (2021), tahap pengambilan keputusan pembelian yaitu:</p> <p>1. Pengenalan masalah</p> <p>2. Pencarian informasi</p>	<p>1. Saya menabung di KSPPS Inti Muamalat karena simpanan wadiah SIRELA sesuai dengan kebutuhan saya.</p> <p>1. Informasi mengenai produk simpanan wadiah SIRELA lebih mudah didapatkan dari informasi orang-orang sekitar</p>

		atau jasa (Inayah & Sudiarti, 2017).	3. Analisis alternatif	1. Menurut saya alternatif simpanan wadiah SIRELA lebih baik dari pada jenis simpanan yang lain.
			4. Pengambilan keputusan	1. Saya merasa tepat dalam memilih untuk menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.
			5. Evaluasi pasca keputusan	1. Setelah saya menggunakan produk simpanan, saya akan merekomendasi kan orang lain untuk menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

Sumber: Data Sekunder diolah

## I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah berbagai alat-alat yang digunakan untuk mendapatkan sumber data dalam penelitian. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan pengukuran variabel jenis skala Likert. Menurut Riduwan & Kuncoro (2007) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi tentang seseorang atau sekelompok peristiwa atau fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert dijadikan sebagai acuan untuk penyusunan instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan skala likert mulai dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 2. Nilai Skor Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Data Sekunder

## J. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total dan digunakan untuk mengukur ketepatan butir-butir angket dan apakah butir-butir angket tersebut sesuai dengan ukuran yang diukur (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini untuk menghitung nilai koefisien korelasi yaitu dengan taraf signifikansi 5% atau 0.05. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan item pertanyaan dinyatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian kuantitatif pada dasarnya identik dengan keandalan, konsistensi, dan pengulangan dari waktu ke waktu untuk instrumen dan kelompok responden atau indeks yang dapat diandalkan sejauh mana hasil pengukurannya tetap konsisten (Sinambela, 2014). Untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka dianggap reliabel dan jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  maka menunjukkan bahwa alat ukur variabel tidak reliabel (Sujarweni & Endrayanto, 2012).

#### 2. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan sebuah data yang telah dikumpulkan. Dalam statistik deskriptif untuk menentukan kekuatan hubungan antar variabel dengan menggunakan analisis korelasi, membuat prediksi dengan menggunakan analisis regresi, serta membuat perbandingan dengan membandingkan data sampel atau populasi (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mengubah data mentah menjadi data yang mudah dipahami.

#### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menganalisis beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi pada saat analisis regresi meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu teknik yang digunakan untuk menentukan apakah data berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* yang memiliki kriteria, apabila nilai probabilitas atau nilai signifikan  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi dengan normal dan jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka menunjukkan data terdistribusi secara normal (Nuryadi et al., 2017).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk mencari adanya korelasi antar variabel bebas (independen) dan model regresi yang baik yaitu tidak memiliki korelasi antara variabel bebas (Perdana, 2016). Dalam uji multikolinearitas pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) yang memiliki kriteria:

- a) Apabila nilai  $VIF < 10$  maka data yang telah diuji tidak terjadi multikolinearitas.
- b) Apabila nilai  $VIF > 10$  maka data yang telah diuji terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Masalah heteroskedastisitas terjadi apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain itu berbeda tetapi jika bersifat tetap disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Perdana, 2016). Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah heteroskedastisitas atau bersifat homogenitas. Pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu dengan *uji glejser* :

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka dikatakan homogenitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka artinya terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah alat statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara beberapa variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y). Penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan Islami sebagai (X1) dan pengetahuan produk

sebagai ( $X_2$ ). Adapun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut (Sugiyono, 2007):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Terikat)

a = Konstanta Y

b = Koefisien Regresi masing-masing variabel

X = Variabel Independen (Bebas)

#### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel independen (bebas) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (terikat). Dalam menguji koefisien determinasi persyaratan yang harus dipenuhi yaitu hasil uji f memiliki nilai yang signifikan, karena jika tidak signifikan maka koefisien determinasi tidak dapat dipakai untuk memprediksi dan mengetahui kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Raharjo, 2019).

#### 6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur yang digunakan dalam penelitian dengan tujuan memutuskan apakah akan menerima atau menolak hipotesis yang diajukan (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

##### a. Uji t

Uji t statistik digunakan untuk menguji terhadap masing-masing variabel bebas (independen) kualitas pelayanan Islami ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat (dependen) keputusan anggota menabung (Y). Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya masing-masing variabel bebas, kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan

terhadap variabel terikat keputusan menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

- b) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya masing-masing variabel bebas, kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan Islami ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan kriteria:

- a) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- b) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Berdirinya KSPPS Inti Muamalat Bandungan**

Awal berdirinya KSPPS Inti Muamalat Bandungan pada tanggal 12 November 2008 dimulai dengan adanya pemikiran dan inovasi baru untuk membuka usaha secara mandiri dengan dukungan dan dorongan pimpinan dunia usaha dan tokoh masyarakat untuk dapat mendirikan salah satu lembaga keuangan syariah yang berbadan hukum koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Pada saat awal rapat pembentukan di Rumah Makan Bang Kohar Jimbaran diperoleh modal awal dari 3 orang sebanyak Rp 55.000.000 (lima puluh lima juta rupiah). Pada Desember 2008 Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Semarang melakukan pertemuan di Rumah Makan Keboen Raja Ungaran untuk berkonsultasi pembentukan koperasi yang baru.

Selanjutnya pada Februari 2009 diadakan rapat pembentukan panitia untuk pelaksanaan Rapat Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Inti Bandungan. Pada tanggal 16 Maret 2009 dilaksanakan rapat anggota dan terkumpul modal tambahan sebanyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah). Pada tanggal 1 Mei 2009 merupakan awal KJKS BMT Inti mulai beroperasi di Jl. Tirtomoyo No. 81 RT 04 RW 02 Bandungan. Untuk permohonan rekomendasi pembentukan KJKS BMT Inti Bandungan kepada Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah dilakukan pada tanggal 4 Mei 2009. Hal itu dilakukan karena banyak anggota koperasi yang memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) dari berbagai daerah.

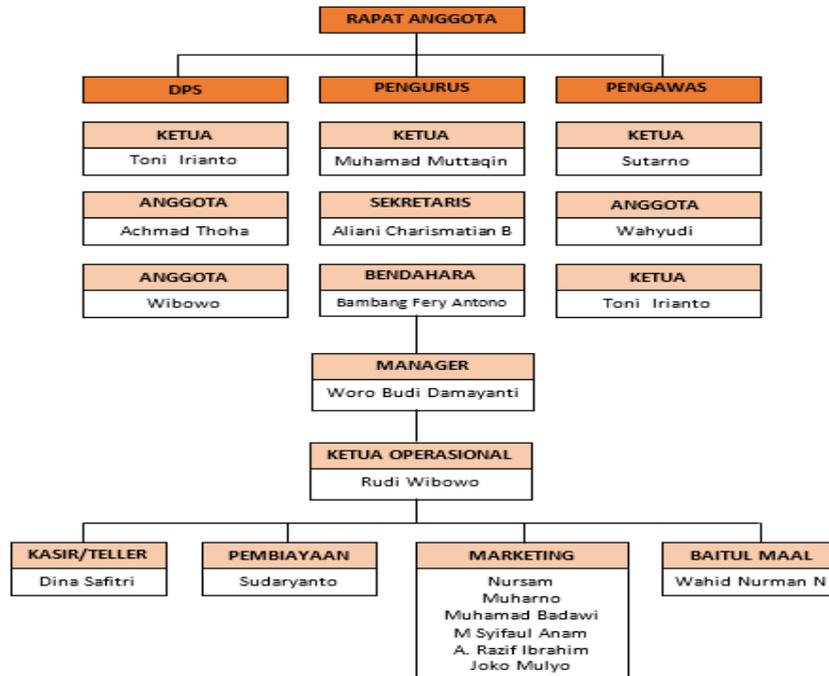
Perwakilan Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah telah menyerahkan Badan Hukum dan Surat Izin Simpan Pinjam KJKS BMT Inti Bandungan kepada pengurus koperasi pada tanggal 12 Januari 2011. Adanya ketidakmaksimalan kerja di koperasi tersebut, maka dilaksanakan

pergantian pengurus pada tanggal 12 Maret 2011. Selain itu ditemukan suatu kesamaan nama koperasi KJKS BMT Inti dengan lembaga yang lain, sehingga pada tanggal itu juga nama koperasi KJKS BMT Inti Bandungan diganti dengan KJKS Inti Muamalat Bandungan. Dengan berjalanya waktu, pada tanggal 24 Februari 2017 dilakukan rapat anggota untuk mengganti nama KJKS Inti Muamalat menjadi KSPPS Inti Muamalat. Pada tanggal 09 Mei 2017 nama Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Inti Muamalat disetujui oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia dengan Nomor Badan Hukum Perubahan 269/Lap-PAD/V/2017.

## **2. Visi dan Misi KSPPS Inti Muamalat Bandungan**

- a. Visi KSPPS Inti Muamalat Bandungan  
“Menjadi koperasi syariah yang sehat, mandiri, bertumbuh kembang, unggul, dan terpercaya”.
- b. Misi KSPPS Inti Muamalat Bandungan
  - a) Mewujudkan sumber daya insani yang bermutu tinggi berlandaskan integritas kekuatan Iman, Islam, dan Ihsan yang terpancar dalam kinerja yang unggul.
  - b) Mengutamakan sikap mandiri, berdaya juang, dan tidak terlalu bergantung pada pihak lain.
  - c) Meningkatkan derajat ekonomi anggota dengan sistem yang berlandaskan nilai-nilai keadilan, kebersamaan, dan taqwa menuju masyarakat berkesejahteraan melalui pendampingan dan pemberdayaan yang berkelanjutan.
  - d) Berdaya guna sebagai mitra strategis dan terpercaya bagi anggota.
  - e) Berkontribusi dalam perkembangan perkoperasian di Indonesia.
  - f) Mengelola koperasi secara profesional dengan menerapkan prinsip “*Good Corporate Governance*”.

### 3. Struktur Organisasi KSPPS Inti Muamalat Bandungan



Gambar 4. 1. Struktur Organisasi KSPPS Inti Muamalat

Sumber: KSPPS Inti Muamalat

### 4. Produk-Produk Penghimpunan Dana

#### a. Simpanan Sukarela Lancar (Sirela)

Simpanan SIRELA merupakan simpanan dengan menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* yang dalam penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan sewaktu-waktu pada saat hari dan jam kerja berdasarkan kebijakan dan ketentuan yang berlaku.

#### b. Simpanan Qurban (Siqurban)

Simpanan Qurban (Siqurban) merupakan simpanan ini menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* dengan tujuan untuk pembelian hewan qurban pada saat hari raya idul adha yang dimana penyetorannya dapat dilakukan sewaktu-waktu sesuai dengan hari dan jam kerja, namun penarikannya dapat dilakukan ketika menjelang hari raya qurban.

c. Simpanan Haji dan Umroh (Baitullah)

Simpanan Haji dan Umroh (Baitullah) merupakan simpanan yang dilakukan dengan landasan niat anggota untuk menunaikan ibadah haji yang dapat disetorkan sewaktu-waktu, sedangkan penarikannya hanya dapat dilakukan ketika menjelang waktu pelaksanaan haji dan umroh dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Sedangkan untuk akad pada simpanan ini yaitu dengan akad *wadiah yad dhamanah*.

d. Simpanan Pembiayaan

Simpanan pembiayaan merupakan simpanan dengan akad *wadiah yad amanah*, dalam penyetorannya dapat dilakukan pada waktu pembayaran angsuran pinjaman sedangkan untuk penarikannya dapat dilakukan pada saat pelunasan pinjaman pada hari dan jam kerja yang berlangsung dan menurut syarat, ketentuan, dan kebijakan yang berlaku.

e. Simpanan *Wadiah*

Simpanan *wadiah* merupakan simpanan dengan menggunakan akad *wadiah yad amanah*, yang dalam penyetoran dan penarikan dapat dilakukan sewaktu-waktu pada hari dan jam kerja sesuai dengan ketentuan dan kebijakan yang telah ditetapkan.

## B. Analisis Data

Pada bagian ini berisi tentang uraian-uraian dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel yaitu variabel bebas meliputi kualitas pelayanan Islami (X1) dan pengetahuan produk (X2) dan variable dependen yaitu keputusan anggota menabung (Y). Berikut ini tabel jumlah rekening simpanan periode 2018-2020:

Tabel 4. 1 Jumlah Rekening Simpanan Periode 2018 - 2020

Tahun	Jumlah Rekening Simpanan
2018	2.367.000
2019	2.300.000
2020	2.258.000

Sumber: Data Sekunder diolah (BPS, 2020)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah rekening tabungan atau simpanan pada tahun 2018 yaitu 2.367.000 rekening. Pada tahun 2019 berjumlah 2.300.000 rekening. Selanjutnya pada tahun 2020 berjumlah 2.258.000 rekening simpanan. Berarti hal tersebut menunjukkan bahwa dari tahun 2018 – tahun 2020 simpanan mengalami penurunan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung. Penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan anggota simpanan SIRELA di KSPPS Inti Muamalat Bandungan. Selanjutnya data yang diperoleh dapat dianalisa secara kuantitatif meliputi analisis statistik deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis.

### 1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, agama, usia, pekerjaan, penghasilan, dan lama menabung.

#### a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat jenis kelamin responden yaitu perempuan dan laki-laki yang dapat dilihat pada tabel 4.1. berikut ini:

Tabel 4. 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki - Laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah

Tabel 4.1. di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang (39%). Sedangkan responden yang memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 61 orang (61%), sehingga dapat diketahui responden yang paling banyak adalah

responden yang memiliki jenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 61%.

b. Karakteristik Responden berdasarkan Agama

Tabel 4. 3. Karakteristik Responden berdasarkan Agama

<b>Agama</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Islam	100	100%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah

Tabel 4.2. diatas menunjukkan bahwa responden penelitian yang beragama Islam sebanyak 100 orang (100%), sehingga dapat disimpulkan responden yang diteliti beragama Islam dengan persentase sebesar 100% .

c. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Tabel 4. 4. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
17 – 22 Tahun	3	3%
23 – 28 Tahun	14	14%
29 – 34 Tahun	17	17%
35 – 40 Tahun	27	27%
> 40 Tahun	39	39%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah

Tabel 4.3. di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia pada rentang 17 – 22 tahun sebanyak 3 orang (3%), yang berusia diantara 23 - 28 tahun sebanyak 14 orang (14%), berusia 29 – 34 tahun sebanyak 17 orang (17%), yang berusia 35 – 40 tahun sebanyak 27 orang (27%), dan yang berusia >40 tahun sebanyak 39 orang (39%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah yang memiliki usia lebih dari 40 tahun dengan persentase sebesar 39%.

c. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 5. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pedagang	42	42%
Wiraswasta	20	20%
Pegawai Bank	1	1%
Petani	16	16%
Buruh	15	15%
Penjahit	1	1%
IRT	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah

Tabel 4.4. di atas menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pedagang berjumlah 42 orang (42%), Wiraswasta berjumlah 20 orang (20%), Pegawai Bank berjumlah 1 orang (1%), Petani berjumlah 16 orang (16%), Buruh berjumlah 15 orang (15%), Penjahit berjumlah 1 orang (1%) dan Ibu Rumah Tangga (IRT) berjumlah 5 orang (5%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pedagang dengan persentase sebesar 42%.

d. Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Tabel 4. 6. Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Per Bulan

<b>Penghasilan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase(%)</b>
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	20	20%
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	27	27%
Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	15	15%
Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000	20	20%
Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000	10	10%
> Rp 3.000.000	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah

Tabel 4.5. diatas menunjukkan bahwa responden yang memiliki penghasilan per bulan di antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000 berjumlah 20 orang (20%), Rp 1.000.001 – Rp 1.500.001 berjumlah 27 orang (27%), Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000 berjumlah 15 orang (15%), Rp 2.000.0001 – Rp 2.500.000 berjumlah 20 orang (20%), Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000 berjumlah 10 orang (10%) dan > Rp 3.000.000 berjumlah 8 orang (8%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang memiliki penghasilan per bulan pada Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 dengan persentase sebesar 27%.

e. Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menabung

Tabel 4. 7. Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menabung

Lama Menabung	Frekuensi	Persentase (%)
3 – 4 Tahun	69	69%
> 4 Tahun	31	31%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah

Tabel 4.6. diatas menunjukkan bahwa lama responden menabung selama 3 – 4 tahun berjumlah 69 orang (69%) dan yang menabung selama > 4 tahun berjumlah 31 orang (31%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang menabung selama 3 – 4 tahun dengan persentase sebesar 69%.

## 2. Analisis Deskriptif Variabel

a. Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Tabel 4. 8. Frekuensi Jawaban pada Kualitas Pelayanan Islami

Kualitas Pelayanan Islami (X1)	Jawaban Responden					Jumlah Responden
	STS	TS	N	S	SS	
X1.1	0	0	1	62	37	100
X1.2	0	6	11	68	15	100
X1.3	0	0	0	64	36	100

X1.4	0	1	4	67	28	100
X1.5	0	2	4	68	26	100
X1.6	0	0	0	53	47	100
X1.7	0	0	0	63	37	100
X1.8	0	0	5	69	26	100
X1.9	0	0	0	66	34	100
X1.10	0	0	6	66	28	100
X1.11	0	1	0	75	24	100
X1.12	0	4	6	65	25	100
X1.13	0	0	2	66	32	100
X1.14	0	0	0	65	35	100
X1.15	3	4	9	59	25	100
X1.16	0	0	6	55	39	100
X1.17	3	8	6	59	24	100
X1.18	0	0	3	63	34	100
X1.19	0	1	0	54	45	100
X1.20	0	0	3	60	37	100
X1.21	0	0	0	60	40	100
X1.22	0	1	4	72	23	100
X1.23	0	1	5	63	31	100
X1.24	0	0	2	70	28	100
X1.25	3	5	15	50	27	100
Total	9	34	92	1582	783	2500

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.7. diatas menunjukkan bahwasanya jawaban dari 100 responden atas 25 item pertanyaan variabel kualitas pelayanan Islami (X1) mayoritas menyatakan setuju yang memiliki nilai total sebanyak 1.582 responden, 789 responden menjawab sangat setuju, 92 responden menjawab netral, 34 responden menjawab tidak setuju dan hanya 9 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa responden sepakat atas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS Inti Muamalat Bandung ke anggota sesuai dengan aturan syariah Islam.

b. Variabel Pengetahuan Produk (X2)

Tabel 4. 9. Frekuensi Jawaban Responden pada Pengetahuan Produk

Pengetahuan Produk (X2)	Jawaban Responden					Jumlah Responden
	STS	TS	N	S	SS	
X2.1	0	2	12	71	15	100
X2.2	0	1	9	62	28	100
X2.3	0	0	3	78	19	100
X2.4	0	0	5	52	43	100
X2.5	0	0	4	51	45	100
X2.6	1	0	2	49	48	100
Total	1	3	35	363	198	600

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.8. diatas menunjukkan bahwa jawaban dari 100 responden atas 6 item pertanyaan variabel pengetahuan produk (X2) yaitu, item pertanyaan X2.1, sebanyak 15 responden menyatakan sangat setuju, 71 responden menjawab setuju, 12 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Item pertanyaan X2.2, sebanyak 28 responden menjawab sangat setuju, 62 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, 1 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Item pertanyaan X2.3, sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju, 78 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab netral, seta 0 responden tidak menjawab tidak setuju dan sangat setuju.

Pertanyaan X2.4, sebanyak 43 responden menjawab sangat setuju, 52 responden menjawab setuju, 5 responden menyatakan netral, serta 0 responden menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Item pertanyaan X2.5, sebanyak 45 responden menyatakan sangat setuju, 51 responden menyatakan setuju, 4 responden menjawab netral, 0 responden menjawab

tidak setuju dan sangat tidak setuju. Item pertanyaan X2.6, sebanyak 48 responden menyatakan sangat setuju, 49 responden menjawab setuju, 2 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa jawaban responden pada umumnya adalah setuju dengan jumlah total sebanyak 363 responden.

c. Variabel Keputusan Menabung (Y)

Tabel 4. 10. Frekuensi Jawaban Responden pada Keputusan Menabung

Keputusan Menabung (Y)	Jawaban Responden					Jumlah Responden
	STS	TS	N	S	SS	
Y.1	1	0	4	67	28	100
Y.2	1	0	2	49	48	100
Y.3	1	7	12	62	18	100
Y.4	0	0	2	69	29	100
Y.5	0	0	9	45	46	100
Total	3	7	29	292	169	500

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.9. diatas menyatakan bahwa jawaban dari 100 responden atas 5 item pertanyaan variabel keputusan menabung (Y), pada item pertanyaan Y.1 sebanyak 28 responden menjawab sangat setuju, 67 responden menjawab setuju, 4 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Item pertanyaan Y.2, sebanyak 48 responden menyatakan sangat setuju, 49 responden menjawab setuju, 2 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Selanjutnya item pertanyaan Y.3, sebanyak 18 responden menjawab sangat setuju, 62 responden menjawab setuju, 12 responden menjawab netral, 7 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Item pertanyaan Y.4, sebanyak 29 responden menjawab sangat setuju, 69 responden menjawab setuju, 2 responden menjawab netral, serta 0 responden menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Item

pertanyaan Y.5, sebanyak 46 responden menyatakan sangat setuju, 45 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, dan 0 responden menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

### 3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Tabel 4. 11. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Pertanyaan	r tabel (Sig 5%)	r hitung	Keterangan
X1.1	0,361	0,407	Valid
X1.2	0,361	0,620	Valid
X1.3	0,361	0,408	Valid
X1.4	0,361	0,442	Valid
X1.5	0,361	0,453	Valid
X1.6	0,361	0,408	Valid
X1.7	0,361	0,577	Valid
X1.8	0,361	0,431	Valid
X1.9	0,361	0,560	Valid
X1.10	0,361	0,518	Valid
X1.11	0,361	0,672	Valid
X1.12	0,361	0,640	Valid
X1.13	0,361	0,590	Valid
X1.14	0,361	0,423	Valid
X1.15	0,361	0,489	Valid
X1.16	0,361	0,415	Valid
X1.17	0,361	0,511	Valid
X1.18	0,361	0,556	Valid
X1.19	0,361	0,526	Valid
X1.20	0,361	0,672	Valid
X1.21	0,361	0,553	Valid

X1.22	0,361	0,610	Valid
X1.23	0,361	0,549	Valid
X1.24	0,361	0,394	Valid
X1.25	0,361	0,641	Valid

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.10. diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan Islami (X1) dinyatakan valid, karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%) dan ditemukan nilai  $r$  tabel dengan cara  $df = n - 2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Jumlah sampel uji validitas pada penelitian ini adalah 30 responden, sehingga dapat diketahui  $df = 30 - 2 = 28$ , sehingga nilai  $r$  tabel adalah sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan 25 item pertanyaan variabel kualitas pelayanan Islami tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 12. Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk (X2)

Pertanyaan	$r$ tabel (Sig 5%)	$r$ hitung	Keterangan
X2.1	0,361	0,661	Valid
X2.2	0,361	0,625	Valid
X2.3	0,361	0,681	Valid
X2.4	0,361	0,641	Valid
X2.5	0,361	0,729	Valid
X2.6	0,361	0,695	Valid

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.11. diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel pengetahuan produk (X2) dinyatakan valid, karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%) dan ditemukan nilai  $r$  tabel dengan cara  $df = n - 2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Jumlah sampel uji validitas pada penelitian ini adalah 30 responden, sehingga dapat diketahui  $df = 30 - 2 = 28$ , sehingga nilai  $r$  tabel adalah sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa dari 6 item pertanyaan variabel pengetahuan produk (X2) tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 13. Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung (Y)

Pertanyaan	r tabel (Sig 5%)	r hitung	Keterangan
Y.1	0,361	0,821	Valid
Y.2	0,361	0,788	Valid
Y.3	0,361	0,590	Valid
Y.4	0,361	0,629	Valid
Y.5	0,361	0,680	Valid

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.12. diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel keputusan menabung (Y) dinyatakan valid, karena nilai r hitung > r tabel. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%) dan ditemukan nilai r tabel dengan cara  $df = n-2$ , dimana n adalah jumlah sampel. Jumlah sampel uji validitas pada penelitian ini adalah 30 responden, sehingga dapat diketahui  $df = 30 - 2 = 28$ , sehingga nilai r tabel adalah sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari 5 item pertanyaan variabel keputusan menabung (Y) layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 14. Uji Reliabilitas X1, X2, dan Y

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan Islami (X1)	0,885	Reliabel
Pengetahuan Produk (X2)	0,776	Reliabel
Keputusan Menabung (Y)	0,732	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.13. diatas menunjukkan bahwa masing-masing item pertanyaan variabel kualitas pelayanan Islami (X1), pengetahuan produk (X2), dan keputusan menabung (Y) dinyatakan reliabel. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Variabel kualitas pelayanan Islami (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,885 > 0,60. Variabel pengetahuan produk (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,776 > 0,60. Variabel keputusan menabung (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,732 > 0,60. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa item pertanyaan dari tiga variabel tersebut layak digunakan dalam penelitian ini.

#### 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Tabel 4. 15. Uji Normalitas Variabel X1,X2, dan Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71217544
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.070
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.105 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.14 diatas menyatakan bahwa hasil uji normalitas pada variabel X1, X2, dan Y dengan menggunakan model *One Sample Kolmogorov-Smirnov test* menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,105 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 atau  $0,105 > 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang telah diuji tersebut berdistribusi secara normal, sehingga asumsi normalitas sudah terpenuhi.

## b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 16. Uji Multikolinearitas X1 dan X2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.703	2.726		.258	.797		
	Kualitas Pelayanan Islami	.116	.027	.393	4.392	.000	.810	1.235
	Pengetahuan Produk	.321	.088	.326	3.643	.000	.810	1.235

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwasanya hasil uji multikolinearitas variabel kualitas pelayanan Islami (X1) dan pengetahuan produk (X2) menghasilkan nilai *Tolerance* sebesar  $0,810 > 0,10$ . Sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar  $1,235 < 10,0$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dilihat dari nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel kualitas pelayanan Islami (X1) dan pengetahuan produk (X2) tidak terdapat masalah multikolinearitas.

## c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 17. Uji Heteroskedastisitas - Uji Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.170	1.800		2.873	.005
	Kualitas Pelayanan Islami (X1)	-.010	.018	-.062	-.570	.570
	Pengetahuan Produk (X2)	-.113	.058	-.213	-1.946	.055

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas pada variabel kualitas pelayanan Islami (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,570 > 0,05$  dan variabel pengetahuan produk

(X2) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,055 > 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas atau bersifat homogenitas, sehingga model regresi penelitian ini layak untuk digunakan ke tahap pengujian selanjutnya.

## 5. Hasil Uji Regresi

### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 18. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.703	2.726		.258	.797
	Kualitas Pelayanan Islami (X1)	.116	.027	.393	4.392	.000
	Pengetahuan Produk (X2)	.321	.088	.326	3.643	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.17 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,703 + 0,116X_1 + 0,321X_2$$

Hasil persamaan regresi linear berganda diatas, masing-masing variabel kualitas pelayanan Islami (X1) dan pengetahuan produk (X2) dapat diinterpretasikan seperti dibawah ini:

- a) Berdasarkan nilai konstanta sebesar 0,703, dapat diartikan bahwa jika kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk nilainya adalah nol (0), maka keputusan menabung akan meningkat sebesar 0,703.
- b) Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan islami (X1) memiliki nilai sebesar 0,116. Nilai koefisien tersebut bernilai positif yang artinya terdapat hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan Islami dengan keputusan anggota menabung. Jika kualitas pelayanan Islami mengalami peningkatan maka keputusan anggota menabung juga akan mengalami kenaikan sebesar 11,6%.

- c) Koefisien regresi pada variabel pengetahuan produk (X2) memiliki nilai sebesar 0,321. Nilai koefisien tersebut bernilai positif, artinya terdapat hubungan positif antara variabel pengetahuan produk dengan keputusan anggota menabung. Jika pengetahuan produk mengalami peningkatan maka keputusan anggota menabung juga akan mengalami kenaikan sebesar 32,1%.
- d) Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung adalah pengetahuan produk dengan nilai koefisien sebesar 0,321 yang lebih besar dari nilai koefisien variabel kualitas pelayanan Islami sebesar 0,116.
- b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4. 19. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 <sup>a</sup>	.372	.359	1.72974

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk (X2), Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.18 diatas menunjukkan bahwa hasil uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada Adjusted R Square yang diperoleh nilai sebesar 0,359. Hal tersebut berarti besarnya kemampuan variabel independen dan model regresi dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 35,9 % . Sedangkan sisanya sebesar 64,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diikutsertakan dalam pengujian model regresi ini.

## 6. Hasil Uji Hipotesis

- a. Uji T

Tabel 4. 20. Hasil Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.703	2.726		.258	.797
Kualitas Pelayanan Islami (X1)	.116	.027	.393	4.392	.000
Pengetahuan Produk (X2)	.321	.088	.326	3.643	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa hasil uji t secara parsial telah diperoleh nilai t hitung dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara individual terhadap variabel dependen.

Variabel kualitas pelayanan Islami (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,392 dan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000. Sedangkan perhitungan t tabel diperoleh t tabel sebesar 1,988. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu  $4,392 > 1,988$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwasanya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti variabel independen kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

Selanjutnya pada variabel pengetahuan produk (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,643 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan perhitungan t tabel diperoleh t tabel sebesar 1,988. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel atau  $3,643 > 1,988$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwasanya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, berarti variabel independen pengetahuan produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

## b. Uji F

Tabel 4. 21. Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.887	2	85.944	28.725	.000 <sup>b</sup>
	Residual	290.223	97	2.992		
	Total	462.110	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk (X2), Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.19. diatas menunjukkan bahwa hasil uji F yang terdapat pada tabel Anova diperoleh nilai F hitung sebesar 28,725 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan perhitungan untuk F tabel diperoleh nilai F tabel sebesar 3,09. Hal tersebut menunjukkan bahwa F hitung sebesar 28,785 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 dan nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas atau independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen, berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Dengan kata lain kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS Inti Muamalat Bandungan. Untuk lebih jelasnya, maka rangkuman pengujian hipotesis yang meliputi uji F dan uji T dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 22. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Deskripsi	Nilai Sig. (0,05)	Hasil
$H_1$	Kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan	0,000	Diterima

H <sub>2</sub>	Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan	0,000	Diterima
H <sub>3</sub>	Kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan	0,000	Diterima

Sumber: Data Primer diolah

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Variabel X1 terhadap Variabel Y

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian di atas, diketahui bahwa kualitas pelayanan Islami (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan besarnya nilai signifikansi dari uji t secara parsial, variabel kualitas pelayanan Islami memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Pengambilan keputusan hipotesis tersebut adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan Islami (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan anggota menabung (Y).

Pada tabel 4.17 diketahui variabel kualitas pelayanan Islami (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,116. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila setiap variabel kualitas pelayanan Islami (X1) yang terdiri dari indikator CARTER yaitu meliputi *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (kepastian), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (perhatian), dan *Responsiveness* (ketanggapan) mengalami peningkatan maka keputusan anggota menabung (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 11,6%. Artinya kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Inti Muamalat Bandungan.

Adanya pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap keputusan anggota menabung pada simpanan *wadiah* sukarela lancar (SIRELA) di KSPPS Inti Muamalat Bandungan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan jawaban responden yang dominan menjawab setuju di setiap masing-masing pernyataan yang telah diberikan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa KSPPS Inti Muamalat Bandungan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti simpanan wadiah sukarela lancar yang bebas bunga, bebas dari gharar, bebas dari maysir, dll. Selain itu responden sepakat bahwa KSPPS Inti Muamalat selalu menerapkan prinsip *ta'awun* atau tolong menolong kepada anggotanya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari & Suryaningsih (2020) tentang “Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik”, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas.

## 2. Pengaruh Variabel X2 terhadap Variabel Y

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian di atas, diketahui bahwa pengetahuan produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan besarnya nilai signifikansi dari uji t secara parsial, variabel pengetahuan produk memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Pengambilan keputusan hipotesis tersebut adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti secara parsial variabel pengetahuan produk (X2) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan anggota menabung (Y).

Pada tabel 4.17 diketahui bahwa variabel pengetahuan produk (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,321. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila setiap variabel pengetahuan produk (X2) yang terdiri dari indikator pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk, dan pengetahuan kepuasan konsumen mengalami peningkatan maka keputusan anggota menabung (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 32,1%.

Artinya pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Inti Muamalat Bandungan.

Adanya pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung pada simpanan wadiah sukarela lancar di KSPPS Inti Muamalat Bandungan, dapat dibuktikan dengan jawaban responden yang dominan menjawab setuju atas masing-masing item pertanyaan yang telah diberikan. Hal itu menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki pengetahuan atas produk simpanan *wadiah* sukarela lancar meliputi karakteristik simpanan, manfaat simpanan, dan mengetahui seberapa besar kepuasan yang diperoleh setelah anggota menggunakan produk simpanan wadiah sukarela lancar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fitriana (2020) tentang “Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Pada BRI Syariah KC Kediri” yang menyatakan pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

### 3. Pengaruh Variabel X1 dan X2 secara Simultan terhadap Y

Berdasarkan hasil uji  $f$  secara simultan diatas yang telah dilakukan menunjukkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan Islami (X1) dan pengetahuan produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi dari uji F atau Anova sebesar  $0,000 < 0,05$ . Pengambilan keputusan hipotesis adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti secara simultan variabel kualitas pelayanan Islami (X1) dan pengetahuan produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.

Dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 35,9% dan sisanya sebesar 64,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam model regresi ini. Selain itu, variabel bebas

berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat dibuktikan dengan pernyataan responden yang dominan menjawab setuju atas item pertanyaan yang telah diberikan. Artinya responden penelitian sepakat bahwa untuk menentukan keputusan menabung khususnya pada simpanan *wadiah* sukarela lancar di KSPPS Inti Muamalat Bandungan melalui indikator keputusan menabung yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, analisis alternatif, pengambilan keputusan, dan evaluasi pasca keputusan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

*Pertama*, Kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan. Adanya pengaruh tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu sebesar  $4,392 > 1,988$ . Pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap keputusan anggota menabung sebesar 11,6%.

*Kedua*, Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan. Adanya pengaruh tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu sebesar  $3,643 > 1,988$ . Pengaruh variabel pengetahuan produk terhadap keputusan anggota menabung sebesar 32,1%.

*Ketiga*, Kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan. Adanya pengaruh tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f$  hitung  $> f$  tabel yaitu sebesar  $28,785 > 3,09$ . Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 35,9% dan sisanya sebesar 64,1 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

#### **B. Saran**

Peneliti sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini. Meskipun demikian peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan pihak lain meliputi:

*Pertama*, KSPPS Inti Muamalat Bandungan diharapkan dapat menambah dan melengkapi peralatan sarana komunikasi yang telah dimiliki pada saat ini untuk meningkatkan kualitas dari bukti fisik perusahaan, sehingga anggota

mendapat kepuasan dari kelengkapan sarana dan prasarana yang digunakan baik secara langsung ataupun tidak langsung.

*Kedua*, bagi anggota simpanan dan pihak lain diharapkan lebih mengetahui dan memahami karakteristik serta ciri-ciri dari simpanan yang akan digunakan khususnya pada simpanan SIRELA. Anggota beserta pihak lain dapat mencari informasi dan pengetahuan dari berbagai sumber seperti sosial media, *website* perusahaan, instagram, facebook maupun informasi dari perusahaan secara langsung.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Kurniawati, N. A. (2021). Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 105–136.
- Alifah, R., Triwardhani, D., & Rosali. (2020). Keputusan Menabung Nasabah BCA Syariah Cabang Jakarta Barat. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1298–1309.
- Aziz, M. F., & Jayanto, P. Y. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Dalam Menyimpan Dana Di KSPPS Kota Semarang. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(1), 27–36.
- BPS. (2020). *posisi-tabungan-pada-bank-umum-menurut-jenis-tabungan-sup-1-sup-miliar-rupiah-2000-2021*  
<https://www.bps.go.id/statictable/2014/01/09/1309/posisi-tabungan-pada-bank-umum-menurut-jenis-tabungan-sup-1-sup-miliar-rupiah-2000-2021.html>.
- Dayyan, M., & Fahriansah, J. (2017). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 1(1), 12.
- Djafri, N. (2018). Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental). In *Gorontalo:Idea Publishing*.
- Eldes, I. (2015). Ilmu Dan Hakekat Ilmu Pengetahuan Dalam Nilai Agama. *Al-Hikmah*, 9(2).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Fitriana, D. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Pada BRI Syariah KC Kediri. *Skripsi.Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*

*Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 71.

- Gani, A. R. A., Soviah, O. F., & Rahmawati. (2019). Penyuluhan Membangun Kesadaran Menabung Sejak Dini Pada Siswa SDN 21 Lengkong Wetan Kelurahan Lengkong Wetan Tangerang Selatan Banten. *Jurnal UMJ*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, R. S. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Tenaga Pendidik Pesantren Al-Ansor Maunggang Julu Padangsidimpuan). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.Skripsi*, 73–74.
- Hardiyansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik (Edisi Revisi)* (1st ed.). Yogyakarta: Gavamedia.
- Haryanto, R. (2021). Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik). In *Bank Syariah* (1st ed.). Lekoh Barat Bangkes Kadur Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Hidayat, F. (2016). Alternative Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Dalam Mewujudkan Shariah Compliance. *UIN Sunan Kalijaga*, 2(1), 385.
- IBI. (2015). *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- IDX. (2021). *Market Share Rendah, OJK Sebut Keuangan Syariah Masih Kalah dari Konvensional*. 21 April. <https://www.idxchannel.com/syariah/market-share-rendah-ojk-sebut-keuangan-syariah-masih-kalah-dari-konvensional>
- Ikhwani, S. K. (2021). Penerapan dimensi carter pada layanan pt. bank sumut syariah kecp kota baru marelan. *Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi.*, 1–64.

- Inayah, N., & Sudiarti, S. (2017). Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani). *AtTawassuth*, 2 (1), 196.
- Indaryani, D. K. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Customer Pride dan Kepercayaan Nasabah dalam Meningkatkan Minat Menabung Kembali. In *Sains Pemasaran Indonesia: Vol. XIV* (Issue 2, p. 120).
- Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.CV Budi Utama.
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (1st ed., p. 35). Jawa Timur:Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Iswanto, J., Marsono, A., & Thohawi, A. (2020). Peranan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Amanah Mandiri Dalam Meningkatkan Minat asabah Terhadap Simpanan Wadi'ah di Sekarputih Bogor Nganjuk. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 7 (2), 121–140.
- Kalam. (2020). *Mendahulukan Orang Lain dan Keutamaannya*. 16 Januari. <https://kalam.sindonews.com/berita/1498561/69/mendahulukan-orang-lain-dan-keutamaannya>.
- KBBI. *Apa Arti Kata Strategi Menurut KBBI*. <https://kbbi.kata.web.id/strategi/>
- KemenkopUKM. (2021). *Koperasi Syariah Berperan Penting Gerakan Sektor Riil*. 28 November. <https://kemenkopukm.go.id/read/koperasi-syariah-berperan-penting-gerakkan-sektor-riil>.
- Khusna, N., & Pratama, V. Y. (2021). Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Bina Bangsa*, 1 (2).

- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Philosophy of Science* (1st ed., Vol. 4, Issue 4). PANDIVA BUKU.
- Mulyadi, M. (2012). Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 72.
- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik* (1st ed.). UNPAD PRESS.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistika Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Sibuku Media.
- OJK. (2008). *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah* 16 Juli 2008. [https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU\\_No\\_21\\_Tahun\\_2008\\_Perbankan\\_Syariah.pdf](https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf).
- OJK. (2013). *Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. 2 Desember. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/undang-undang/pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah.aspx>
- Othman, A., & Owen, L. (2001). Managing and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Study of the Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1–26.
- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Universitas Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UUB.
- Polmankab. (2021). [https://satudata.polmankab.go.id/dataku/?page=data.makro-details&id=DM-191103080902&judul=PENGELUARAN KONSUMSI RATA-RATA PER KAPITA](https://satudata.polmankab.go.id/dataku/?page=data.makro-details&id=DM-191103080902&judul=PENGELUARAN_KONSUMSI_RATA-RATA_PER_KAPITA).
- Putri, C. A. (2021). *Hampir 75% Pendapatan Keluarga RI Drop Selama Pandemi*. [nbcindonesia.com/news/20210304190818-4-227950/survei-hampir-75-pendapatan-keluarga-ri-drop-selama-pandemi](https://www.nbcindonesia.com/news/20210304190818-4-227950/survei-hampir-75-pendapatan-keluarga-ri-drop-selama-pandemi).

- Raharjo, S. (2019). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. 28 Maret. <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2007). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta CV.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(138–140).
- Romdhan, A., & Toha, M. (2021). Persepsi Masyarakat Desa Kapedi Sumenep tentang Perbankan Syariah. *Investasi : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 70.
- Romli, S., & Fanani, Z. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Preferensi Menabung Santridi Tabungan Santri Mandiri, Pondok Pesantren Raudlatul Ulum1, Ganjaran, Gondanglegi, Malang. *Iqitishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4 (2), 160.
- Said, A. A. (2022). *Tabungan Turun, Konsumsi Rumah Tangga Naik*. 10 Januari. <https://katadata.co.id/desysetyowati/finansial/61dc6332a2134/sinyal-geliat-ekonomi-tabungan-turun-konsumsi-rumah-tangga-naik>.
- Saleh, S. (2017). Analisis Data Kualitatif. In *Pustaka Ramadhan: Bandung* (p. 180). Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Sari, A. A., & Suryaningsih, S. A. (2020). Pengaruh Promosi Islam Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadain Syariah Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 187–199.
- Sellang, K., Ahmad, J., & Mustanir, A. (2019). *Strategi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik* (1st ed., Issue August). Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.

- Sendari, A. A. (2021). *Objek Penelitian adalah Gagasan Utama, Kenali Bedanya dengan Subjek*. <https://hot.liputan6.com/read/4699817/objek-penelitian-adalah-gagasan-utama-kenali-bedanya-dengan-subjek>.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Siregar, B. G. (2018). Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpua. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4 (1), 7.
- Sugiyono.(2007). *Statistik Untuk Penelitian* (p. 275). Bandung: CV AlfaBeta.
- Sugiyono.(2008). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono.(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). Bandung: CV AlfaBeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan r & d* (2nd ed.). Bandung: CV AlfaBeta.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2016). *Model Keputusan Konsumen dan Strategi Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunarsih, U., & Wijyantie, M. N. (2021). Penentuan Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung di Perbankan Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 91–102.
- Utama, I. G. B. R. (2016). Teknik Sampling dan Penentuan Jumlah sampel. In *Universitas Dhyana Pura, Bali* (5th ed.). Universitas Dhyana:Bali.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan* (1st ed.). Jakarta:Kencana.

Zainuddin, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil serta relegiusitas terhadap keputusan nasabah menabung. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(4).



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### **Pengaruh kualitas pelayanan Islami dan pengetahuan produk terhadap keputusan menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan (Studi Simpanan Wadiah Sukarela Lancar)**

Kepada Yth  
Bapak/Ibu/Saudara/i  
Di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala Puji Bagi Allah SWT

Sehubungan dengan penyusunan Tugas Akhir/Skripsi saya yang merupakan syarat kelulusan Program Sarjana Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Oleh karena itu, saya memerlukan data dan informasi dari Bapak atau Ibu. Saya sangat mengharapkan kepada Bapak/ Ibu dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dengan kriteria:

1. Anggota simpanan wadiah sukarela lancar di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.
2. Menabung > 3 tahun
3. Berumur > 17 Tahun

Identitas Bapak/Ibu yang diberikan kepada saya hanya untuk kepentingan ilmiah yang **tidak akan disalahgunakan dan akan dirahasiakan.**

Demikian permohonan dari saya, atas kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih. Semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan Amiin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

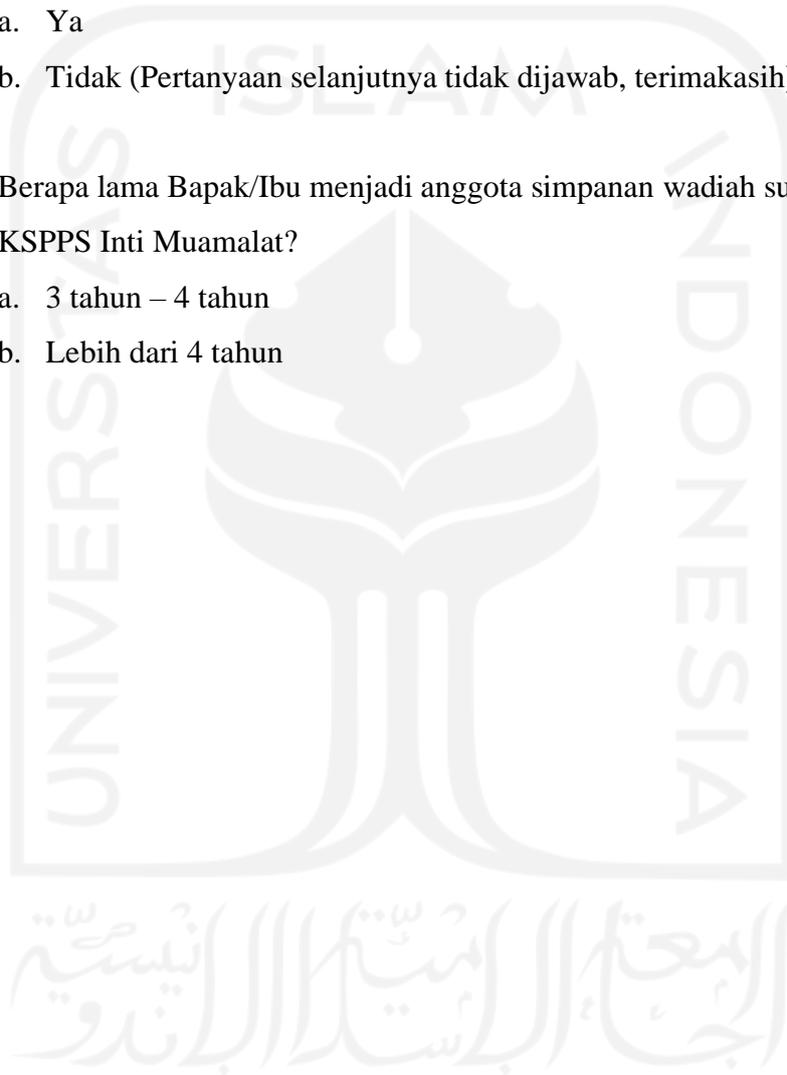
### A. Identitas Responden

1. Dimohon memilih jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang Bapak /Ibu alami.
2. Jawaban pertanyaan dapat diberi dengan **tanda silang (X)**.

Nama :.....

1. Jenis Kelamin :
  - a. Perempuan
  - b. Laki-laki
2. Agama :
  - a. Islam
  - b. Lainnya (sebutkan).....
3. Usia
  - a. 17 s.d 22 Tahun
  - b. 23 s.d 28 Tahun
  - c. 29 s.d 34 Tahun
  - d. 35 s.d 40 Tahun
  - e. Lebih dari 40 Tahun
4. Pekerjaan Bapak/Ibu saat ini :
  - a. Pelajar/ Mahasiswa
  - b. Pedagang
  - c. PNS/Guru
  - d. Wiraswasta
  - e. Lainnya (sebutkan).....
5. Berapa penghasilan per bulan?
  - a. Rp 500.000 - Rp 1.000.000
  - b. Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000
  - c. Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000
  - d. Rp 2.000.001 – 2.500.000

- e. Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000
  - f. Lebih dari Rp 3.000.000
6. Apakah Bapak/Ibu anggota simpanan wadiah sukarela lancar KSPPS Inti Muamalat?
- a. Ya
  - b. Tidak (Pertanyaan selanjutnya tidak dijawab, terimakasih)
7. Berapa lama Bapak/Ibu menjadi anggota simpanan wadiah sukarela lancar KSPPS Inti Muamalat?
- a. 3 tahun – 4 tahun
  - b. Lebih dari 4 tahun



## B. Variabel Penelitian

Berilah **tanda centang** (✓) pada kolom jawaban yang disediakan sesuai dengan keadaan yang Bapak/Ibu alami.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

### Kualitas Pelayanan Islami (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Kepatuhan (Compliance)</b>						
1.	KSPPS Inti Muamalat taat kepada aturan dan hukum Islam.					
2.	Tidak ada bunga pada pinjaman.					
3.	KSPPS Inti Muamalat menyediakan produk dan layanan yang Islami.					
4.	Tidak ada bunga pada produk simpanan					
5.	KSPPS Inti Muamalat menggunakan prinsip bagi hasil					
<b>Jaminan (Assurance)</b>						
6.	Karyawan Inti Muamalat berperilaku sopan.					
7.	Saudara/i merasa aman dalam bertransaksi.					
8.	Karyawan memiliki pengetahuan maksimal atas pertanyaan anggota.					
9.	Karyawan dapat menjaga amanah Saudara/i.					
<b>Kehandalan (Reliability)</b>						

10.	Antrian di KSPPS Inti Muamalat tidak terlalu lama.					
11.	Karyawan KSPPS memberikan layanan dengan cermat dan tepat.					
12.	Karyawan memberikan pelayanan anggota sesuai dengan yang dijanjikan.					
13.	Karyawan memberikan informasi yang akurat.					
<b>Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>						
14.	KSPPS Inti Muamalat memiliki ruangan dan mushola yang bersih.					
15.	Tersedia tempat parkir yang luas.					
16.	Karyawan berpenampilan syar'i, rapi dan sopan.					
17.	Kelengkapan sarana komunikasi yang dimiliki.					
<b>Perhatian (<i>Empathy</i>)</b>						
18.	Karyawan mendahulukan kepentingan anggota.					
19.	Karyawan memberikan layanan dengan ramah dan sopan.					
20.	Karyawan memperhatikan saudara/i dengan baik.					
21.	Dalam memberikan pelayanan, karyawan tidak membeda-bedakan satu sama lain.					
<b>Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>						
22.	Karyawan siap melayani kebutuhan anggota dengan cepat dan tanggap.					
23.	Karyawan mampu mengatasi keluhan anggota dengan segera.					
24.	KSPPS Inti Muamalat selalu dibuka tepat waktu.					
25.	Telepon kantor dan karyawan mudah dihubungi.					

**Pengetahuan Produk (X2)**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Atribut Produk</b>						
1.	Saya memiliki pengetahuan tentang ciri-ciri produk simpanan wadiah SIRELA.					
2.	Saya mengetahui produk simpanan wadi''ah SIRELA tidak mengandung unsur bunga.					
<b>Manfaat Produk</b>						
3.	Saya memiliki pengetahuan apa manfaat produk simpanan wadiah SIRELA.					
4.	Produk simpanan wadiah SIRELA dapat memberikan manfaat dan keuntungan untuk saya.					
<b>Kepuasan Konsumen</b>						
5.	Saya mengetahui nilai kepuasan pada produk simpanan wadiah SIRELA.					
6.	Saya merasa puas dengan produk simpanan wadiah SIRELA.					

**Keputusan Menabung (Y)**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya menabung di KSPPS Inti Muamalat karena simpanan wadiah SIRELA sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Informasi mengenai produk simpanan wadiah SIRELA lebih mudah didapatkan dari informasi orang-orang sekitar					

3.	Simpanan wadiah SIRELA lebih baik dari pada jenis simpanan yang lain.					
4.	Saudara/i memilih menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan sebagai pilihan yang tepat					
5.	Setelah saya menggunakan produk simpanan, saya akan merekomendasikan orang lain untuk menabung di KSPPS Inti Muamalat Bandungan.					



## Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban Responden

### A. Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1)

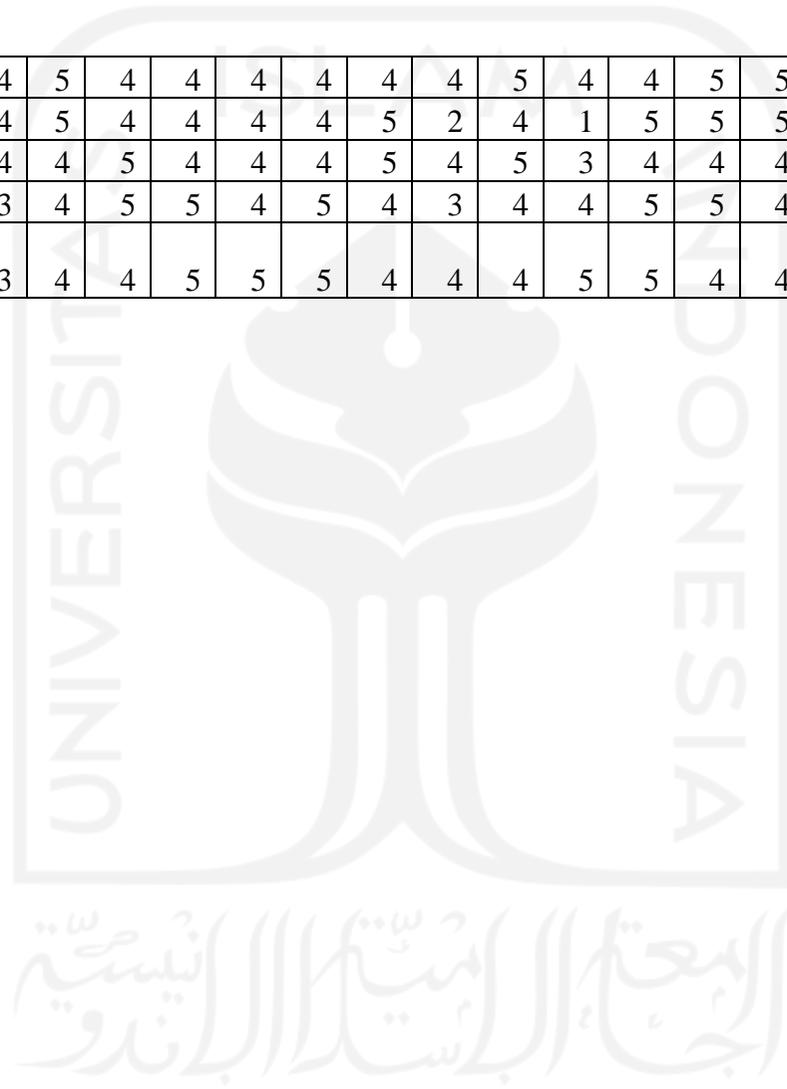
No	KUALITAS PELAYANAN ISLAMI (X1)																									TOT AL
	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X1 .6	X1 .7	X1 .8	X1 .9	X1 .10	X1 .11	X1 .12	X1 .13	X1 .14	X1 .15	X1 .16	X1 .17	X1 .18	X1 .19	X1 .20	X1 .21	X1 .22	X1 .23	X1 .24	X1 .25	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98
2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	109
3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	110
4	5	3	4	4	2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	101
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
6	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	107
7	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	102
8	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	107
9	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	106
10	5	2	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
13	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99
14	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	112
15	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	114
16	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	110
17	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	110
18	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	109
19	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	2	4	5	3	5	2	5	5	5	4	4	2	4	4	104
20	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	2	5	2	4	5	4	4	4	4	4	2	96

21	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	108	
22	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	3	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	104	
23	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	2	5	2	5	5	4	4	4	4	4	4	104	
24	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	107	
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	106	
26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	106	
27	5	4	4	5	2	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	105
28	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	103	
29	5	2	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	95	
30	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	98	
31	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	108	
32	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	108	
33	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	111	
34	3	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	100	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	103	
36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	3	4	5	4	5	5	103	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100	
38	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	104	
39	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106	
40	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	104	
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	104	
42	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	111	
43	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	105	
44	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	107	
45	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	109	

46	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	5	5	5	3	104	
47	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	113	
48	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	105	
49	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	98	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	97	
51	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	110	
52	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	108
53	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	107	
54	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	111
55	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	108
56	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	105
57	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	99
58	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	102	
59	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	90	
60	5	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
61	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	1	89	
62	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	100
63	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	117
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	114
66	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101
67	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	1	4	5	5	5	4	5	5	5	110	
68	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	114
69	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102
70	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	97

71	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99	
72	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	2	5	4	1	5	2	3	5	5	5	5	5	4	5	103
73	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	117
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
76	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	100
77	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	116
78	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102
79	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	119
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
81	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	2	106
82	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	115
83	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	97
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
85	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	105
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	1	97
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
89	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	2	105
90	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	103
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
92	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	113
93	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	103
94	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	112
95	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	2	4	4	4	5	2	4	5	5	4	4	4	4	1	98

96	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	106
97	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	2	4	1	5	5	5	5	5	4	4	4	105
98	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	2	102
99	4	4	5	3	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	103
100	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	105



B. Variabel Pengetahuan Produk (X2)

No	PENGETAHUAN PRODUK (X2)						TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	3	3	3	4	4	21
2	4	4	5	5	4	4	26
3	4	4	4	5	4	5	26
4	3	3	4	4	4	4	22
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	5	4	5	26
7	4	4	4	4	4	4	24
8	3	4	4	5	4	4	24
9	4	5	4	4	5	5	27
10	2	4	4	5	4	5	24
11	5	5	4	4	4	4	26
12	3	3	4	5	4	4	23
13	3	3	3	3	3	4	19
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	3	23
16	4	4	5	5	5	4	27
17	4	5	4	4	4	5	26
18	4	5	4	5	5	5	28
19	2	4	4	4	4	4	22
20	4	4	4	4	4	5	25
21	4	5	4	4	4	4	25
22	4	5	4	4	5	5	27
23	4	4	4	4	5	4	25
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	5	5	5	5	28
26	5	5	4	4	4	4	26
27	5	5	4	4	4	4	26
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	5	5	4	5	27
30	4	4	4	5	5	5	27
31	4	4	4	3	4	3	22
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	3	3	4	4	4	4	22
35	3	3	4	5	4	4	23
36	4	5	4	4	5	4	26
37	4	4	4	4	4	4	24

38	4	4	4	5	4	5	26
39	4	4	4	5	4	4	25
40	4	4	4	5	5	5	27
41	4	4	4	4	4	5	25
42	5	4	4	5	4	5	27
43	4	5	4	4	4	5	26
44	4	5	4	4	4	4	25
45	4	4	4	5	4	5	26
46	4	5	5	4	5	5	28
47	4	5	5	4	5	5	28
48	4	5	4	5	4	4	26
49	4	4	4	4	4	5	25
50	3	4	4	4	4	4	23
51	4	5	4	5	4	4	26
52	4	4	4	5	4	4	25
53	4	5	4	4	4	4	25
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	5	5	4	4	4	26
56	5	4	4	5	4	5	27
57	4	3	4	4	4	5	24
58	4	4	4	5	5	4	26
59	3	4	4	5	4	5	25
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	5	25
62	5	4	5	5	5	5	29
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	5	5	5	5	5	29
68	4	4	4	5	4	5	26
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	3	23
71	4	2	4	4	4	4	22
72	3	4	4	3	3	3	20
73	5	4	5	4	5	5	28
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	4	4	4	4	4	24
76	3	5	3	4	4	4	23
77	4	5	4	5	4	5	27
78	5	4	4	5	4	5	27

79	4	4	5	5	5	5	28
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	5	4	4	4	25
82	5	5	4	5	4	4	27
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	5	4	5	26
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	3	4	4	23
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	5	4	5	5	5	29
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	5	5	4	4	5	27
92	4	4	5	5	5	5	28
93	4	4	4	5	4	5	26
94	4	4	4	4	4	5	25
95	4	4	4	5	5	5	27
96	4	4	4	4	4	5	25
97	4	4	4	5	4	4	25
98	4	4	4	5	4	5	26
99	3	3	4	5	5	4	24
100	3	3	4	4	4	4	22

C. Variabel Keputusan Menabung (Y)

No	KEPUTUSAN MENABUNG (Y)					TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	1	1	3	3	4	12
2	4	4	4	4	5	21
3	4	5	4	4	5	22
4	5	3	3	4	4	19
5	5	5	4	5	5	24
6	4	4	2	4	4	18
7	4	5	4	4	5	22
8	5	5	4	5	5	24
9	4	4	5	4	5	22
10	4	4	4	5	5	22
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	4	4	4	22

13	4	3	3	3	3	16
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	3	19
16	5	5	4	4	5	23
17	4	5	4	4	5	22
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	2	4	4	18
20	5	5	1	4	4	19
21	4	5	3	4	4	20
22	4	4	5	4	4	21
23	4	5	4	4	4	21
24	5	5	4	4	4	22
25	5	5	5	4	5	24
26	4	4	4	4	5	21
27	4	4	4	5	5	22
28	4	5	3	4	4	20
29	4	4	4	4	5	21
30	3	4	3	4	4	18
31	3	4	4	4	3	18
32	4	4	3	4	3	18
33	4	4	4	4	5	21
34	4	4	3	4	3	18
35	5	4	4	4	4	21
36	4	5	4	5	5	23
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	5	21
39	4	5	5	5	4	23
40	4	4	4	4	5	21
41	4	4	4	4	5	21
42	4	5	4	4	5	22
43	4	4	4	4	4	20
44	4	5	4	4	4	21
45	4	5	4	4	5	22
46	5	5	5	4	4	23
47	5	5	4	4	4	22
48	4	5	4	5	3	21
49	4	4	3	4	4	19
50	4	5	4	4	5	22
51	4	4	4	5	4	21
52	4	4	4	4	3	19
53	4	5	4	4	4	21

54	5	5	4	5	5	24
55	5	4	4	4	5	22
56	5	5	4	4	5	23
57	4	4	5	5	5	23
58	4	4	5	4	5	22
59	5	4	4	5	4	22
60	5	5	5	5	5	25
61	4	5	2	4	5	20
62	4	4	2	4	4	18
63	5	5	5	5	5	25
64	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	4	20
67	4	5	4	4	5	22
68	4	5	4	4	4	21
69	4	4	4	4	5	21
70	4	4	3	4	4	19
71	4	4	4	4	4	20
72	5	4	4	4	3	20
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	5	5	5	4	23
78	5	5	4	4	4	22
79	4	5	5	5	5	24
80	5	5	5	5	5	25
81	4	4	4	4	5	21
82	4	5	4	4	5	22
83	4	4	4	4	4	20
84	5	5	5	5	5	25
85	3	5	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	3	4	5	22
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	5	4	21
90	5	5	4	5	5	24
91	4	4	4	5	4	21
92	4	5	2	5	5	21
93	4	5	4	4	5	22
94	5	5	4	4	4	22

95	3	5	2	4	4	18
96	4	4	3	4	3	18
97	4	5	2	5	4	20
98	4	4	4	5	4	21
99	4	4	4	5	5	22
100	4	4	5	5	5	23



## Lampiran 3. Hasil Analisis Data

### A. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

##### a. Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1)

		Correlations																										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	Total_X1	
X1.1	Pearson Correlation	1																										
	Sig. (2-tailed)																											
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	0.00	1																									
	Sig. (2-tailed)	1.000																										
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	0.218	0.088	1																								
	Sig. (2-tailed)	0.247	0.691																									
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	-0.085	0.336	0.130	1																							
	Sig. (2-tailed)	0.654	0.069	0.493																								
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	0.066	0.292	0.151	0.716	1																						
	Sig. (2-tailed)	0.730	0.117	0.426	0.000																							
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	0.327	0.108	0.333	0.228	0.452	1																					
	Sig. (2-tailed)	0.077	0.571	0.072	0.226	0.012																						
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	0.267	0.179	0.208	0.312	0.198	0.380	1																				
	Sig. (2-tailed)	0.171	0.345	0.271	0.366	0.294	0.038																					
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	0.307	0.202	0.312	-0.041	0.306	0.156	0.248	1																			
	Sig. (2-tailed)	0.099	0.285	0.093	0.831	0.100	0.410	0.186																				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	0.400	0.108	0.167	0.423	0.302	0.250	0.311	0.429	1																		
	Sig. (2-tailed)	0.028	0.571	0.379	0.020	0.105	0.183	0.094	0.018																			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	0.241	0.190	0.221	0.239	0.277	0.020	0.483	0.230	0.184	1																	
	Sig. (2-tailed)	0.200	0.315	0.242	0.203	0.138	1.000	0.007	0.222	0.331																		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	0.241	0.190	0.221	0.239	0.277	0.020	0.483	0.230	0.184	0.427	1																
	Sig. (2-tailed)	0.116	0.061	0.152	0.009	0.477	1.000	0.250	0.714	0.613	0.018																	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	0.492	0.119	0.260	0.233	0.119	0.189	0.482	0.326	0.436	0.531	0.345	1															
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.037	0.052	0.287	0.316	0.532	0.007	0.078	0.016	0.003	0.002																
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.13	Pearson Correlation	0.282	0.500	0.000	0.126	0.146	0.000	0.402	0.151	0.323	0.427	0.346	0.345	1														
	Sig. (2-tailed)	0.132	0.005	1.000	0.507	0.441	1.000	0.028	0.425	0.082	0.016	0.061	0.062															
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.14	Pearson Correlation	0.406	0.000	0.124	0.161	0.327	0.310	0.558	0.387	0.465	0.456	0.056	0.294	0.240	1													
	Sig. (2-tailed)	0.026	1.000	0.514	0.394	0.078	0.095	0.001	0.034	0.010	0.011	0.771	0.114	0.201														
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.15	Pearson Correlation	-0.024	0.418	0.108	0.077	0.211	0.108	0.060	0.312	0.162	0.040	0.193	0.333	0.209	0.067	1												
	Sig. (2-tailed)	0.902	0.022	0.571	0.685	0.262	0.571	0.754	0.094	0.393	0.835	0.307	0.072	0.268	0.725													
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.16	Pearson Correlation	0.227	0.252	0.391	0.186	0.510	0.423	0.279	0.142	-0.098	0.383	-0.058	0.224	0.126	0.404	0.309	1											
	Sig. (2-tailed)	0.227	0.179	0.033	0.324	0.004	0.020	0.135	0.453	0.608	0.037	0.760	0.234	0.507	0.027	0.097												
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.17	Pearson Correlation	0.033	0.327	0.051	0.007	-0.107	-0.025	0.144	0.372	0.408	0.130	0.431	0.463	0.295	-0.063	0.585	0.466	1										
	Sig. (2-tailed)	0.862	0.077	0.790	0.972	0.574	0.894	0.448	0.043	0.026	0.492	0.017	0.010	0.114	0.741	0.001	0.148											
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.18	Pearson Correlation	0.171	0.253	0.196	0.140	0.163	0.196	0.109	0.107	0.294	0.288	0.351	0.256	0.380	-0.061	0.233	0.179	0.467	1									
	Sig. (2-tailed)	0.366	0.177	0.299	0.459	0.391	0.299	0.588	0.573	0.115	0.122	0.057	0.172	0.038	0.750	0.216	0.345	0.009										
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.19	Pearson Correlation	0.000	0.183	0.424																								

b. Variabel Pengetahuan Produk (X2)

**Correlations**

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	1	.491**	.196	.200	.141	.464**	.626**
	Sig. (2-tailed)		.006	.298	.288	.457	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item_2	Pearson Correlation	.491**	1	.027	.368*	.277	.450*	.637**
	Sig. (2-tailed)	.006		.887	.046	.138	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item_3	Pearson Correlation	.196	.027	1	.551**	.277	.450*	.598**
	Sig. (2-tailed)	.298	.887		.002	.138	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item_4	Pearson Correlation	.200	.368*	.551**	1	.452*	.612**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.288	.046	.002		.012	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item_5	Pearson Correlation	.141	.277	.277	.452*	1	.585**	.653**
	Sig. (2-tailed)	.457	.138	.138	.012		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item_6	Pearson Correlation	.464**	.450*	.450*	.612**	.585**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.010	.013	.013	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Skor_Total	Pearson Correlation	.626**	.637**	.598**	.751**	.653**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Variabel Keputusan Menabung (Y)

**Correlations**

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	1	.690**	.400*	.463**	.388*	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.029	.010	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Item_2	Pearson Correlation	.690**	1	.431*	.359	.314	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.017	.051	.091	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Item_3	Pearson Correlation	.400*	.431*	1	.154	.177	.590**
	Sig. (2-tailed)	.029	.017		.416	.351	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Item_4	Pearson Correlation	.463**	.359	.154	1	.316	.629**
	Sig. (2-tailed)	.010	.051	.416		.089	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Item_5	Pearson Correlation	.388*	.314	.177	.316	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.034	.091	.351	.089		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Skor_Total	Pearson Correlation	.821**	.788**	.590**	.629**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	25

### b. Variabel Pengetahuan produk (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	6

### c. Variabel Keputusan Menabung (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	5

## B. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71217544
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.070
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.105 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### b. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.703	2.726		.258	.797		
	Kualitas Pelayanan Islami	.116	.027	.393	4.392	.000	.810	1.235
	Pengetahuan Produk	.321	.088	.326	3.643	.000	.810	1.235

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

### c. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.170	1.800		2.873	.005
	Kualitas Pelayanan Islami	-.010	.018	-.062	-.570	.570
	Pengetahuan Produk	-.113	.058	-.213	-1.946	.055

a. Dependent Variable: Abs\_Res

### C. Regresi Linear Berganda

#### a. Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.703	2.726		.258	.797
	Kualitas Pelayanan Islami (X1)	.116	.027	.393	4.392	.000
	Pengetahuan Produk (X2)	.321	.088	.326	3.643	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

#### b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 <sup>a</sup>	.372	.359	1.72974

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk (X2), Kualitas Pelayanan Islami (X1)

## D. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.703	2.726		.258	.797
	Kualitas Pelayanan Islami (X1)	.116	.027	.393	4.392	.000
	Pengetahuan Produk (X2)	.321	.088	.326	3.643	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

### b. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.887	2	85.944	28.725	.000 <sup>b</sup>
	Residual	290.223	97	2.992		
	Total	462.110	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk (X2), Kualitas Pelayanan Islami (X1)

#### Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian



Gambar 5. 1 Bangunan KSPPS Inti Muamalat Bandungan



Gambar 5. 2 Penyebaran Kuesioner Kepada Responden

الجمعة، الأستد الأندو  
الجمعة، الأستد الأندو



Badan Hukum : 14257/BH/XIV/2011  
PAD BH : 269/Lap-PAD/1/2017  
Tanggal 09 Mei 2017  
Jalan Tirtomoyo no. 81 RTDA RW02 Bandungin,  
Kode Pos 50614  
Telp/Fax. (0296) 712357  
e-mail : kjsintimuamalat@gmail.com  
http : www.kjsintimuamalat.com

## **SURAT KETERANGAN**

Nomor : 41/KSPPS-IM/III/2022

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Muhamad Muttaqin**  
NIP : 301-01-02012019  
Jabatan : Ketua Pengurus  
Kantor : KSPPS Inti Muamalat

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa,

Nama : **Winda Hidayanti**  
NIM : 18423063  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta  
Jurusan : Program Studi Ekonomi Islam  
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Telah melaksanakan penelitian di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah / KSPPS Inti Muamalat mulai 15 sampai 26 Maret 2022 untuk memperoleh data guna penyusunan Tugas Akhir Skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di KSPPS Inti Muamalat Bandungan (Studi Anggota Simpanan Wadiah Sukarela Lancar)**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wa'alaikumsalam wr. wb.*

Bandungan, 31 Maret 2022

Hormat Kami,



**Muhamad Muttaqin**  
Ketua Pengurus

Gambar 5. 3 Surat Keterangan Selesai Penelitian

## RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis yaitu Winda Hidayanti. Penulis dilahirkan di Kabupaten Semarang, 06 November 2000. Alamat tempat tinggal penulis di Desa Mendongan-Banyukuning, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, 50663. Nomor Hp: 085694971564. Alamat Email lengkap: [windahidayanti86@gmail.com](mailto:windahidayanti86@gmail.com). Riwayat pendidikan penulis yaitu di MI Ma'arif Mendongan, MTS Darul Amanah Sukorejo Kendal, MA Darul Amanah Sukorejo Kendal. Selanjutnya pada tahun 2018 penulis diterima di salah satu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta yaitu pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Selama menjadi Mahasiswa di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, penulis menjadi anggota PMII Wahid Hasyim 2018 dan panitia makrab Ekonomi Islam 2018.

