

**PENGARUH PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN, PRODUK  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT ANGGOTA UNTUK  
MENGUNAKAN PRODUK SIMPANAN PADA KSPS BUANA  
KARTIKA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

**MUHAMMAD ARSYADANI**  
**1505026156**

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2022**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nurudin, S.E., MM  
NIP. 19900523 201503 1 004  
Fita Nurotul Faizah, M.E  
NIP. 19940503 201903 2 026

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Muhammad Arsyadani

**Kepada Yth.**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**UIN Walisongo Semarang**  
di Semarang

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, serta menjalankan perbaikan seperlunya, bersama dengan ini kami selaku pembimbing berpendapat bahwa naskah saudara :

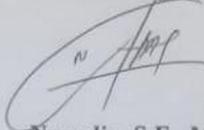
Nama : Muhammad Arsyadani  
NIM : 1505026156  
Judul : Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada KSPS Buana Kartika

Dengan ini kami mohon, kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Semarang, 13 Juni 2022

**Pembimbing I**



Nurudin, S.E., MM  
NIP. 19900523 201503 1 004

**Pembimbing II**



Fita Nurotul Faizah, M.E  
NIP. 19940503 201903 2 026



**KEMENTERIAN AGAMA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALIASONGO SEMARANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

JL. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454

Website : [www.febi.walisongo.ac.id](http://www.febi.walisongo.ac.id), Email : [febi@walisongo.ac.id](mailto:febi@walisongo.ac.id)

---

**PENGESAHAN**

Nama : Muhammad Arsyadani

NIM : 1505026156

Judul : **Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada KSPS Buana Kartika**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: **27 Juni 2022**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 27 Juni 2022

**Ketua Sidang**

**Rahman El Junusi, SE., MM.**

NIP. 19691118 200003 1 001

**Sekretaris Sidang**

**Fita Nurotul Faizah, M.E**

NIP. 19940503 201903 2 026

**Penguji I**

**H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.**

NIP. 19670119 199803 1 002

**Penguji II**

**Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM**

NIP. 19840308 201503 1 003

**Pembimbing I**

**Nurudin, S.E., MM.**

NIP. 19900523 201503 1 004

**Pembimbing II**

**Fita Nurotul Faizah, M.E**

NIP. 19940503 201903 2 026

### **PERSEMBAHAN**

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan nikmat yang luar biasa tak terhitung, memberi kesulitan agar diri ini ingat dan lebih mendekatkan diri, memberi kemudahan agar diri ini semakin bersyukur dalam melewati segala proses dalam skripsi ini..
2. Nabi Muhammad SAW yang senantiasa dijadikan sebagai tauladan sehingga mampu menjadikan penulis tidak menyerah dalam melewati rintangan sehingga skripsi ini bisa selesai.
3. Bapak Kosim dan Ibu Rofiah sebagai orang tua penulis yang selalu menjadikan kekuatan dan penyemangat penulis untuk menyelesaikan skripsinya.
4. seluruh sahabat yang selalu mensupport penulis dan membantu baik secara finansial ataupun tenaganya dalam penyusunan skripsi penulis.
5. Siti Laila Qona'ah yang bersedia meminjamkan laptopnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi.

## **MOTTO**

العلم ما نفع، ليس العلم ما حفظ

*“Ilmu adalah yang bermanfaat dan bukan hanya dihafalkan”* (Siyar A’lamin Nubala)

*“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan”*

(Ali bin Abi Thalib)

## **DEKLARASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Muhammad Arsyadani menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada KSPS Buana Kartika ”, adalah hasil tulisan sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Semarang, 13 Juni 2022

Deklarator

**Muhammad Arsyadani**

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan alih aksara atau alih huruf dari satu abjad ke abjad lainnya. Transliterasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu transliterasi Arab-latin yang merupakan penulisan huruf arab dengan disertai pelengkapannya.

Skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 serta Nomor : 0543b/U/1987.

ا	A	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	‘
ث	ṯ	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ẓ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

### Bacaan madd:

ā = a panjang

i> = i panjang

ii> ū = u panjang

### Bacaan diftong:

au = أو

ai = أي

iy = إي

## ABSTRAK

Perkembangan lembaga keuangan di Indonesia sangatlah pesat, menyebabkan persaingan yang ketat antar lembaga keuangan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *rumus roscoe* yaitu pengambilan sampel dengan mengalikan 10 kali variable yang tersedia. Jumlah sample sejumlah 50 Orang. Data yang digunakan merupakan data primer. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode SPSS 22 .

Hasil penelitian koefisien determinan sebesar 0,863 yang berarti 86,3 % minat anggota untuk menggunakan produk dipengaruhi oleh variable pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas sedang 13,7% dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 98 bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan, sedangkan kualitas pelayanan, produk dan religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika. Kata kunci: pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, religiusitas, minat.



## **ABSTRACT**

The development of financial institutions in Indonesia is very rapid, causing intense competition between existing financial institutions. This study aims to examine the effect of knowledge, service quality, product and religiosity on members' interest in using savings products at KSPS Buana Kartika.

This study uses a quantitative approach with a survey method. The sampling technique used is using the Roscoe formula, namely sampling by multiplying 10 times the available variables. The number of samples is 50 people. The data used is primary data. Testing the hypothesis in this study using the SPSS 22 method.

The results of the study of the determinant coefficient of 0.863 which means that 86.3% of members' interest in using the product is influenced by the variables of knowledge, service quality, product and religiosity while 13.7% is influenced by other factors of 98 that knowledge affects members' interest in using savings products, while the quality of service, product and religiosity have no influence on the interest of members to use savings products at KSPS Buana Kartika.

Keywords: knowledge, service quality, product, religiosity, interest.

## KATA PENGANTAR

Segala rahmat & syukur tak lupa penulis haturkan pada Allah SWT yang senantiasa mengasihi hambanya serta melimpahkan segala rahmat maupun hidayah utamanya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan karya sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana strata I. Shalawat *ma'assalam* tak lupa senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW.

Ucapan terimakasih serta penghargaan setinggi-tingginya peneliti sampaikan kepada segala pihak yang telah memperlancar penulisan skripsi ini, terkhusus :

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN Walisongo Semarang
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag, selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Syariah
4. Pembimbing yang sangat baik hati sehingga bait ini tersusun menjadi Skripsi yaitu Nurudin, S.E.,MM, serta Fita Nurotul Faizah, M.E.
5. Bapak dan Ibu dosen, serta Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang senantiasa membantu.
6. kedua orang tua Bapak Kosim Dan Ibu Rofiah selaku orang tua penulis.
7. Teman-teman prodi Ekonomi Islam angkatan 2015 yang telah menyemangati dan mendoakan penulis.
8. Seluruh anggota dan Karyawan KSPS Buana Kartika Mranggen.
9. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih belum sempurna, untuk itu penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penelitian di masa mendatang. Semoga Allah SWT senantiasa membalas amal baik yang telah bapak dan ibu dosen berikan. Dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 13 Juni 2022

**Muhammad Arsyadani**  
**NIM.1505026156**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
DEKLARASI .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	1
DAFTAR TABEL .....	4
DAFTAR LAMPIRAN .....	5
BAB I .....	6
PENDAHULUAN .....	6
11 Latar Belakang .....	6
12 Rumusan Masalah .....	10
13 Tujuan Penelitian .....	10
14 Manfaat Penelitian .....	10
15 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II .....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
3.1 Landasan Teori .....	13
2.3.1 <i>Theory Reason Action</i> / Teori Tindakan Beralasan .....	13
2.3.2 Minat .....	16
2.3.3 Pengetahuan .....	19
2.3.4 Kualitas Pelayanan .....	22
2.3.5 Produk .....	26
2.3.6 Religiusitas .....	30
3.2 Penelitian Terdahulu .....	38
3.3 Hubungan Logis antar Variabel dan Perumusan Hipotesis .....	41
3.1.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap minat menggunakan produk simpanan .....	41
3.1.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat menggunakan produk simpanan .....	41
3.1.3 Pengaruh Produk terhadap Minat menggunakan produk simpanan .....	42

3.1.4	<b>Pengaruh Religiusitas terhadap Minat menggunakan produk simpanan</b>	43
3.4	<b>Kerangka Pemikiran Teoritis</b>	44
<b>BAB III</b>		45
<b>METODE PENELITIAN</b>		45
3.1	<b>Jenis Penelitian serta Sumber Data</b>	45
3.2.1	<b>Jenis Penelitian</b>	45
3.2.2	<b>Sumber Data</b>	45
3.2	<b>Populasi dan Sampel</b>	46
3.4.1	<b>Populasi</b>	46
3.4.2	<b>Sample</b>	46
3.3	<b>Metode Pengumpulan Data</b>	47
3.4	<b>Metode Analisis Data</b>	48
3.4.1	<b>Statistik Deskriptif</b>	48
3.4.2	<b>Uji Kualitas Data</b>	49
3.4.3	<b>Uji Asumsi Klasik</b>	49
3.4.4	<b>Analisis Regresi Linier Berganda</b>	52
3.4.5	<b>Pengujian Hipotesis</b>	53
<b>BAB IV</b>		55
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		55
4.1	<b>Diskripsi Objek Penelitian</b>	55
4.1.1	<b>Sejarah KSPS Buana Kartika Mranggen</b>	55
4.1.2	<b>Visi dan Misi</b>	55
4.1.3	<b>Model Sistem Pengawasan KSPS Buana Kartika Mranggen</b>	56
4.2	<b>Karakteristik Responden</b>	64
4.3	<b>Analisis Data</b>	66
43.1.	<b>Statistik Deskriptif</b>	66
43.2.	<b>Uji Kualitas Data</b>	67
43.3.	<b>UJI ASUMSI KLASIK</b>	70
43.4.	<b>UJI REGRESI LINEAR BERGANDA</b>	73
43.5.	<b>PENGUJIAN HIPOTESIS</b>	75
44	<b>PEMBAHASAN</b>	78
44.1.	<b>Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan</b>	78
44.2.	<b>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan</b>	78
44.3.	<b>Pengaruh Produk Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan</b>	79

<b>444. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan</b>	80
<b>BAB V</b> .....	81
<b>PENUTUP</b> .....	81
<b>51. Kesimpulan</b> .....	81
<b>52. Saran</b> .....	81
<b>53. Keterbatasan Penelitian</b> .....	82
<b>54. Agenda penelitian selanjutnya</b> .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	83
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	86
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	104

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah anggota .....	7
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu .....	39
Tabel 3.1	Nilai skala likert .....	48
Tabel 4.1	Demografi responden .....	65
Tabel 4.2	Uji Statistik Deskriptif.....	66
Tabel 4.3	Uji Validitas X1 .....	68
Tabel 4.4	Uji validitas X2.....	68
Tabel 4.5	Uji Validitas X3.....	68
Tabel 4.6	Uji Validitas X4.....	69
Tabel 4.7	Uji Validitas Y.....	69
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.9	Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.10	Uji Heteroskedasitas .....	71
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas .....	72
Tabel 4.12	Uji Regresi Linear Berganda .....	74
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinan.....	75
Tabel 4.14	Uji F.....	76
Tabel 4.15	Uji T.....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	92
Lampiran 3 Data Hasil Output SPSS .....	95
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	104

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Lembaga Keuangan telah berperan sangat besar dalam pengembangan dan pertumbuhan masyarakat industri modern. Produksi berskala besar dengan kebutuhan investasi yang membutuhkan modal besar tidak mungkin dipenuhi tanpa bantuan lembaga keuangan. Lembaga keuangan merupakan tumpuan bagi para pengusaha untuk mendapatkan tambahan modalnya melalui mekanisme kredit dan menjadi tumpuan investasi melalui mekanisme saving, sehingga lembaga keuangan memiliki peranan yang besar dalam mendistribusikan sumber-sumber daya ekonomi di kalangan masyarakat.<sup>1</sup> meskipun tidak sepenuhnya dapat mewakili kepentingan masyarakat yang luas. Berdasarkan dari Undang-Undang Pokok Perbankan No. 23 tahun 1998.

Pada prinsipnya Koperasi Jasa Keuangan Syariah adalah koperasi Simpan Pinjam Syariah yang kegiatan usahanya meliputi bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan yang sistemnya sesuai pola bagi hasil (syariah).<sup>2</sup> Sedangkan yang disebut Unit Jasa Keuangan Syariah adalah unit usaha pada Koperasi

KSPS Buana Kartika adalah koperasi yang berbentuk syari'ah Islam yang terletak di Jalan Raya Mranggen No.17 Mranggen Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. Koperasi ini didirikan pada tahun 2003 oleh pengurus PAC GP ANSOR kecamatan Mranggen.KSPS Buana Kartika bergerak dibidang jasa keuangan syari'ah yang melayani simpan pinjam .

Perkembangan kantor-kantor Bank berdampak bagi kelangsungan KSPS Buana Kartika seperti BRI, BNI, BPD Jateng, BPR dan bank-bank lainnya. Berdirinya bank-bank tersebut akan mempersempit ruang gerak KSPS Buana Kartika dan menjadi pesaing-pesaing baru, terlebih bank-bank tersebut merupakan perusahaan bank besar dan sudah mapan serta mempunyai pengalaman yang cukup lama. Hal inilah yang menjadikan KSPS Buana Kartika harus terus berbenah dan mengevaluasi

---

<sup>1</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen BMT*,(Yogyakarta :UII Press,2004),hal.51

<sup>2</sup> Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM, *Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan KJKS*, Surat Putusan No. 91/ Kep/M. KUKM/IX/ 2004, h. 2

diri untuk mempertahankan minat anggotanya menggunakan produk simpanan yang berlandaskan syariah.

**Tabel 1.1**

**Tabel Jumlah anggota KSPS Buana Kartika**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>
2020	1.410
2021	1.650
2022	1.911

Sumber : KSPS Buana Kartika

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan minat anggota yang memilih produk simpanan di KSPS Buana Kartika setiap tahunnya terdapat peningkatan meskipun tidak terlalu tinggi. Ini membuktikan bahwa KSPS Buana Kartika mampu mempertahankan organisasinya dengan baik meskipun saat ini terdapat banyak bank konvensional yang hadir di wilayah Mranggen.

Pada dasarnya jika seseorang tersebut mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan dapat menerima dengan baik dan bersikap positif dengan suatu obyek atau lingkungan yang menjadi obyek minatnya. Anggota saat ini akan lebih berhati-hati dalam mengambil suatu keputusan untuk menggunakan berbagai produk yang ditawarkan oleh suatu lembaga keuangan yang akan dipilihnya sebagai tempat untuk menginvestasikan dananya.

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi minat menggunakan produk simpanan adalah adanya pengetahuan terhadap KSPS itu sendiri. Berdasarkan hasil penelitian Romdhoni dan Ratnasari dapat disimpulkan bahwa pengetahuan anggota dapat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan produk simpanan di KSPS Amanah Ummah Gumpang, karena dengan memberikan pengetahuan atau pemahaman kepada masyarakat mengenai produk-produk dalam KSPS Amanah Ummah Gumpang, maka akan meningkatkan pemahaman mereka serta dapat

mendorong minat mereka untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh KSPS Amanah Ummah Gumpang.<sup>3</sup> Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Igayani menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri 2018 di bank Syariah. Dan berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri 2018 di bank Syariah.<sup>4</sup>

Faktor yang kedua yang menjadi acuan untuk mempengaruhi minat menggunakan produk simpanan adalah faktor kualitas pelayanan. Dalam penelitian Sarwita menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, artinya apabila pelayanan tersebut lebih ditingkatkan akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan anggota dalam menabung pada Perumda BPR Pusat Majalengka.<sup>5</sup> Penelitian yang dilakukan oleh sarwita menyebutkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, artinya bahwa apabila kualitas pelayanan tersebut lebih ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan nasabah dalam menabung pada Perumda BPR Pusat Majalengka.<sup>6</sup> Sedangkan penelitian dari Romdhoni dan Ratnasari menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada KSPS Amanah Ummah Gumpang Kartasura.

Selanjutnya produk dari KSPS itu sendiri. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Qodriyah menyebutkan bahwa Variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan di Bank Muamalat Cabang Madiun. Dari segi pandangan Islam sesuatu dikatakan baik apabila sesuatu tersebut adalah sesuatu yang halal dan bukan sesuatu yang haram. Demikian halnya dengan macam produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Cabang Madiun,

---

<sup>3</sup> Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4 (Juli 2018), 142

<sup>4</sup> Rizqi Yoyong Igayani, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah", *Artikel*, (Juli 2018), 14

<sup>5</sup> H. Ade Sarwita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung", *Jurnal Ilmiah dan Manajemen Akuntansi*, Vol 4. No 1, (Januari-Juni 2017), 36

<sup>6</sup> *Ibid*, 36

produk-produknya telah sesuai dengan kriteria yang belum tentu dimiliki oleh bank lain.<sup>7</sup> Di sisi lain, penelitian dari Romdhoni dan Ratnasari produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada KSPS Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada KSPS Amanah Ummah Gumpang Kartasura.<sup>8</sup>

Religiusitas juga mempengaruhi minat menggunakan produk simpanan masyarakat. Berdasarkan penelitian Romdhoni dan Ratnasari disimpulkan bahwa apabila tingkat religiusitas seseorang meningkat atau tinggi maka seseorang tersebut sangat berhati-hati dalam mengambil segala keputusan baik itu dalam mengambil keputusan untuk menjadi anggota di suatu lembaga keuangan. Semakin tinggi religiusitas anggota maka akan semakin tinggi pula minat anggota untuk menggunakan produk simpanan di KSPS Amanah Ummah Gumpang<sup>9</sup>. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maghfiroh menunjukkan bahwa faktor religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan di bank syariah pada santri pesantren mahasiswa Darus shalihat.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Romdhoni dan Ratnasari yang meneliti mengenai pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni dan Ratnasari adalah sama-sama meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota untuk menggunakan produk simpanan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, antara lain:

- 1) Sampel yang digunakan oleh sebelumnya adalah di KSPS Amanah Ummah Gumpang, Kartasura, Sukoharjo. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah Koperasi Simpan Pinjam Syariah ( KSPS ) Buana Kartika Mranggen.

---

<sup>7</sup> Ida Lailatul Qodriyah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Muamalat Cabang Madiun", Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi, 7, (Maret 2017), 11

<sup>8</sup> Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 4 (Juli 2018), 146

<sup>9</sup> *Ibid*, 141

- 2) Periode penelitian yang digunakan oleh sebelumnya adalah tahun 2018, sedangkan penelitian ini periode yang digunakan adalah tahun 2022.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk menguji kembali penelitian sejenis dengan mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada KSPS Buana Kartika”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka dirumusan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Pengetahuan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika ?
3. Bagaimana pengaruh Produk terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika ?
4. Bagaimana pengaruh Religiusitas minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Pengetahuan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika
3. Mengetahui pengaruh Produk terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika
4. Mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak baik secara teoritis maupun secara praktis.

## **1. Manfaat Praktis**

Dapat dijadikan evaluasi kinerja dan sumber informasi bagi koperasi dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, produk dan promosi telah dilaksanakan yang berkaitan dengan usaha meningkatkan minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika.

## **2. Manfaat Teoritis**

Memperkaya khasanah ilmu pengetahuan ekonomi khususnya ekonomi islam dalam bidang koperasi. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan yang nanti bisa digunakan sebagai acuan ataupun referensi untuk penelitian sejenis sebagai pengembangan ilmu ekonomi islam.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan memberikan gambaran yang jelas mengenai sistematika penulisan skripsi ini, penulis membaginya kedalam beberapa sub bab yang dijabarkan seperti dibawah ini:

### **BAB I PENDAHULUAN :**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA :**

Pada bab ini dijelaskan mengenai teori umum yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian. Pembahasan ini meliputi : landasan teori, peneliti terdahulu, hubungan logis antar variable dan perumusan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN :**

Pada bab ini dijelaskan mengenai pendekatan dan metode penelitian yang digunakan. Uraian yang digunakan meliputi metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan sampel, dan metode analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN :**

Pada bab ini diuraikan tentang analisis data, dan pembahasan atas pengolahan data.

## **BAB V PENUTUP :**

Pada bab ini menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian, keterbatasan penelitian, dan juga saran-saran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **3.1 Landasan Teori**

##### **2.3.1 *Theory Reason Action* / Teori Tindakan Beralasan**

Penelitian ini fokus pada faktor penentu niat seperti sikap dan pengaruh sosial. Penelitian ini didasarkan pada model psikologi sosial seperti TRA (Theory of Reasoned Action) dan faktor kemudahan penggunaan dan kegunaan langsung. Niat sebagai faktor penentu perilaku telah ditetapkan di dalam acuan sistem informasi dan disiplin lain model penerimaan teknologi sebagai adaptasi TRA menjadi populer di antara peneliti sistem informasi untuk menentukan antecedent pemakaian sistem melalui kepercayaan tentang dua faktor: penggunaan dan kemudahan dalam mengakses.

Teori ini menghubungkan antara keyakinan (belief), sikap (attitude), kehendak (intention) dan perilaku (behavior). Kehendak merupakan prediktor terbaik perilaku, artinya jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui kehendak orang tersebut. Namun, seseorang dapat membuat pertimbangan berdasarkan alasan-alasan yang sama sekali berbeda (tidak selalu berdasarkan kehendak).<sup>10</sup> Konsep penting dalam teori ini adalah fokus perhatian (salience), yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Kehendak (intention) ditentukan oleh sikap dan norma subyektif.

Theory of Reasoned Action (TRA) atau Teori Tindakan Beralasan atau Teori Aksi Beralasan mengatakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku melalui suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan, dan dampaknya terbatas hanya pada tiga hal. Pertama, perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tetapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu. Kedua, perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap tetapi juga oleh norma subyektif (subjective norms) yaitu

---

<sup>10</sup> Neila Ramadhani, "Penyusunan Alat Pengukur Berdasarkan Teory of Planned Behavior", Bulletin Psikologi, Vol 19, No.2, (2011), 56

keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita lakukan. Ketiga, sikap terhadap suatu perilaku bersama-sama norma subyektif membentuk suatu intensi atau niat untuk berperilaku tertentu.

Secara singkat, praktik atau perilaku menurut Theory of Reasoned Action (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Sikap sendiri dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut. Secara lebih sederhana, teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya orang lain ingin agar ia melakukannya. Lebih jelasnya, ada beberapa komponen dalam Theory of Reasoned Action :

1. *Behavior Belief*

Mengacu pada keyakinan seseorang terhadap perilaku tertentu, disini seseorang akan mempertimbangkan untung atau rugi dari perilaku tersebut, disamping itu juga dipertimbangkan pentingnya konsekuensi-konsekuensi yang akan terjadi bagi individu bila ia melakukan perilaku tersebut.<sup>11</sup>

2. *Normative Belief*

Mencerminkan dampak keyakinan normatif, disini mencerminkan dampak dari norma-norma subyektif dan norma sosial yang mengacu pada keyakinan seseorang terhadap bagaimana dan apa yang dipikirkan orang-orang yang dianggap penting oleh individu dan motivasi seseorang untuk mengikuti perilaku tersebut (seberapa penting kita menerima saran atau anjuran dari orang lain). Pengetahuan merupakan landasan umum seseorang untuk melakukan tindakan.<sup>12</sup>

3. *Attitude towards the behavior*

Sikap adalah fungsi dari kepercayaan tentang konsekuensi perilaku atau keyakinan normatif, persepsi terhadap konsekuensi suatu perilaku dan penilaian terhadap perilaku tersebut. Sikap juga berarti perasaan umum

---

<sup>11</sup> *Ibid*, 56

<sup>12</sup> *Ibid*, 57

yang menyatakan keberkenaan atau ketidakberkenaan seseorang terhadap suatu objek yang mendorong tanggapannya. Faktor sikap merupakan poin penentu perubahan perilaku yang ditunjukkan oleh perubahan sikap seseorang dalam menghadapi sesuatu.

4. *Importance Norms*

Norma-norma penting atau norma-norma yang berlaku di masyarakat, adalah pengaruh faktor sosial budaya yang berlaku di masyarakat dimana seseorang tinggal. Unsur-unsur sosial budaya yang dimaksud seperti “gengsi” yang juga dapat membawa seseorang untuk mengikuti atau meninggalkan sebuah perilaku.

5. *Subjective Norms*

Norma subjektif atau norma yang dianut seseorang atau keluarga. Dorongan anggota keluarga, termasuk kawan terdekat juga mempengaruhi agar seseorang dapat menerima perilaku tertentu, yang kemudian diikuti dengan saran, nasehat dan motivasi dari keluarga atau kerabat. Kemampuan anggota keluarga atau kerabat terdekat mempengaruhi seorang individu untuk berperilaku seperti yang mereka harapkan diperoleh dari pengalaman, pengetahuan dan penilaian individu tersebut terhadap perilaku tertentu dan keyakinannya melihat keberhasilan orang lain berperilaku seperti yang disarankan.

6. *Behavior*

Perilaku adalah sebuah tingkatan yang telah dipilih seseorang untuk ditampilkan berdasarkan atas niat yang sudah terbentuk. Perilaku merupakan transisi niat atau kehendak ke dalam action atau tindakan.<sup>13</sup>

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa faktor pengetahuan dan religiusitas adalah perceived behavior control, sedangkan variabel produk dan kualitas pelayanan berasal dari subjective norms karena subjective norms merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar diri seseorang artinya variabel produk dan kualitas pelayanan

---

<sup>13</sup> *Ibid*, 59

mempengaruhi perilaku minat menggunakan produk simpanan dari luar diri seseorang.

## **2.3.2 Minat**

### **2.3.2.1 Definisi Minat**

Minat dalam kamus umum bahasa Indonesia mempunyai arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu (KBBI). Minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan bahwa minat adanya pengertian subjek terhadap obyek yang menjadi sasaran karena obyek tersebut menarik perhatian menimbulkan perasaan senang sehingga cenderung pada obyek tersebut.<sup>14</sup>

Minat merupakan masalah yang paling penting di dalam aktivitas seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Minat yang ada pada diri seseorang akan memberi gambaran dalam aktivitas untuk mencapai suatu tujuan. Minat datang dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi gerakan kehendak terhadap sesuatu. Minat mendorong seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginan.

Maghfiroh mendefinisikan minat sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.<sup>15</sup>

Sedangkan menurut Mappiare, definisi minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.<sup>16</sup> Dalam dunia bisnis, minat lebih dikenal sebagai keputusan pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut

---

<sup>14</sup> Khairani Makmun, *Psikologi Belajar*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo 2013), hal. 137

<sup>15</sup> Sayidatul Maghfiroh, *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan sosial, Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah*, (Yogyakarta: UNY, 2018), hal 12.

<sup>16</sup> Andi Mappiare AT, *Pengantar Konseling dan Psikoterapi* (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hal. 83.

diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.

### **2.3.2.2 Macam-Macam Minat**

Menurut pendapat Carl Safran bahwa ada tiga cara yang dapat digunakan untuk menentukan minat, yaitu:<sup>17</sup>

1. Minat yang diekspresikan  
Seseorang dapat mengungkapkan minat atau pilihannya dengan kata-kata tertentu. Misalnya: seseorang mungkin mengatakan bahwa dirinya tertarik dalam mengumpulkan mata uang logam, perunggu dan lain-lain.
2. Minat yang diwujudkan  
Seseorang dapat mengungkapkan minat bukan melalui kata-kata melainkan dengan tindakan atau perbuatan, yaitu ikut serta dan berperan aktif dalam suatu kegiatan, misalnya: kegiatan pramuka, olahraga, dan sebagainya yang menarik perhatian.
3. Minat yang diinventarisasi  
Seseorang menilai minatnya agar dapat diukur dengan menjawab terhadap sejumlah pertanyaan tertentu atau urutan pilihannya untuk mengukur minat seseorang diukur dengan angket.

### **2.3.2.3 Indikator Minat**

Menurut Safari, minat dapat diketahui melalui beberapa indikator, antara lain yaitu sebagai berikut:<sup>18</sup>

1. Perasaan senang  
Seorang siswa yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap suatu mata pelajaran, maka siswa tersebut akan terus mempelajari ilmu yang disenanginya. Tidak ada perasaan terpaksa pada siswa untuk mempelajari bidang tersebut.

---

<sup>17</sup> Khairani Makmun, *Psikologi Belajar...*, hal. 141.

<sup>18</sup> Safari, *Indikator Minat Belajar*. (Jakarta: Rineka Cipta 2003).

## 2. Ketertarikan

Berhubungan dengan daya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

## 3. Perhatian

Perhatian merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa terhadap pengamatan dan pengertian, dengan mengesampingkan yang lain dari pada itu. Siswa yang memiliki minat pada objek tertentu, dengan sendirinya akan memperhatikan objek tersebut.

## 4. Keterlibatan

Ketertarikan seseorang akan suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan dari objek tersebut. Minat tidak timbul secara tiba-tiba.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang dikarenakan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak adanya paksaan dari pihak luar. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa. Adapun dalam penelitian ini, faktor faktor yang mempengaruhi niat diantaranya: pengetahuan , kualitas pelayanan , produk dan religiusitas.

## 2.3.3 Pengetahuan

### 2.3.4.1 Definisi Pengetahuan

Kata ilmu berasal dari bahasa Arab ‘ilm (‘alima-ya’lamu-‘ilm), yang berarti pengetahuan (*al-ma’rifah*)<sup>19</sup>, kemudian berkembang menjadi pengetahuan tentang hakikat sesuatu yang dipahami secara mendalam<sup>20</sup>. Dari asal kata ‘ilm ini selanjutnya di-Indonesia-kan menjadi ‘ilmu’ atau ‘ilmu pengetahuan.’ Dalam perspektif Islam, ilmu merupakan pengetahuan mendalam hasil usaha yang sungguh-sungguh (*ijtihad*) dari para ilmuwan muslim (‘*ulamā’/mujtahid*) atas persoalan-persoalan *duniawī* dan *ukhrāwī* dengan bersumber kepada wahyu Allah.<sup>21</sup>

Pengetahuan juga dijelaskan dalam Al-Qur’an surat At-Taubah ayat 122:

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَآفَّةً ۚ فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

Artinya: "Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya," (QS. At-Taubah: 122).

Dari ayat diatas menunjukkan bagaimana pentingnya menuntut ilmu, apabila terjadi peperangan atau jihad yang statusnya fardhu kifayah maka tidak sepatutnya semua orang pergi ke medan perang harus ada yang konsentrasi menuntut ilmu sehingga penyebaran ilmu bisa merata.

Pengetahuan merupakan asset yang dimiliki setiap orang dan dapat diperoleh berdasarkan pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal pekerjaan.

---

<sup>19</sup> Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir; Kamus Arab-Indonesia* (Yogyakarta: Unit Pengadaan Buku-Buku Ilmiah Keagamaan Pondok Pesantren al-Munawwir, 1984), hlm.1037.

<sup>20</sup> *Al-Munjid fī al-Lūghah wa al-A’lām* (Beirut : Dār al-Masyriq, 1986), hlm. 527.

<sup>21</sup> A.Qadri Azizy, *Pengembangan Ilmu-Ilmu Keislaman*, (Jakarta: Direktorat Perguruan Tinggi Agama Islam Departemen Agama RI, 2003), hlm. 13.

Pengetahuan menurut Sutrisno adalah informasi yang dimiliki seseorang untuk bidang tertentu. Pengetahuan merupakan kompetensi yang kompleks dan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang (Overt behavior). Yuniarsih dan Suwatno mengatakan bahwa Pengetahuan adalah suatu informasi yang dimiliki seseorang khususnya pada bidang spesifik.<sup>22</sup>

Pengetahuan ini terjadi setelah seseorang melakukan penelitian terhadap suatu objek. Ketika masyarakat memiliki pengetahuan lebih banyak, maka mereka akan lebih baik dalam mengambil keputusan.

Kristiyadi dan Hartiyah mengatakan bahwa pengetahuan dapat di definisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Himpunan dari bagian informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar disebut pengetahuan konsumen. Pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.<sup>23</sup>

#### **2.3.4.2 Tingkat Pengatahuan**

pengetahuan yang tercakup dalam domain kongnitif mempunyai 6 tingkatan yaitu:

1. Tahu

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk kedalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima.

2. Memahami

Memahami diartikan sebagai kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

---

<sup>22</sup> Suriati dan Samsul Rijal, "Pengaruh Pengetahuan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan", *Jurnal Of Management*, Vol. 4 no. 2 (2021), hal. 335.

<sup>23</sup> Kristiyadi dan Sri hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*, vol. 5 no. 9 (Februari 2016), hal 59.

### 3. Aplikasi

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya. Aplikasi disini dapat pula diartikan penggunaan hukum-hukum, rumus, prinsip dan sebagainya.

### 4. Analisis

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen, tetapi masih dalam struktur organisasi, dan masih dalam keterkaitan satu sama lain. Kemampuan ini dapat dilihat dari penggunaan kata kata kerja.

### 5. Sintesis

Sintesis menunjukkan kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

### 6. Evaluasi

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian itu menggunakan kriteria-kriteria yang ada.

#### **2.3.4.3 Indikator Pengetahuan**

Menurut Spencer pengetahuan meliputi:<sup>24</sup>

##### 1. *Analytical thinking (AT)*

Merupakan kemampuan memahami situasi masalah dengan menguraikannya menjadi bagian-bagian kecil agar dapat melihat adanya hubungan sederhana untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat. Sehingga mampu menganalisa masalah-masalah yang kompleks.

##### 2. *Conceptual thinking (CT)*

merupakan kemampuan memahami situasi masalah secara konsep dengan menggunakan aturan-aturan dasar logika. Menggabungkan ide-ide dan informasi untuk membuat gambaran yang lebih besar sehingga mampu

---

<sup>24</sup> Spencer Lyle, *Competence at Work, Models For Superior Performanc.*, (Canada : John Wiley & Sons, Inc. 1993),Hal. 94

mengidentifikasi masalah yang timbul baik berupa isu mendatang atau suatu kunci masalah yang kompleks.

### 3. *Expertise (EXP)*

Merupakan pengetahuan terkait pekerjaan (seperti kemampuan dalam melakukan pekerjaan secara professional, teknikal dan manajerial) dan juga pengetahuan dalam motivasi untuk dapat memanfaatkan, memperluas, dan mendistribusikan pengetahuan tentang pekerjaan tersebut terhadap orang lain.

## **2.3.4 Kualitas Pelayanan**

### **2.3.5.1 Definisi Pengetahuan**

Istilah pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

Sedangkan menurut Lukman dalam Sinambela menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau masih secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.<sup>25</sup>

Pendapat lain mengenai pelayanan menurut Ratminto, menyatakan pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat dirabah) yang terjadi sebagai akibat dari adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal lainnya yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

---

<sup>25</sup> Istianto, Bambang. "Manajemen Pemerintahan Dalam Prespektif Pelayanan Publik" Edisi 2, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hal. 68.

Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.<sup>26</sup>

Kualitas Pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan sehingga kualitas merupakan unsur dari kebaikan.<sup>27</sup> Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, Artinya kualitas didasarkan pada pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan atau anggota yang dialaminya.

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>28</sup> Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, untuk memberikan pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keramahan, kenyamanan yang terintegrasi sehingga manfaat yang besar akan diperoleh terutama kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.<sup>29</sup>

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

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

---

<sup>26</sup> Arianto, N. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunakan jasa hotel rizen kedaton bogor", Jurnal Emba, vol. 8 no. 1 (Februari 2020), hal. 83.

<sup>27</sup> Ade Syarif Maulana. "Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI", Jurnal Ekonomi, vol.7 no. 2 (November 2016), hal. 117.

<sup>28</sup> *Ibid*, 84

<sup>29</sup> Agus Hipludin, "Birokrasi dan Pelayanan Publik", (Yogyakarta: Calpulis, 2017), hal. 108

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 Mahakaya, Maha Terpuji.” (QS Al-Baqarah: 267).

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan.<sup>30</sup>

### **2.3.5.2 Tujuan Kualitas Pelayanan**

Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut. Tujuan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut:<sup>31</sup>

1. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
3. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
4. Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
5. Untuk mempertahankan konsumen.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan. Pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Menurut Budiono dalam penelitiannya bahwa dalam karakteristik lembaga bisnis syariah yang berbeda dengan konvensional, maka produk-produk dari bisnis syariah yang diperhatikan adalah prinsip yang digunakan bukan nama produknya.

---

<sup>30</sup> Thorik Gunara & Hardiono, U.S, *Marketing*, (Bandung: Takbir Publishing House 2006). Hal 13

<sup>31</sup> *Ibid*, hal. 19

### 2.3.5.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Harfika dan Abdullah, terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yaitu:<sup>32</sup>

1. *Reliability* (keandalan)

*Reliability* adalah kemampuan Untuk Memberikan Layanan Yang Dijanjikan Dengan Segera, Akurat Dan Memuaskan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *reliability*, yaitu:

- a) Kecermatan dalam melayani pelanggan.
- b) Standar pelayanan yang jelas.
- c) Kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

2. *Tangible* (bukti fisik)

*Tangible* adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan fasilitas komunikasi. Indikator untuk dimensi *tangible*, di antaranya:

- a) Kemudahan dalam proses pelayanan.
- b) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
- c) Penampilan dalam melayani pelanggan.
- d) Kenyamanan tempat penyedia pelayanan.
- e) Kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan.
- f) Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.

3. *Responsiveness* (daya tanggap),

*Responsiveness* adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan reaktif. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *responsiveness*, terdiri dari:

- a) Merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan.
- b) Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat.

---

<sup>32</sup> Harfika, J., dan Abdullah, N, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*. XIV(1),48.

- c) Perusahaan melayani dalam waktu yang tepat.
- d) Semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan.

4. *Assurance* (jaminan)

*Assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi assurance, di antaranya:

- a) Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan.
- b) Perusahaan memberikan jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan.
- c) Perusahaan memberikan jaminan legalitas.

5. *Attention* (Perhatian)

*Attention* adalah kemudahan membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi attention, di antaranya:

- a) Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah – tamah.
- b) Menghargai setiap pelanggan.
- c) Mendahulukan kepentingan pelanggan.
- d) Melayani dengan tidak diskriminatif.

## **2.3.5 Produk**

### **2.3.5.1 Pengertian Produk**

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Kotler, P. & Keller, K.L. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12, (Jakarta: Erlangga 2012).

Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>34</sup>

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.<sup>35</sup>

Firman Allah swt dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”(QS. Al-Baqarah:168)

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah dilepaskan.

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasakan langsung sebelum dibeli, sedangkan

---

<sup>34</sup> Kotler, P. & Armstrong, G. *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12, (Erlangga2012).

<sup>35</sup> Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, *Muliaman Darmansyah Hadad*, Hlm. 380

produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasakan sebelum dibeli.

Sedangkan menurut Ali bahwa produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia.<sup>36</sup> Seperti produk: buku, tabungan, deposito, kredit, dan lain-lain. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan anggota. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga dapat menarik minat calon anggota yang baru atau dapat mempertahankan anggota yang sudah ada.

#### **2.3.5.2 Tingkatan Produk**

Perusahaan harus mengetahui beberapa tingkatan produk ketika akan mengembangkan produknya. Menurut Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran produk memiliki 5 tingkatan, di antaranya:<sup>37</sup>

1. Manfaat inti (*Core Benefit*): Yaitu manfaat dasar dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen.
2. Produk dasar (*Basic Product*): Yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra.
3. Produk harapan (*Expected Product*): Yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk.
4. Produk pelengkap (*Augmented Product*): Yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
5. Produk potensial (*Potential Product*): Yaitu semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa datang.

---

<sup>36</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010, h. 88.

<sup>37</sup> Kotler, P. & Armstrong, G. *Prinsip- Prinsip Pemasara...*, hal. 42

### 2.3.5.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut Orville, Larreche, dan Boyd apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Indikator kualitas produk yaitu:<sup>38</sup>

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived Quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen

---

<sup>38</sup> *Ibid*, hal. 37

terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan Negara asal.

## 2.3.6 Religiusitas

### 2.3.6.1 Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa latin *religio* yang akar katanya adalah *religire* yang berarti mengikat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia religi berarti kepercayaan kepada Tuhan, yaitu percaya akan adanya kekuatan adikodrati diatas manusia.<sup>39</sup>

Anggasari membedakan antara istilah religi atau agama dengan istilah religiusitas. Agama atau religi menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluknya dan semua itu berfungsi untuk mengikat seseorang atau sekelompok orang dalam hubungan dengan Tuhan, sesama manusia dan alam sekitarnya, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek yang dihayati oleh individu. Hal ini selaras dengan pendapat Dister yang mengartikan religiusitas sebagai keberagaman, yang berarti adanya unsur internalisasi agama itu dalam diri individu. Lindridge menyatakan bahwa religiusitas dapat diukur dengan kehadiran lembaga keagamaan dan kepentingan agama dalam kehidupan sehari-hari.<sup>40</sup>

Religiusitas menurut Jalaludin rahmat adalah keberagaman, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama. Sedangkan Zakiah Daradjat berpendapat bahwa religiusitas merupakan suatu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dari satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat keagamaan.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Dendy Sugiono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi-4* (Jakarta: Gramedia Utama, 2008), 69.

<sup>40</sup> Firmansyah, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Pasien Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kesehatan*, Skripsi Tidak Diterbitkan, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010), 13.

<sup>41</sup> Zakiah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Bulan Bintang, 2007), 130.

Dalam islam, menurut Daradjat bahwa wujud dari religiusitas yang paling penting adalah seseorang dapat merasakan dan mengalami secara batin tentang Tuhan, hari akhirdan komponen agama yang lain. Dengan demikian religiusitas merupakan sebuah konsep untuk menjelaskan kondisi religiusitas dan spiritualitas yang tidak dapat dipisahkan.<sup>42</sup>

Krauss menyebutkan religiusitas secara khusus yaitu religiusitas islami. Religiusitas islami merupakan tingkat kesadaran akan tuhan yang dimengerti menurut pandangan tauhidiah islam, berperilaku sesuai dengan kesadaran tersebut, atau tingkat manifestasi terhadap kesadaran akan Tuhan dalam kehidupan sehari-hari yang dipahami melalui ajaran islam sunni.<sup>43</sup>

Religius adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (*being religious*) dan bukan sekedar mengaku punya agama. Yang meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman ritual agama, perilaku (moralitas agama), dan sikap sosial keagamaan. Dalam islam religiusitas dari garis besarnya tercermin dalam pengalaman aqidah, syariah, dan akhlak, atau dalam ungkapan lain: iman, islam, dan ihsan. Bila semua unsur itu telah di miliki seseorang maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya.<sup>44</sup>

Sebagaimana Firman Allah dalam Surat At-Taubat :

هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ

Artinya: “Dialah yang mengutus Rasul-Nya dengan petunjuk (Al-Qur’an) dan agama yang benar untuk diunggulkan atas segala agama, walaupun orang-orang musyrik tidak menyukai” (QS. At-Taubah: 33).

Keberagamaan atau religiusitas merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri

---

<sup>42</sup> *Ibid*, hlm 141

<sup>43</sup> Yuni Fitriani, *Religiusitas Islam dan Kerendahan Hati Dengan Pemanfaatan Pada Mahasiswa* (Riau: Jurnal Psikologi, Desember 2018), Vol. 14, No. 2, 167.

<sup>44</sup> Dradjat, *Ilmu.*, 132.

seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Keberagamaan atau religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang.

Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ali tentang potensi, preferensi & perilaku masyarakat di wilayah Jawa Barat menyimpulkan, bahwa faktor pertimbangan keagamaan (diproksi dengan halal/haram terhadap bunga) bukanlah menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kecenderungan menggunakan jasa bank syariah.

### **2.3.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas**

Sabda Rasulullah dalam sebuah hadist yang artinya: *“setiap anak yang dilahirkan dalam keadaan fitrah, hanya karena orangtuanyalah, anak itu menjadi yahudi, nasrani dan majusi”*

Sejalan dengan hadist Rasulullah, Syamsu Yusuf menyatakan religiusitas tidak muncul begitu saja, tetapi berkembang melalui suatu proses dan dipengaruhi dua faktor, yaitu: faktor ineternal (pembawaan) dan factor eksternal (lingkungan). Faktor-faktor tersebut adalah:<sup>45</sup>

#### a) Faktor Internal (Pembawaan)

Perbedaan anatara manusia dengan binatang adalah bahwa manusia mempunyai fitrah (pembawaan) beragama (homo religious). Setiap manusia yang lahir ke dunia ini, baik masih primitif, bersahaja maupun modern, baik yang lahir di negara komunis maupun kapitalis; baik yang

---

<sup>45</sup> Syamsu Yusuf, *Psikologi Belajar Agama* (Bandung: Pustaka Bumi Quraisy, 2003), 13.

lahir dari orang tua yang saleh ataupun yang jahat, sejak Nabi Adam sampai akhir jaman, menurut fitrah kejadiannya mempunyai potensi beragama atau iman kepada Tuhan atau percaya adanya kekuatan diluar dirinya yang mengatur hidup dan kehidupan alam semesta. Hal ini diperkuat dengan firman Allah daam surat Ar-Rum ayat 30 yang berbunyi:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ۗ ذَٰلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: “Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam); (sesuai) fitrah Allah disebabkan Dia telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah. (Itulah) agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui” (Q.S. Ar-Rum: 30)

b) Faktor Lingkungan (Eksternal)

Faktor eksternal yang dimaksud adalah faktor lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat.

a. Lingkungan Keluarga

Pembentukan sikap keberagamaan berlangsung bersamaan dengan perkembangan kepribadian yang dimulai sejak anak lahir yaitu dengan mengumandangkan adzan dan iqomah, bahkan sejak dalam kandungan. Di dalam keluarga, orang tuanyalah yang bertanggung jawab untuk membina akhlak dan kepribadian anak-anaknya sebagai peletak dasar konsep tersebut. Adapun pelaksanaan pendidikan agama didalam keluarga meliputi keteladanan orang tua, perlakuan terhadap anak sesuai dengan agama serta melatih dan membiasakan anak untuk melaksanakan ibadah sesuai dengan kemampuan dan perkembangan.

b. Lingkungan Pendidikan

Lembaga pendidikan yang melaksanakan pembinaan pendidikan dan pelajaran dengan sengaja, teratur, dan terencana adalah sekolah. Karena itu sekolah mempunyai kewajiban dalam membentuk kepribadian dan perilaku peserta didiknya. Selain itu keteladanan guru sebagai pendidik dinilai berperan dalam

menanamkan kebiasaan yang baik dan merupakan bagian dari pembentukan moral yang erat kaitannya dengan perkembangan perilaku keberagamaan seseorang.

c. Lingkungan Masyarakat

Lingkungan yang agamis dapat mempengaruhi jiwa keberagamaan seseorang. Melalui pembinaan dan bimbingan agama di lingkungan masyarakat dengan melalui ceramah agama, pengajian atau contoh yang baik dari tokoh masyarakat dapat menjadikan kepribadian dan perilaku seseorang lebih dapat sesuai dengan nilai-nilai yang telah dianutnya dan dipelajarinya melalui lingkungan keluarga dan sekolah.<sup>46</sup>

### 2.3.6.3 Indikator Religiusitas

Menurut Glock & Stark dalam bukunya yang berjudul “*American Piety: The Nature Of Religious*” yang dikutip oleh Ancok dan Suroso, menegaskan bahwa religiusitas adalah simbol dari dimensi keagamaan dalam diri manusia yakni, dimensi keyakinan, dimensi peribadatan, dimensi pengetahuan, dimensi pengalaman, dan dimensi penghayatan.<sup>47</sup>

1. Dimensi Keyakinan

Berkaitan dengan apa yang harus dipercayai dalam ajaran Agama. Dengan kata lain Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran-ajaran yang bersifat fundamental. Dimensi keyakinan menyangkut iman kepada Allah, kepada Malaikat, kepada Kitab, kepada Rasul, hari Akhir, Qadha’ dan Qadar. Menurut pandangan Muhammadiyah bahwasanya iman tidak cukup hanya sekedar pengakuan, tetapi juga harus dibuktikan dengan konsekuensi yang menjadi iman mencakup keyakinan, berserah diri, dengar dan taat, mengikuti sistem, tidak merasa berat, dan tidak memilih-milih. Sedangkan *Ahlu*

---

<sup>46</sup> Yusuf, *Psikologi.*, hal. 15.

<sup>47</sup> Suroso, *Psikologi Islam.*, hal. 272.

*Sunnah Wal Jama'ah* atau NU mengartikan iman mencakup *I'tiqad* (keyakinan), perkataan, dan perbuatan.

## 2. Dimensi Peribadatan

Mencakup sekaligus berkaitan dengan sejumlah perilaku. Yang dimaksud disini adalah perilaku-perilaku yang mengacu kepada perilaku khusus yang telah ditetapkan oleh ajaran agama islam seperti halnya yang dilakukan setiap saat yaitu, membaca Al-Qur'an, menjalankan sholat wajib, berpuasa, infak dll. Muhammadiyah berpendapat bahwa ibadah itu tidak hanya terbatas pada sholat, infak, puasa, dan haji. Segala sesuatu yang ditunjukkan untuk berbakti kepada Allah, maka itu dapatlah dihitung sebagai ibadah, asal saja cara-cara itu tidak bertentangan dengan peraturan-peraturan islam. Disamping itu cara-cara peribadahan yang sudah tentu ada tentunya dari Rasulullah SAW., maka peribadahan itu tidak boleh ditambah-tambah. Menambah-nambah semacam itu seolah-olah sama dengan membuat agama baru. Hukum menambah-nambah agama atau peribadahan itu haram. Demikian itu adalah sesat. Dan karena itu Muhammadiyah sangat berusaha agar dalam beribadah jangan ada tambah-tambahan. Diusahakan agar soal agama dalam Muhammadiyah sama seperti yang telah terjadi di jaman Rasulullah SAW.

Menurut Rais Majelis Ilmy Jam'iyatul Qurro Wal Huffadz Nadlatul Ulama, tata cara ibadah mahdlah adalah hak prerogatif Allah yang mana jika ada yang membikin sendiri tata cara ibadahnya maka hal itu termasuk *bid'ah dlalah* amal ibadahnya akan tertolak. Ibadah yang diterima Allah harus memenuhi tiga kriteria yaitu, iman, ikhlas, dan sesuai dengan syariat islam. Jika salah satu dari tiga kriteria itu tidak terpenuhi, maka ibadahnya ditolak. Jika ibadah seseorang diterima, maka Allah yang akan menganugerahinya pahala sesuai dengan kalitas ibadahnya masing-masing.

### 3. Dimensi Penghayatan

Seberapa jauh tingkat seseorang dalam merasakan perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius yang dialami. Salah satu contoh ialah terwujudnya perasaan dekat dengan Allah, merasa takut dengan Allah, dan merasa doanya dikabulkan oleh Allah. Menurut konsep dari Muhammadiyah bahwasanya ihsan merujuk pada hadist Nabi ketika menjawab salah satu pertanyaan malaikat Jibril, “bahwa kamu menyembah Allah seakan-akan kamu melihatnya, jika kamu tak melihatnya maka sesungguhnya dia melihatmu” (HR. Muslim dari Umar Bin Khatab). Subtansi ihsan ialah kebaikan tertinggi yang lahir dari ruh beribadah kepada Allah dan tercermin dari perilaku utama setiap muslim yang mengamalkannya. Sedangkan menurut NU dari Imam Nawawi menuturkan bahwa bila seseorang didalam ibadahnya mampu melihat secara nyata Tuhannya maka sebisa mungkin ia tidak akan meninggalkan sedikitpun sikap khusyuk dan *khudlu* (menahan diri) didalam ibadahnya tersebut.<sup>48</sup>

### 4. Dimensi Pengetahuan

Ilmu seseorang terkait tentang ajaran-ajaran yang ada dalam agamanya. Pengetahuan ini diperoleh melalui pendidikan Formal dan non formal. Sebagai contoh dari dimensi ini berhubungan dengan aktivitas seseorang untuk mengetahui ajaran-ajaran dalam agamanya.<sup>49</sup>

Muhammadiyah dan NU adalah dua organisasi keagamaan terbesar dan dapat dikatakan mewakili pandangan umat islam di Indonesia. Muhammadiyah berpaham modernis dan NU berpaham tradisional. Muhammadiyah menyelenggarakan tajdid kembali ke Al-Qur'an dan Sunnah. NU menyelenggarakan aswaja mengikuti mazhab. Muhammadiyah dan NU sama-sama menganut paham keberagaman eksklusif toleran, dengan

---

<sup>48</sup> Imam Nawawi, *Al-Minhaj Syarh Shahih Muslim Ibnul Hajjaj*, Jilid 1 (Kairo: Darul Ghad Al-Jadid, 2007), 161.

<sup>49</sup> *Ibid*, hal. 89

pemaknaan eksklusif toleran yang berbeda. Artinya Muhammadiyah menganut eksklusif toleran dengan mengembangkan konsep ahli kitab dari Yahudi dan Nasrani dalam memandang agama-agama lain, menyebabkan sikap Muhammadiyah lebih luwes terhadap agama-agama lain. Sementara NU tetap mempertahankan konsep kafir terhadap Non-muslim, menyebabkan sikap NU yang konservatif terhadap agama-agama lain.

#### 5. Dimensi Pengalaman

Dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agamanya didalam kehidupannya. Berkaitan dengan perasaan Keagamaan yang dialami oleh penganut agama. Dalam ilmu psikologi disebut juga *Religious experience* atau pengalaman Agama yang mana dari perilaku sehari-hari dari ucapan, sikap, dan perbuatan seseorang.

Munurut pandangan setiap warga Muhammadiyah harus selalu menyadari sebagai abdi dan khalifah dimuka bumi, sehingga memandang dan menyikapi kehidupan dunia secara aktif dan positif serta tidak menjauhkan diri dari pergumulan kehidupan dengan landasan iman, islam, dan ihsan dalam arti berakhlak karimah. Sedangkan pandangan dari NU bahwasanya kemuliaan seseorang ditentukan oleh kemuliaan akhlaknya. Sebuah sistem juga akan berjalan dengan baik bila diisi oleh orang-orang yang memiliki akhlak atau amal yang baik pula. Seperti halnya jabatan, status sosial, dan kekayaan tak menjamin sang pemilik lantas terhormat bila ia gemar merendahkan orang lain, menyakiti, berbuat sewenang-wenang, tidak memperdulikan orang lain, beranggapan dia selalu benar, dan lainlain.

Demikian pula secanggih apapun sistem yang dibangun, tak ada apa-apanya jika orang-orang didalamnyahnya pandai memanipulasi, tidak bertanggung jawab, dan sebagainya.

### 3.2 Penelitian Terdahulu

Romdhoni & Ratnasari, dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga mikro syariah KSPS Amanah Ummah Gumpang Kartasura<sup>50</sup>, hasil ini berbeda dengan penelitian dari Igayani yang menyatakan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk simpanan mahasiswa program studi akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri di bank syariah tidak terbukti.<sup>51</sup>

Romdhoni & Ratnasari, dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga mikro syariah KSPS Amanah Ummah Gumpang Kartasura<sup>52</sup>, hasil ini berbeda dengan penelitian dari Igayani yang menyatakan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk simpanan mahasiswa program studi akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri di bank syariah tidak terbukti.<sup>53</sup>

Faktor yang kedua yaitu kualitas Pelayanan, menurut Penelitian Sarwita menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, artinya apabila pelayanan tersebut lebih ditingkatkan akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan anggota dalam menabung pada Perumda BPR Pusat Majalengka.<sup>54</sup> Sedangkan menurut Romdhoni & Ratnasari, faktor pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan.

Selanjutnya, faktor produk berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan berdasarkan penelitian Qodriyah, ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni dan Ratnasari, yang menyebutkan bahwa faktor produk tidak mempengaruhi minat anggota untuk menggunakan produk simpanan.

---

<sup>50</sup> Romdhoni. *Opci.*, hlm 146.

<sup>51</sup> Igayani. *Opcit.* hlm 14.

<sup>52</sup> Romdhoni. *Opci.*, hlm 146.

<sup>53</sup> Igayani. *Opcit.* hlm 14.

<sup>54</sup> Sarwita. *Opcit.* hlm 36.

Faktor yang terakhir adalah religiusitas. Menurut Romdhoni dan Ratnasari menyebutkan bahwa faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan, namun penelitian lain yang dilakukan oleh Maghfiroh menyebutkan bahwa religiusitas yang tidak mempengaruhi minat menggunakan produk simpanan.<sup>55</sup>

**Tabel 2.1**

**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian (Nama Peneliti)	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1.	Romdhoni dan Ratnasari	Variabel bebas : pengetahuan , kualitas pelayanan , produk , religiusitas  Variabel terikat:minat menggunakan produk simpanan	Regresi linier berganda	-pengetahuan dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk simpanan  -kualitas pelayanan dan produk tidak berpengaruh pada minat menggunakan produk simpanan
2	Sarwita	Variabel bebas : kualitas pelayanan , promosi  Variabel terikat:minat menggunakan produk simpanan	Regresi linier berganda	-kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk simpanan  -promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk simpanan

<sup>55</sup> Romdhoni. *Opcit.* hlm 144.

3	Qodriyah	Variabel bebas : produk , promosi kualitas pelayanan  Variabel terikat:minat menggunakan produk simpanan	Regresi linier berganda	-produk,promosi , kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan
4	Maghfiroh	Variabel bebas : religiusitas , pendapatan , lingkungan sosial  Variabel terikat:minat menggunakan produk simpanan	Regresi linier berganda	-religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan  - pendapatan dan lingkungan social berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk simpanan
5.	Igayani	Variabel bebas : literasi keuangan , bagi hasil , religiusitas dan pengetahuan  Variabel terikat:minat menggunakan produk simpanan	Regresi linier berganda	-pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan  -literasi keuangan,bagi hasil dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan

Sumber : penelitian terdahulu

### **3.3 Hubungan Logis antar Variabel dan Perumusan Hipotesis**

#### **3.1.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap minat menggunakan produk simpanan**

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, pengetahuan ini terjadi setelah seseorang melakukan penelitian terhadap suatu objek. Menurut Kristiyadi dan Hartiyah secara umum pengetahuan dapat di definisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Himpunan dari bagian informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar disebut pengetahuan konsumen.

Pengetahuan yang baik akan menstimulasi konsumen agar memiliki kepercayaan terhadap produk dengan merek tertentu, dimana kepercayaan tersebut akan memunculkan perasaan suka yang akan menimbulkan minat beli. Tingkat pengetahuan produk memengaruhi minat beli konsumen. Secara umum, konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih tinggi memiliki kemampuan ingatan, pengenalan, analisis dan logika yang lebih baik daripada konsumen yang memiliki pengetahuan produk yang lebih rendah.

Berdasarkan penelitian Romdhoni dan Ratnasari menyebutkan bahwa pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga mikro syariah KSPS Amanah Ummah Gumpang Kartasura.<sup>56</sup>

H1 = Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan

#### **3.1.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat menggunakan produk simpanan**

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam

---

<sup>56</sup> *Ibid*, hlm 144

rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Dalam hal minat pembelian, berkaitan dengan kualitas pelayanan yang dirasakan. Kualitas pelayanan yang baik dapat memicu behavioral intention positif dan meningkatkan minat beli konsumen serta frekuensi berbelanja konsumen pun akan ikut meningkat. Minat pembelian digunakan juga sebagai indikator penting dalam memperkirakan perilaku konsumen. Ketika para konsumen memiliki suatu niat pembelian yang positif, hal ini dapat membentuk komitmen positif yang dapat mendorong para konsumen dalam mengambil langkah pembelian yang sesungguhnya.

Menurut Sarwita bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, artinya apabila pelayanan tersebut lebih ditingkatkan akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan anggota dalam menabung pada Perumda BPR Pusat Majalengka.<sup>57</sup>

H2 = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan

### **3.1.3 Pengaruh Produk terhadap Minat menggunakan produk simpanan**

Menurut Ali bahwa produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia. Seperti produk: buku, tabungan, deposito, kredit, dan lain-lain. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan anggota.

Igayani menyatakan bahwa Produk merupakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan. lebih lanjut disimpulkan bahwa masyarakat sangat tertarik bila produk-produk tersebut beragam, menarik, dan inovatif, sehingga menarik minat

---

<sup>57</sup> Sarwita. *Opcit.* Hlm 43

dari masyarakat, kemudian produk tersebut dapat digunakan dengan mudah saat bertransaksi serta memiliki fitur pendukung keuntungan.

Dari Penelitian Qodriyah menyebutkan bahwa Variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan di Bank Muamalat Cabang Madiun. Dari segi pandangan Islam sesuatu dikatakan baik apabila sesuatu tersebut adalah sesuatu yang halal dan bukan sesuatu yang haram. Demikian halnya dengan macam produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Cabang Madiun, produk-produknya telah sesuai dengan kriteria yang belum tentu dimiliki oleh bank lain.<sup>58</sup>

H3 = Produk berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan

#### **3.1.4 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat menggunakan produk simpanan**

Religiusitas adalah suatu tingkat dimana seseorang dapat komitmen atau setia kepada agamanya secara umum sudah diketahui bahwa agama dapat berpengaruh sangat kuat bagi seseorang. Koperasi syariah merupakan koperasi yang kegiatan operasionalnya berdasar pada prinsip ekonomi Islam. Selain itu, koperasi syariah mempunyai berbagai produk yang masing-masing produk disesuaikan dengan ajaran Islam.

Dalam kaitannya dengan landasan iman seorang khususnya umat muslim bahwa hubungan antara religiusitas dengan kesediaan minat individu menabung di koperasi syariah bisa sangat jelas. Seseorang yang mempunyai tingkat religiusitas atau ketaatan pada agama Islamnya tinggi, akan lebih berminat untuk menabung di koperasi syariah daripada di koperasi konvensional. Sebaliknya, seorang yang religiusitasnya rendah, minat untuk menabung di koperasi syariah juga semakin kecil. Sehingga dapat dinyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dengan intensi menabung di koperasi syariah.

Sejalan dengan penelitian Romdhoni dan Ratnasari menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan, semakin

---

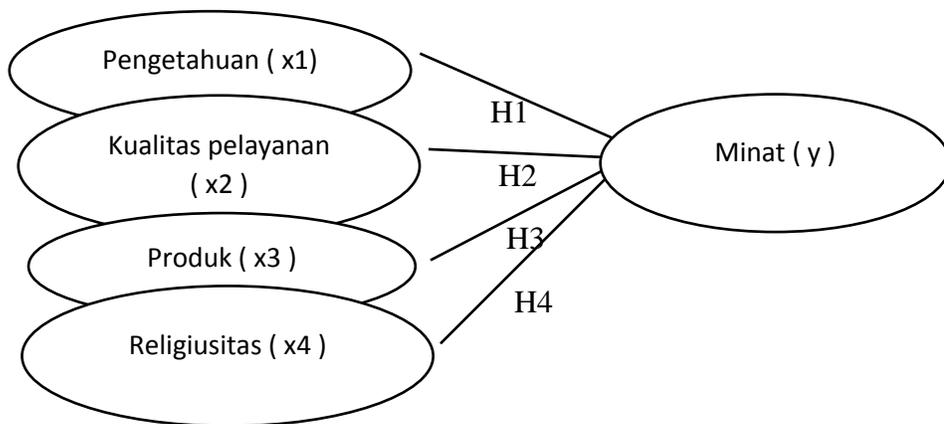
<sup>58</sup> Qodriyah. *Opcit.* Hlm 42

tinggi religiusitas anggota di KSPS Amanah Ummah Gumpang maka akan semakin tinggi pula minat anggota untuk menggunakan produk simpanan di KSPS Amanah Ummah Gumpang karena sistem yang digunakan di KSPS Amanah Ummah Gumpang sesuai dengan prinsip syariah islam.<sup>59</sup>

H4 = Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan.

### 3.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dari hubungan antar variabel diatas, maka untuk mengetahui masalah yang mempengaruhi minat menbung pada KSPS Buana Kartika Mranggen maka pada penelitian ini akan mengambil faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan produk simpanan dengan variabel eksogen yang di gambarkan pada kerangka pemikiran berikut :



Gambar : Kerangka Pemikiran teoritis

Dari skema kerangka teoritis diatas menggambarkan bahwa variable independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan (x1), kualitas pelayanan (x2), produk (x3) dan religiusitas (x4) yang dapat berpengaruh terhadap variable dependen minat menggunakan produk simpanan (y).

---

<sup>59</sup> Romdhoni. *Opcit.* Hlm 145

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian serta Sumber Data**

#### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Sugiyono mengemukakan bahwa penelitian dengan metode kuantitatif merupakan metode dengan landasan filsafat positivism, guna menggali populasi maupun sampel tertentu, dengan cara mengambil sampel secara acak.<sup>60</sup> Pendekatan ini dimanfaatkan saat data penelitiannya berbentuk angka serta analisisnya menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

#### **3.2.2 Sumber Data**

Penelitian ini mendapatkan sumber data dari data primer serta sekunder.

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

Data ini merupakan sumber yang didapat langsung dari yang diteliti.<sup>61</sup> Pada penelitian yang telah dilakukan, data primer ini berbentuk jawaban dari pernyataan-pernyataan yang tertuang pada kuesioner yang dibagikan kepada responden.

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

Data ini merupakan data yang didapat dari sumber yang tidak langsung diberikan ke peneliti.<sup>62</sup> Data sekunder bisa berbentuk output orang lain seperti dokumen yang sudah di publikasi, atau bisa juga dari jurnal, buku, karya ilmiah ataupun skripsi, dan instansi yang berkaitan dengan hal yang diteliti.

---

<sup>60</sup> Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, hal. 13.

<sup>61</sup> Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research & Development)*, Bandung : ALFABETA, hal. 222.

<sup>62</sup> *Ibid*, hal. 222.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Cooper mengemukakan, populasi berhubungan dengan semua kelompok entah itu orang, objek yang menjadi pusat perhatian maupun peristiwa yang bisa untuk diteliti.<sup>63</sup>

Sedangkan menurut bungin, populasi berarti kelengkapan objek penelitian yang bisa berupa manusia, hewan, udara, peristiwa, tumbuhan, sikap hidup, serta lainnya.<sup>64</sup> Untuk mengantisipasi populasi agar tidak cuma kuantitas yang terdapat pada objek ataupun subjek yang dipelajari, akan tetapi mencakup keseluruhan ciri yang dipunya subjek ataupun objek tersebut. Dalam penelitian ini populasinya adalah anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmasin Banjarmasin negara sejumlah 158 anggota.

### 3.4.2 Sample

Sampel merupakan potongan dari jumlah serta ciri yang dipunya populasi tersebut. Jika populasi luas serta tidak memungkinkan peneliti untuk memahami keseluruhan yang berkaitan dengan populasi, seperti terbatasnya dana, waktu, maupun energy. Maka, peneliti bisa memilih opsi sampel yang tepat dipetik dari populasi tersebut.<sup>65</sup> Dengan pengambilan sampel kemudian peneliti akan menarik kesimpulan yang akan digeneralisasikan terhadap populasi.

Melihat luasnya populasi tersebut, maka penulis membatasi untuk pengambilan sampel. Penentuan sampel dipenelitian ini menggunakan rumus Roscoe ( 1975 ) yaitu:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30-500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri swasta, dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

---

<sup>63</sup> Sudaryono, 2017, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo, hal. 165.

<sup>64</sup> Burhan Bungin, 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik, serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, hal. 109.

<sup>65</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan...*, hal. 136.

- c. Bila didalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.<sup>66</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan mengacu pendapat Roscoe (1975) yang memberi acuan untuk ukuran sample sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variable yang diteliti yaitu 5 variabel (4 independen + 1 dependen) yang totalnya 50 responden. Karena sample yang diambil dirasa sudah dapat mewakili keseluruhan populasi yang ada.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode dan prosedur pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua cara, yaitu penelitian lapangan dan penelitian pustaka. Penelitian lapangan pada penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data utama, peneliti memperoleh data langsung dari pihak pertama (data primer). Data penelitian ini dikumpulkan melalui metode survey yaitu pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis, data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan secara acak dan langsung. Sejumlah pertanyaan diajukan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan pendapat mereka.

Dalam penelitian ini , penulis menggunakan data interval dengan skala likert yaitu skala yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Untuk mengukur persepsi dari responden yang telah dikumpulkan digunakan skala likert pertanyaan-pertanyaan dalam dalam kuisisioner dibuat menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat para responden.

---

<sup>66</sup> *Ibid*, hlm. 198.

**Tabel 3.1**  
**Tabel Nilai Skala Likert**

No	Jawaban	Keterangan	Skor
1	A	Sangat Setuju	5
2	B	Setuju	4
3	C	Netral	3
4	D	Tidak Setuju	2
5	E	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda karena variable independen dalam penelitian ini lebih dari satu. Analisis regresi linier berganda merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara variable independen terhadap variable dependen. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara bertahap dengan melakukan analisis statistik deskriptif dan uji asumsi klasisk terlebih dahulu.<sup>67</sup>

#### 3.4.1 Statistik Deskriptif

Uji staistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variable–variable yang terdapat dalam penelitian, baik variable independen maupun variable dependen. Deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata–rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum. Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah memahami variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Ma'ruf abdullah, 2015, *Metodologi Penelitian (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu sosial lainnya)*, Yogyakarta:Aswaja Pressindo, hal. 248.

<sup>68</sup> Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung:Alfabeta, hal. 7-8.

### 3.4.2 Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali, uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS 22 Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai P. value atau signifikansi  $< 0,05$  maka item atau pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya, selain melihat nilai signifikansi juga dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.<sup>69</sup>

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk mencari tahu sejauh mana konsistensi alat ukur yang digunakan, sehingga bila alat ukur tersebut digunakan kembali untuk meneliti obyek yang sama dan dengan teknik yang sama pula walaupun waktunya berbeda, maka hasil yang akan diperoleh adalah sama. Uji reabilitas mampu menunjukkan sejauh mana instrument dapat dipercaya dan diharapkan.<sup>70</sup> Instrumen dikatakan reliabel bila nilai Cronbach Alpha analisis dengan formula cronbach alpha dengan bantuan komputer menggunakan SPSS 22.

### 3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini akan digunakan pengujian asumsi klasik terhadap model regresi yang telah diolah. Karena sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih

---

<sup>69</sup> Jonathan Sarwono, 2012, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, Jakarta: Elex Media Komputindo, hal. 79.

<sup>70</sup> V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika Untuk Penelitian...*, hal. 86.

dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang merupakan syarat untuk analisis regresi linier berganda. Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk menghasilkan model regresi yang baik. Untuk menghindari kesalahan dalam pengujian asumsi klasik, maka jumlah sampel yang digunakan bebas dari bias.<sup>71</sup> Pengujian asumsi klasik yang dilakukan antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai *residual* mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Ada dua cara mendeteksi apakah *residual* berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *normal probability plot* dan *kolmogorov-smirnov* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal.<sup>72</sup> Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H<sub>0</sub> : Data residula berdistribusi normal

H<sub>a</sub> : Data residual tidak berdistribusi normal

Dengan melihat keterangan angka probabilitas, sebagai berikut :

< 0.05 maka H<sub>a</sub> diterima, H<sub>0</sub> ditolak

> 0.05 maka H<sub>a</sub> ditolak, H<sub>0</sub> diterima

Analisis grafik dilakukan dengan melalui grafik normal probability plot yang membandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan normal probability plot tersebut adalah sebagai berikut:

---

<sup>71</sup> Singgih Santoso, 2015, *Menguasai Statistik Multivariat Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: Kompas Gramedia, hal. 33.

<sup>72</sup> *Ibid*, hlm. 38.

Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Penelitian ini menguji multikolinieritas berdasarkan *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu apabila nilai  $VIF \leq 10$  dan mempunyai *tolerance value*  $\geq 0.10$ .<sup>73</sup>

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu salah satunya dengan uji glejser. Dimana glejser mengusulkan untuk meregres nilai *absolute residual* terhadap variabel independen lainnya. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara *SRISED* dan *ZPRED*, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah *residual* ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah *distudentized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

---

<sup>73</sup> *Ibid*, hlm. 40.

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit)), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 3.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif yaitu untuk mengetahui variabel – variabel yang dikaitkan dengan minat menggunakan produk simpanan. Analisis kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori – teori melalui pengukuran variabel – variabel penelitian dengan angka dan analisis datanya menggunakan prosedur statistik.

Penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Metode regresi digunakan untuk menguji hubungan satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas. Pada penelitian ini terdapat satu variabel terikat dan 4 (empat) variabel bebas sehingga metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus:<sup>74</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Minat menggunakan produk simpanan

a : *Constanta*

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> : besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

X<sub>1</sub> : Pengetahuan

X<sub>2</sub> : Kualitas Pelayanan

X<sub>3</sub> : Produk

X<sub>4</sub> : Religiusitas

---

<sup>74</sup> Gujarati, *Ekonomika Dasar* Cetakan ke-VI, (Jakarta: Erlangga 1995), hal 27.

e : *error disturbances*

### 3.4.5 Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis digunakan analisis regresi. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing – masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variable dengan persamaan. Ketetapan fungsi regresi sampel dalam menafsir nilai *actual* dapat diukur dari *goodness of fit* nya. Secara statistik, setidaknya dapat diukur dari koefisien determinasi. Nilai statistik S dan nilai statistik T. Perhitungan statistik disebut signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah  $H_0$  diterima.

#### 1. Uji Koefisien Determinan

Uji koefisien determinan bertujuan untuk menilai total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil dari pengujian ini adalah koefisien determinasi majemuk disesuaikan (adjust  $R^2$ ), yaitu suatu koefisien determinasi yang menunjukkan besaran variasi dari variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Jika dalam suatu model terdapat lebih dari dua variabel independen, maka lebih baik menggunakan nilai adjust  $R^2$ . Besarnya nilai adjust  $R^2$  berkisar antara  $\geq 0$  dan  $\leq 1$ . Jika mendekati 1 maka model semakin baik, begitu pula sebaliknya.

#### 2. Uji F

Uji statistic F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam table ANOVA. Jika nilai  $\text{sig} \leq \alpha = 0.05$  maka terdapat satu atau lebih variabel independen yang memengaruhi variabel dependen yang berarti hipotesis yang dirumuskan diterima.

### 3. Uji T

Uji statistik nilai T digunakan untuk menguji seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dari besarnya signifikansi. Apabila nilai lebih kecil dari signifikansi 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>75</sup> Kriteria pengujian dengan uji t adalah dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai t ( $\alpha = 0.05$ ) dengan ketentuan jika tingkat signifikansi uji t  $\leq 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  terdukung. Jika tingkat signifikansi uji t  $\geq 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

---

<sup>75</sup> *Ibid*, hlm. 31.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Diskripsi Objek Penelitian**

#### **4.1.1 Sejarah KSPS Buana Kartika Mranggen**

Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) Buana Kartika berdiri pada tanggal 23 Juli 2003 di bawah kepengurusan Ansor Kecamatan Mranggen. KSPS Buana Kartika Mranggen merupakan lembaga keuangan alternative. Pendirian KSPS Buana Kartika Mranggen tidak lepas dari peranan dan bantuan dompet duafa yang cukup andil dalam memberikan bantuan dana guna memperlancar pengoperasiannya. Adapun dana awal pendirian KSPS Buana Kartika Mranggen adalah Rp. 3.000.000,- yang kemudian di alokasikan untuk memenuhi kebutuhan pra operasionalnya seperti buku, tabungan dan membuat brosur, dan pada tahun 2014 asetnya menjadi lebih dari lima miliar.

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

Visi, misi dan tujuan KSPS Buana Kartika Mranggen yang di jalankan yaitu;

**a. Visi :**

- 1) Mengenalkan konsep Islam dalam perbankan
- 2) Mewujudkan lembaga keuangan yang mampu mensejahterakan anggotanya.

**b. Misi :**

- 1) Mengurangi sistem riba yang ada di masyarakat ke sistem perbankan yang Islam
- 2) Masyarakat bisa mengevaluasi antara sistem Islam den sistem riba.

#### 4.1.3 Model Sistem Pengawasan KSPS Buana Kartika Mranggen

Menurut keterangan badan pengawas KSPS Buana Kartika Mranggen bahwa di KSPS Buana Kartika Kabupaten Demak diterapkan fungsi pengawasan melekat. Pengawasan melekat yang ada pada sistem dan prosedur yang harus dijalankan itu berada di bawah kendali langsung manajer.

Pengawasan fungsional yang dilakukan oleh pihak lain misalnya pengurus tim audit, akuntan publik. Pengawasan masyarakat yang dilakukan oleh masyarakat nasabah yang menggunakan jasa.

Bagian-bagian atau bidang-bidang yang diprioritaskan adanya pengawasan oleh KSPS adalah pembukuan, keuangan, pelayanan. Sedangkan strategi pengawasan SDM pada KSPS Buana Kartika Mranggen adalah dengan mencocokkan antara job deskripsi dengan realitasnya, evaluasi apabila terdapat penyimpangan diberi teguran, surat dan sanksi.

Model sistem pengawasan yang diterapkan di KSPS Buana Kartika adalah pengawasan dari diri sendiri, dan pengawasan dari luar diri sendiri. Proses pengawasan berupa pengendalian terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menetapkan standard (alat pengukur),
2. Mengadakan pemeriksaan dan penelitian terhadap pelaksanaan tugas KSPS Buana Kartika yang telah ditetapkan,
3. Membandingkan antara pelaksanaan tugas dengan standard yang telah ada dalam *planning, organizing, actuating dan controlling*
4. Mengadakan tindakan-tindakan perbaikan atau pembetulan.

Didalam penerapan sistem pengawasannya masih terdapat kekurangan karena kendala lapangan. Kelebihannya sistem pengawasan di KSPS Buana Kartika adalah *Open management* (semua terbuka), *Battom upp*, *Top down* (setiap hari sebelum dan sesudah buka toko diadakan meeting).

KSPS Buana Kartika Mranggen melakukan pengawasan atas kemajuan (tugas) KSPS dengan membandingkan hasil yang sebelumnya dan sesudahnya, serta apa saja

yang sudah dicapai oleh para pengurus/pengelola yang secara teratur menyesuaikan kegiatan dengan hasil pengawasan.

Dengan demikian para pengurus/pengelola senantiasa mengevaluasi proses kegiatan untuk mengetahui hasil pelaksanaan, kesalahan, kegagalan untuk diperbaiki dan mencegah terulangnya kembali kesalahan tersebut. Pengendalian atau pengawasan yang dilakukan KSPS sama sekali tidak ada unsur sekedar mencari-cari kesalahan orang lain melainkan mencocokkan program yang telah digariskan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

KSPS Buna Kartika telah melakukan pengawasan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pembinaan pelaksanaan pengendalian internal sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Melakukan pemantauan perkembangan KSPS secara berkala melalui laporan keuangan.
3. Pemeriksaan terhadap dinamika KSPS Buana Kartika yang menyangkut organisasi dan usahanya, termasuk program pembinaan anggota sesuai Standar Operasional Manajemen (SOM) dan Standar Operasional Prosedur (SOP).
4. Penilaian kesehatan KSPS sesuai standar kesehatan.

Objek pemeriksaan yang dilakukan KSPS Buana Kartika meliputi:

- a. aspek organisasi.
- b. aspek pengelolaan.
- c. aspek keuangan.
- d. produk dan layanan.
- e. aspek pembinaan anggota, pengurus, pengelola, pengawas dan karyawan.

Dalam rangka mengimplementasikan strategi pengawasan, KSPS Buana Kartika menerapkan lima bentuk manajemen, yaitu manajemen strategi, manajemen

pemasaran, manajemen operasional, sistem informasi manajemen, manajemen sumber daya manusia (MSDM).

## 1. Manajemen Strategi

Strategi adalah pilihan tentang apa yang ingin hendak dicapai oleh organisasi di masa depan (arah) dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut (*rate*). Manajemen strategi adalah proses mengelola strategi yang terdiri dari tahapan perumusan implementasi/pengendalian perbaikan strategi, dengan tujuan agar strategi dapat diimplementasikan sehingga mewarnai dan mengintegrasikan semua keputusan dan tindakan dalam organisasi.

Di KSPS Buana Kartika ini strategi *aggressive maintenance strategy* atau lebih dikenal dengan *strategi jemput bola* yang dipadu dengan *system excellent service*, artinya bahwa KSPS dalam mencari dan menarik minat anggota dengan mempererat silaturrahkim, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan para petugas langsung mendatangi calon anggota ataupun yang sudah menjadi anggota di rumah atau di tempat usaha mereka (pasar) yang prioritaskan itu agar produk-produk yang di hasilkan dapat diterima masyarakat dan juga dapat membantu orang kecil dan menengah oleh karena KSPS Buana Kartika juga :

- a. Mengedepankan kelebihan yang di miliki oleh KSPS Buana Kartika dan meminimalisir apa yang menjadi kelemahannya serta mengutamakan dukungan pada pengembangan usaha kecil ke bawah.
- b. Memberikan pelayanan dengan pelayanan yang lebih ramah dan sopan santun.
- c. Mendasarkan pada ketentuan ajaran agama Islam.

Strategi di atas merupakan hal yang prioritaskan baik dalam bentuk pelayanan maupun sektor/kalangan yang dituju dan juga berprinsip ajaran agama islam karena mayoritas masyarakat di demak beragama islam.

Manajemen keuangan merupakan segala aktifitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, mengelola dana dan menyalurkan dana tersebut sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai. Manajemen keuangan suatu aktivitas yang terkait dengan seluruh aktivitas yang berhubungan langsung dengan transaksi serta mengatur pelaksanaan laporan administrasi dan laporan perincian di bidang keuangan. Disamping hal tersebut manajemen keuangan mempunyai peranan yang utama dalam lembaga, yaitu sebagai pencatat laporan keuangan yang pada akhirnya dapat membantu mengetahui tentang bagaimana keadaan keuangan pada lembaga tersebut.

Dalam manajemen keuangan, KSPS Buana Kartika dalam laporan keuangan tidak bisa ditunjukkan atau di perlihatkan secara detail, karena itu rahasia dari KSPS tersebut. Dalam pengamatan tentang manajemen keuangan bahwa pencatatan bukti transaksi dari simpanan atau tabungan, angsuran dan penarikan yang di lakukan setiap hari dari pusat maupun dari cabang bertujuan agar dapat mengetahui perkembangan keuangan setiap harinya.

Ruang lingkup manajemen keuangan yaitu:

- a. Menerima laporan harian *cash flow* dari cabang, selanjutnya di lakukan pendapatan melalui system computer untuk d buat neraca akumulasi
- b. Mengatur alur kas keuangan dari pusat ke cabang
- c. Terdapat aturan yang berkaitan dengan data dari bank.

Tanggung jawab bagian keuangan secara garis besar, di antaranya :

- a. Bertanggung jawab atas kas opnam
- b. Membuat laporan keuangan yang diperlukan
- c. Bertanggung jawab dalam mengatur dan mengeluarkan uang yang di setujui oleh manajer operasional
- d. Bertanggung jawab atas kecocokan saldo dari perbandingan antara pembiayaan dengan laporan kas

Laporan keuangan KSPS Buana Kartika mengalami pasang surut/naik turun, walaupun demikian menjadikan KSPS tetap eksis dan bahkan sampai awal berdiri hingga saat ini asset yang dimiliki KSPS Buana Kartika mencapai lima milyar.

## 2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta menyalurkan gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi. Bagaimana agar suatu produk dapat berhasil dipasarkan dan dibutuhkan taktik pemasar yang baik dan matang sehingga produk yang dilemparkan di pasar diminati oleh para konsumen. Sehingga keputusan yang di ambil perusahaan dalam menghadapi persaingan sering kali ditekankan pada hubungan antar perusahaan dengan lingkungan bisnisnya yang meliputi pesaing (*competity*), pelanggan (*castomer*), dan perubahan kondisi eksternal (*change*).

Dalam manajemen pemasaran KSPS Buana Kartika sangat memperhatikan karyawan yang mana marketingnya siap melayani konsumen agar mendapatkan pelayanan yang memudahkan dan mempercepat konsumen untuk dapat merasakan produk yang dikeluarkan oleh KSPS Buana Kartika.

Manajemen pemasaran yang dilakukan oleh KSPS Buana Kartika *direct selling*, yaitu karyawan mendatangi masyarakat untuk mengenalkan produkproduknya dan juga dengan :

- a. Menciptakan perhatian anggota, dengan mempercantik tubuh lembaga mulai dari casingnya sampai pada dalamnya dan tidak hanya itu saja juga di butuhkan adanya kedekatan/keterikatan pada anggota.
- b. Interest (menarik perhatian), setelah menciptakan perhatiannya dengan begitu kemudian di tarik hatinya menjadi anggota,

- c. Keputusan, dalam hal ini berkaitan akan memutuskan untuk meneruskan atau tidak.

Untuk pengembangan pasar diperlukan ketajaman marketing untuk mengetahui tentang potensi, preferensi. Dan perilaku masyarakat yang ada di daerah terhadap KSPS itu. Karena dalam dunia bisnis harus melihat peluangpeluang yang ada bahkan melihat pesaingnya. Berkaitan dengan itu dalam rangka strategi pemasaran perusahaan. Dari sisi pembiayaan KSPS Buana Kartika menerapkan analisis 5C, yaitu *character, capacity, collateral, capital* dan *condition* untuk memberikan pinjaman pembiayaan kepada nasabah.

### **3. Manajemen Operasional**

Manajemen *operasional* merupakan hal yang sangat penting dalam kinerja sebuah lembaga supaya dapat mencapai target yang sudah ditentukan. Misalnya dalam mengatur karyawan harus ada hubungan timbal balik supaya dapat menjalankan tugasnya saling bekerja sama atau saling melengkapi kekurangan antara karyawan yang satu dengan karyawan yang lainnya. Selain

itu juga pada para *anggota* harus ada komunikasi yang baik agar selama menjadi anggota tidak ada keluhan atau kurang kepuasan anggota.

Di dalam KSPS Buana Kartika Wilayah operasional disini sangat lengkap di antaranya adalah :

1. Penentuan desain produk

Dalam penentuan desain produk maka harus diketahui prosesnya. Kemudian di adakan rapat bagi semua kepala bagian selanjutnya jika dicapai kata sepakat maka forma di ketahui, dan tahap akhir adalah mencari bentuk format tersebut.

2. Pengendalian kantor cabang

Manajemen operasioanal kantor pusat memberika wewenang ke kantor cabang untuk menjalankan kegiatan operasioanalnya. Apabila terdapat suatu masalah maka manajer cabang akan

konfirmasi ke manajer operasional. Kemudian manajer operasional melalui kepala bagian yang bersangkutan sesuai masalah yang di hadapi akan memproses dan menindak lanjuti dari manajemen operasional untuk segera memecahkan masalah tersebut.

Sekarang KSPS Buana Kartika akan ada penambahan fasilitas yang lebih modern hal itu terbukti dengan adanya penambahan pelayanan penjualan pulsa dan pembayaran listrik secara online. Sehingga pada waktu anggota datang itu tidak hanya soal menabung dan mengambil uang, dan itu pun sudah di operasikan bulan ini dan program ini akan lebih membuat karyawan lebih kerja ekstra dalam melayani anggota.

#### **4. Sistem Informasi Manajemen**

Sistem informasi merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan yang berfungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pembuatan keputusan dan pengawasan dalam organisasi. Selain mendukung pembuatan keputusan, koordinasi dan pengawasan, system informasi dapat membantu manajer dalam menganalisa masalah-masalah kompleks dan menciptakan produk-produk baru.

Sistem informasi ini terdiri dari informasi tentang orang. Tempat dan sesuatu dalam organisasi atau lingkungan yang melingkupinya. Sedangkan sistem informasi manajemen adalah system informasi yang mendukung monitoring, pengawasan, pembuatan keputusan, dan aktivitas administrative manajer tingkat menengah.

Sistem informasi manajemen di KSPS Buana Kartika pada saat sekarang menggunakan program sistem komputerisasi dan itu cukup membantu karyawan di dalam membuat laporan dan juga bisa menyimpan data-data yang sangat penting.

## 5. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor penentu bagi efektifitas organisasi. Hal inilah yang menyebabkan pengelolaan sumber daya manusia menjadi hal yang sangat penting bagi kelangsungan suatu lembaga.

Dalam pelaksanaan sumber daya manusia dibagi ke dalam tiga langkah pelaksanaan antara lain :

1. Strategi sebelum merekrut SDM, yang meliputi aktifitas perencanaan SDM, recruitmen, Seleksi, dan Penempatan jabatan.
2. Strategi mempertahankan pemeliharaan pengembangan pemotivasian yang meliputi: pelatihan dan pengembangan, kompensasi, penilaian kerja dan promosi (jabatan)
3. Strategi keutuhan hubungan kerja, meliputi aktivitas pemberian sanksi, skorsing, pemecatan, pension dini, dan penguduran diri.

Perencanaan sumber daya manusia (SDM) adalah memprediksi atau memperkirakan banyaknya pengelolaan yang dibutuhkan untuk melakukan tugas-tugas atau pekerjaan yang ada. Ada 2 kepentingan dalam perencanaan SDM yaitu kepentingan dalam pengelolaan dan kepentingan lembaga.

Dalam pemenuhan tenaga kerja (rekrutmen karyawan) yang professional KSPS Buana Kartika dalam pelaksanaannya melalui waktu yang cukup panjang agar dapat memperoleh SDM yang memadai, memiliki pengetahuan yang luas mengenai lingkungan internal bisnis, strategi bisnis dan lingkungan bisnis yang dapat menjalankan program-program yang telah di rencanakan.

SDM di KSPS Buana Kartika harus memiliki loyalitas yang tinggi, meningkatkan potensi pengelola. Hal itu dilakukan dengan sistem pemagangan seluas-luasnya bagi calon karyawan baru yang di programkan sesuai dengan kebutuhan lembaga, adapun ketentuannya

dengan waktu pemagangan 6 bulan pertama kemudian di lanjutkan dengan pemagangan 6 bulan berikutnya baru tinggal penentuannya.

Adapun komponen gaji bagi pengurus dan karyawan didasarkan pada variable : Jabatan, masa kerja, tunjangan prestasi, dan prestasi kerja dengan indikator perolehan keuntungan laba.

Jadi dari pengamatan, status kepegawaian KSPS Buana Kartika terbagi atas:

1. Karyawan tetap adalah karyawan yang sudah mendapatkan SK pengangkatan yang di tandatangi oleh pejabat yang berwenang “pengurus” dan mendapatkan gaji atau upah secara tetap tiap akhir bulan sesuai dengan peraturan yang berlaku sampai berakhirnya hubungan kerja.
2. Karyawan honorer adalah karyawan harian yang belum mendapatkan SK pengangkatan dan dipekerjakan dalam jangka waktu tidak menentu.
3. Karyawan magang atau percobaan adalah karyawan yang sifatnya dalam masa coba dengan jangka waktu tertentu.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Karakteristik responden pada penelitian ini mesti dipaparkan sebagai gambaran kondisi responden. Untuk membantu menafsirkan hasil penelitian, responden diperbolehkan menginformasikan apapun terkait hal yang diteliti. Pada penelitian ini, terdapat karakteristik responden yang dimasukkan yaitu pekerjaan, agama serta pendidikan terakhir yang semuanya berjumlah 50 orang sesuai dengan pendapat Roscoe (1975) yang memberi acuan untuk ukuran sample sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variable yang diteliti yaitu 5 variabel (4 independen + 1 dependen) yang totalnya 50 responden. Dengan demikian selanjutnya 50 orang kuesioner tersebut sebagai dasar perhitungan dan analisis data selanjutnya. Dari output penelitian pada 50 orang yang sudah memberikan respon menggunakan kuesioner, diperoleh data antara lain.

**Tabel 4.1**  
**Tabel Demografi Responden**

Karakteristik	Jumlah	Persentase
<b>Pekerjaan</b>		
Pelajar/mahasiswa	14	28%
Karyawan	14	28%
Wiraswasta	12	24%
Lain-lain	10	20%
<b>Agama</b>		
Islam	48	96%
Lainnya	2	4%
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SD	9	18%
SMP	5	10%
SMA	30	60%
S1/S2	6	12%

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022.*

Berdasarkan tabel diatas pekerjaan menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa dan karyawan mempunyai prosentase yang sama sebesar 28% .Diikuti dengan wiraswasta Kondisi demikian menunjukkan bahwa rata-rata responden dalam usia yang masih produktif yang masih memiliki energi dan semangat yang besar dalam mencari ilmu bagi pelajar/mahasiswa dan karir bekerja bagi karyawan.

Berdasarkan Agama , islam mendominasi pada data responden sebanyak 48 orang atau 96% dan sisanya adalah agama lain sebanyak 2 orang atau sebesar 4%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar muslim telah banyak yang menjadi anggota LKI Buana Kartika

Berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa bagian terbesar responden adalah memiliki pendidikan SMA yaitu sebanyak 30 orang atau 60%, pendidikan SD yaitu sebanyak 9 orang atau 18% , pendidikan SMP sebanyak 5 orang atau 10% dan pendidikan S1 sebanyak 6 orang atau 12%. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pendidikan anggota di LKI Buana Kartika Mranggen banyak yang berpendidikan menengah .

## 4.3 Analisis Data

### 4.3.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atas deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum dari suatu variable. Variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas. Sedangkan variable dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah adalah minat anggota dalam menggunakan produk tabungan. Hasil pengolahan data deskriptif dapat dilihat pada table sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Tabel hasil uji statistik deskriptif**

#### Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	50	10	10	20	15,90	2,873
kualitas pelayanan	50	15	10	25	16,48	3,530
Produk	50	16	24	40	32,72	4,010
Religiusitas	50	8	7	15	12,00	2,020
Minat	50	8	7	15	11,62	2,184
Valid N (listwise)	50					

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022.*

Berdasarkan hasil uji statistic deskriptif dapat diketahui bahwa :

#### 1. Pengetahuan

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS , pengetahuan memiliki nilai minimum 10 , maximum 20 , mean 15,90 . Sementara standar deviasi sebesar 2,873 menunjukkan simpangan relative kecil , karena nilainya yang lebih kecil daripada nilai mean-nya.

#### 2. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS , dijelaskan variable kualitas pelayanan memiliki nilai minimum 10, maximum 25, mean 16,48.

Sementara standar deviasi sebesar 3,530 menunjukkan simpangan relative kecil, karena nilainya yang lebih kecil daripada nilai mean-nya.

3. Produk

Produk memiliki nilai minimum 2, maximum 5, mean 32,72. Sementara standar deviasi sebesar 4,010 menunjukkan simpangan relative kecil, karena nilainya yang lebih kecil daripada nilai mean-nya.

4. Religiusitas

Religiusitas memiliki nilai minimum 1, maximum 5, mean 12. Sementara standar deviasi sebesar 2,020 menunjukkan simpangan relative kecil, karena nilainya yang lebih kecil daripada nilai mean-nya.

5. Minat

Minat memiliki nilai minimum 1, maximum 5, mean 16,16. Sementara standar deviasi sebesar 2,184 menunjukkan simpangan relative kecil, karena nilainya yang lebih kecil daripada nilai mean-nya.

#### **4.3.2. Uji Kualitas Data**

##### **1. Uji Validitas**

Uji validitas (uji kesahihan) digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti mempunyai validitas rendah.

Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai P. value atau signifikansi  $< 0,05$  maka item atau pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya, selain melihat nilai signifikansi juga dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r table. Hasil uji validitas terdapat pada table 4.3-4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

**Tabel hasil uji validitas X1**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,916	0,2787	Valid
X1.2	0,937	0,2787	Valid
X1.3	0,927	0,2787	Valid
X1.4	0,874	0,2787	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022.*

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukkan pernyataan X1.1, X.2, X1.3 dan X1.4 nilai R hitungnya lebih besar dari R table. Menandakan bahwa item pernyataan X1.1, X1.2, X1.3, dan X1.4 adalah valid dan dapat diolah untuk uji berikutnya.

**Tabel 4.4**

**Tabel Hasil uji validitas X2**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,843	0,2787	Valid
X2.2	0,842	0,2787	Valid
X2.3	0,905	0,2787	Valid
X2.4	0,767	0,2787	Valid
X2.5	0,627	0,2787	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022.*

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukkan pernyataan X2.1, X2.2, X2.3, X2.4 dan X2.5 nilai R hitungnya lebih besar dari R table. Menandakan bahwa item pernyataan X2.1, X2.2, X2.3, X2.4 dan X2.5 adalah valid dan dapat diolah untuk uji berikutnya.

**Tabel 4.5**

**Tabel hasil uji validitas X3**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,767	0,2787	Valid
X3.2	0,762	0,2787	Valid
X3.3	0,780	0,2787	Valid
X3.4	0,696	0,2787	Valid
X3.5	0,838	0,2787	Valid
X3.6	0,762	0,2787	Valid

X3.7	0,728	0,2787	Valid
X3.8	0,658	0,2787	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022.*

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukkan pernyataan X3.1, X3.2, X3.3, X3.4, X3.5, X3.6, X3.7 dan X3.8 nilai R hitungnya lebih besar dari R table. Menandakan bahwa item pernyataan X3.1, X3.2, X3.3, X3.4, X3.5, X3.6, X3.7 dan X3.8 adalah valid dan dapat diolah untuk uji berikutnya.

**Tabel 4.6**

**Tabel hasil uji validitas X4**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,767	0,2787	Valid
X3.2	0,762	0,2787	Valid
X3.3	0,780	0,2787	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022.*

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukkan pernyataan X4.1, X4.2 dan X4.3 nilai R hitungnya lebih besar dari R table. Menandakan bahwa item pernyataan X4.1, X4.2 dan X4.3 adalah valid dan dapat diolah untuk uji berikutnya.

**Tabel 4.7**

**Tabel hasil uji validitas Y**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,916	0,2787	Valid
Y2	0,937	0,2787	Valid
Y3	0,927	0,2787	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022.*

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukkan pernyataan Y1, Y2 dan Y3 nilai R hitungnya lebih besar dari R table. Menandakan bahwa item pernyataan Y1, Y2 dan Y3 adalah valid dan dapat diolah untuk uji berikutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dengan menggunakan uji statistik Cronboach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronboach Alpha  $> 0,70$ . Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden selalu konsisten dari waktu ke waktu.

**Tabel 4.8**

**Table Hasil Uji Validitas**

Pernyataan	Cronbach alpha	Keterangan
X1	0,981	Reliabel
X2	0,868	Reliabel
X3	0,888	Reliabel
X4	0,737	Reliabel
Y	0,806	Reliabel

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022*

Berdasarkan hasil uji nilai Cronbach alfa X1  $0,981 > 0,70$  ,X2  $0,868 > 0,70$  , X3  $0,888 > 0,70$  , X4  $0,737 > 0,70$  dan Y  $0,806 > 0,7$  yang artinya variable tersebut memiliki koefisien reliabilitas tinggi.

### 4.3.3. UJI ASUMSI KLASIK

#### 1. UJI NORMALITAS

Untuk uji normalitas data digunakan pendekatan kolmogrove swirnov test. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi yang normal atau tidak. Data distribusi normal, jika nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$ . Sedangkan data distribusi tidak normal, jika nilai sig(signifikansi)  $< 0,05$

**Tabel 4.9**

**Table Hasil Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		49
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000

	Std. Deviation	1,86123614
Most Extreme Differences	Absolute	,118
	Positive	,105
	Negative	-,118
Test Statistic		,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		,085 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022*

Berdasarkan hasil uji nilai Kolmogorov sminov sebesar 0,118 dan residual terdistribusi secara normal. Hal ini dibuktikan dengan nilai Asymp sig. ( 2-tailed ) sebesar 0.85 atau lebih besar dari 0,05.

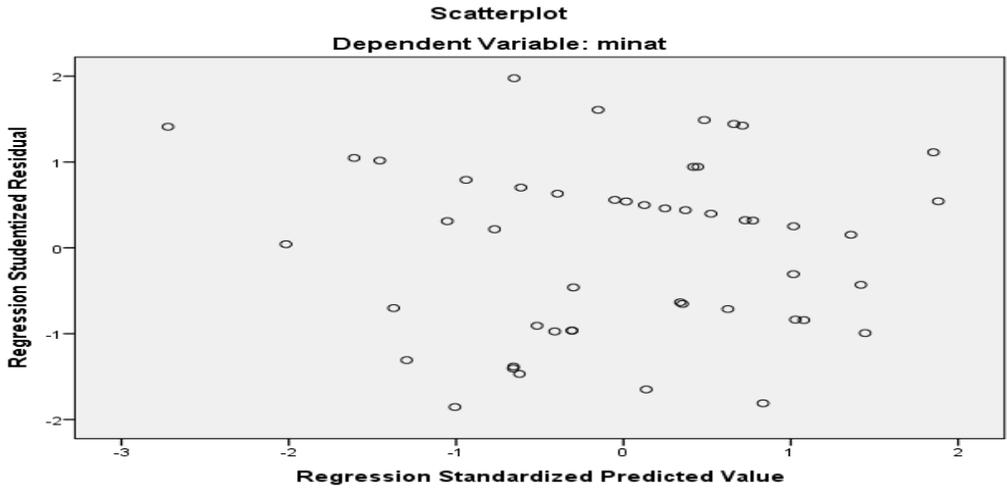
## 2. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas .Heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien.

Untuk menguji heterokedastisitas adalah dengan melihat pola tertentu pada grafik scatterplot, jika ada titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu maka terjadi heterokedastisitas. Apabila terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heeroskedastisitas. Berikut adalah hasil grafik scatterplot:

**Tabel 4.10**

### **Gambar Hasil Uji Heteroskedasitas**



Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil output scatterplot dari uji heteroskedastisitas di atas, terlihat bahwa titik-titik pada gambar terlihat menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Sehingga berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa variabel dependen Minat menggunakan produk simpanan (Y) tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**3. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi, dapat dilihat dari tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Hasil uji multikolinieritas:

**Tabel 4.11**  
**Table Hasil Uji Multikolinieritas**

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

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	--------------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	11,427	3,548		3,221	,002					
Pengetahuan	-,023	,107	-,035	-,219	,828	,049	-,033	-,032	,847	1,181
kualitas pelayanan	,141	,089	,255	1,588	,119	,215	,233	,230	,815	1,227
Produk	,065	,078	,136	,839	,406	,069	,126	,122	,802	1,247
Religiusitas	,047	,082	,093	,569	,572	,148	,085	,082	,789	1,268

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas dapat dijelaskan berikut :

1. Pengetahuan nilai toleransi  $0,847 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,181 < 10$  yang artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas.
2. Kualitas pelayanan nilai toleransi  $0,815 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,227 < 10$  yang artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas.
3. Produk nilai toleransi  $0,802 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,247 < 10$  yang artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas.
4. Religiusitas nilai toleransi  $0,789 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,268 < 10$  yang artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas.

#### 4.3.4. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Metode regresi digunakan untuk menguji hubungan satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas. Pada penelitian ini terdapat satu variabel terikat dan 4 (empat) variabel bebas sehingga metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2007) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

**Tabel 4.12**  
**Table Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,832	1,550		-,537	,594
	Pengetahuan	,678	,044	,892	15,291	,000
	kualitas pelayanan	,027	,037	,043	,718	,477
	Produk	,001	,032	,002	,038	,970
	Religiusitas	,099	,062	,092	1,615	,113

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

$$Y = (-0,832) + 0,678X_1 + 0,027X_2 + 0,01X_3 + 0,099X_4 + e$$

Adapun interpretasi dari model regresi diatas adalah :

1. Jika pengaruh dari variable bebas diabaikan , maka pada minat anggota menggunakan produk simpanan terjadi penurunan sebesar 0,832%
2. Setiap peningkatan pengetahuan masyarakat yang baik setara 1% maka meningkatkan minat anggota menggunakan produk simpanan sebesar 0,678 %
3. Setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1% maka akan meningkatkan minat anggota menggunakan produk simpanan sebesar 0,027%
4. Setiap peningkatan produk setara 1% maka akan terjadi peningkatan minat anggota menggunakan produk simpanan sebesar 0,001%
5. Setiap terjadi peningkatan tingkat religiusitas masyarakat sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat anggota menggunakan produk simpanan sebesar 0.099%

#### 4.3.5. PENGUJIAN HIPOTESIS

##### 1. Uji Koefisien Determinan ( R Square )

Uji ketepatan perkiraan bertujuan untuk menilai total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil dari pengujian ini adalah koefisien determinasi majemuk disesuaikan (adjust R<sup>2</sup>), yaitu suatu koefisien determinasi yang menunjukkan besaran variasi dari variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya nilai adjust R<sup>2</sup> berkisar antara  $\geq 0$  dan  $\leq 1$ . Hasil uji Koefisien determinan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13**

**Table Hasil Uji Koefisien Determinan**

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,929 <sup>a</sup>	,863	,851	,843

a. Predictors: (Constant), religiusitas, produk, pengetahuan, kualitas pelayanan

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022*

Tampilan luaran SPSS model summary menunjukkan besarnya koefisien determinan sebesar 0,863 , hal ini berarti 86,3% minat anggota menggunakan produk simpanan dapat dijelaskan oleh variasi dari lima variabel independen yakni . pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas . Sedangkan sisanya ( 100%-86,3% = 13,7% ) dijelaskan oleh faktor lain. Standar eror estimasi sebesar 0,843 , makin kecil standar eror estimasinya maka membuat model regresi semakin tepat.

##### 2. Uji Simultan ( Uji F )

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam table ANOVA. Jika nilai  $\text{sig} \leq \alpha = 0.05$  maka terdapat satu atau lebih variabel independen yang memengaruhi variabel dependen

yang berarti hipotesis yang dirumuskan diterima. Hasil uji F ada dalam table berikut :

**Tabel 4.14**  
**Table Hasil Uji F**

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

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201,831	4	50,458	71,068	,000 <sup>b</sup>
	Residual	31,949	45	,710		
	Total	233,780	49			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), religiusitas, produk, pengetahuan, kualitas pelayanan

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022*

Berdasarkan table ANOVA atau F Test diperoleh nilai F hitung sebesar 71,068 dengan probabilitas 0,00. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas tidak sama dengan nol, atau keempat variable independen secara simultan berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan di KSPS Buana Kartika.

### 3. Uji Parsial ( Uji T )

Uji statistik nilai T digunakan untuk menguji seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dari besarnya signifikansi. Apabila nilai lebih kecil dari signifikansi 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian dengan uji t adalah dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai t ( $\alpha = 0.05$ ) dengan ketentuan jika tingkat signifikansi uji t  $\leq 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  terdukung. Jika tingkat signifikansi uji t  $\geq 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berikut adalah hasil uji t :

**Tabel 4.15**  
**Table Hasil Uji t**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,832	1,550		-,537	,594
	Pengetahuan	,678	,044	,892	15,291	,000
	kualitas pelayanan	,027	,037	,043	,718	,477
	Produk	,001	,032	,002	,038	,970
	Religiusitas	,099	,062	,092	1,615	,113

a. Dependent Variable: minat

*Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022*

Untuk mendapatkan kesimpulan apakah menerima atau menolak  $H_0$ , terlebih dahulu ditentukan nilai t table yang akan digunakan. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan nilai d-f sebesar  $n-2 = 50-4 = 46$  diperoleh nilai t table sebesar 2,01

Dari analisis diperoleh nilai t hitung untuk variable pengetahuan sebesar 15,291 jika dibandingkan dengan nilai t table sebesar 2,01 maka nilai t hitung lebih besar dari nilai t table. Maka artinya variable pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan pada KSPS Buana Kartika.

Selanjutnya untuk variable kualitas pelayanan nilai t hitung  $0,718 < 2,01$ , variable produk nilai t hitung  $0,038 < 2,01$  dan variable religiusitas nilai t hitung  $1,15 < 2,01$  yang mana artinya dari ketiga variable tersebut yakni kualitas pelayanan, produk dan religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan di KSPS Buana Kartika.

## **4.4 PEMBAHASAN**

### **4.4.1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan**

Melalui analisis regresi yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linear berganda untuk pengaruh pengetahuan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk tabungan sebesar 0,678 dengan hasil uji T sebesar 15,291 dan signifikansi 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk simpanan. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan anggota dapat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan produk simpanan di KSPS Buana Kartika, bagi KSPS Buana Kartika dengan memberikan pengetahuan kepada masyarakat akan produk-produk yang dimiliki oleh KSPS Buana Kartika merupakan hal yang sangat penting karena dengan memberikan pengetahuan atau pemahaman kepada masyarakat mengenai produk-produk nya maka akan meningkatkan pemahaman mereka serta akan mendorong minat mereka untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh KSPS Buana Kartika.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni dan Ratnasari yang memperoleh hasil bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk tabungan pada lembaga mikro syariah KSPS Amanah Ummah Gumpang Kartasura.

### **4.4.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan**

Melalui analisis regresi yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linear berganda untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk tabungan sebesar 0,027 dengan hasil uji T sebesar 0,718 dan signifikansi 0,477. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk simpanan. Dengan demikian hipotesis kedua ditolak .

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa minat anggota untuk menggunakan produk simpanan di KSPS Buana Kartika sangat kecil dipengaruhi oleh kualitas pelayanan karena anggota tidak memerlukan waktu yang banyak untuk melakukan transaksi sehingga tidak terlalu menikmati fasilitas yang ada.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuanita yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung di KSPS Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur. Namun dari hasil penelitian ini berbeda dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarwita bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, artinya apabila pelayanan tersebut lebih ditingkatkan akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan anggota dalam menabung pada Perumda BPR Pusat Majalengka.

#### **4.4.3. Pengaruh Produk Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan**

Melalui analisis regresi yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linear berganda untuk pengaruh produk terhadap minat anggota dalam menggunakan produk tabungan sebesar 0,001 dengan hasil uji T sebesar 0,38 dan signifikansi 0,970. Hal ini menunjukkan bahwa Produk tidak berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk simpanan. Dengan demikian hipotesis ketiga ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa variable produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan di KSPS Buana Kartika. Hal ini dikarenakan ragam produk yang ditawarkan terbatas dan hanya untuk kalangan menengah kebawah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuanita yang menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung di KSPS Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur. Hal berbeda disimpulkan oleh Qodriyah yang menyatakan bahwa Variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan di Bank Muamalat Cabang Madiun.

#### **4.4.4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan**

Melalui analisis regresi yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linear berganda untuk pengaruh religiusitas terhadap minat anggota dalam menggunakan produk tabungan sebesar 0,099 dengan hasil uji T sebesar 1,615 dan signifikansi 0,113. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk simpanan. Dengan demikian hipotesis keempat ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa variable religiusitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan di KSPS Buana Kartika. Hal ini disebabkan mayoritas penduduk berfikir logis untuk menginvestasikan dananya dengan memepertimbangkan keuntungan tanpa potongan bunga.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Maghfiroh bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan di bank Syariah pada santri mahasiswi Darus Salihat. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Igayani yang menyebutkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menggunakan produk simpanan mahasiswa akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri 2018 Di Bank syariah.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Dari data primer yang diolah dari melakukan penyebaran kuesioner pada anggota di LKI Buana Kartika Mranggen tahun 2022, maka selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas dan validitas. Hasil uji reliabilitas dan validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam setiap variabel reliabel dan valid. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di LKI Buana Kartika Mranggen dengan jumlah sampel 50 responden dapat ditarik kesimpulan:

1. Uji hipotesis pertama, pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan
2. Uji hipotesis kedua, kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan .
3. Uji hipotesis ketiga, produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan
4. Uji hipotesis keempat, religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Koperasi  
Dapat dijadikan evaluasi kinerja dan sumber informasi bagi perusahaan dalam usaha meningkatkan minat anggota dalam menggunakan produk simpanan di KSPS Buana Kartika Mranggen.
2. Bagi Akademisi  
Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti-peneliti berikutnya dan menambah wawasan terkait dengan minat menggunakan produk simpanan.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan pengumpulan data dengan kuisisioner yang bersifat subjektif, jadi kemungkinan dapat bersifat bias serta ditemukannya perbedaan antara jawaban dan keadaan sesungguhnya. Dalam penelitian ini kuesioner yang disebarakan dengan jangka waktu yang singkat, maka data yang kembali kurang maksimal karena keterbatasan waktu dan kesibukan para anggota.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk simpanan yaitu pengetahuan , kualitas pelayanan, produk dan religiusitas. Nilai adjusted R Square sebesar 86,3% dan 13,7% lainnya bias dijelaskan dengan faktor lain.

### **5.4. Agenda penelitian selanjutnya**

Adapun agenda penelitian untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan observasi terlebih dahulu atas kesediaan instansi untuk dijadikan sampel penelitian.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara secara langsung agar data yang dihasilkan lebih akurat dan responden dapat memahami pertanyaan yang diajukan.

Diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk meneliti kembali keempat variabel bebas dan menambahkan satu variabel lain yang berpotensi berpengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan produk simpanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., 2014, *Analisis Terhadap Strategi Memaksimalkan Kinerja SDM pada LKI (Lembaga Keuangan Islam) Buana Kartika Mranggen Kabupaten Demak*, Undergraduate (S1) thesis, UIN Walisongo, Semarang.
- Andriani, A., 2015, *Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menggunakan Produk Simpanan di Perbankan Syariah (Study Kasus di Pondok Pesantren Al-Falah Kediri)*, UIN Kediri, Kediri.
- Safari. 2003. *Indikator Minat Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Igayani, R. Y., 2018, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Produk Simpanan Mahasiswa di Bank Syariah (Study Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Nusantara Kediri)*, Skripsi Universitas Nusantara PGRI, Kediri.
- Kristiyadi, & Hartiyah, S, 2016, *Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Simpanan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah*, Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika.
- Harfika, J., dan Abdullah, N. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*. Balance, XIV(1), 44–56.
- Maghfiroh, S, 2018, *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Produk Simpanan di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswa Darus Shalihat*, Jurnal Pendidikan dan Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Meldiana, S, 2017, *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPS Bina Umat Sejahtera Kalijambe*, UIN Walisongo, Semarang.
- Qodriyah, I. L, 2016, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan di Bank Muamalat Cabang Madiun*, Jurnal Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi.
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D, 2018, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Nomor 143, Tahun 2018, STIE AAS, Surakarta.
- Sarwita, H, A, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota Untuk Menabung*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi, Nomor 213, Tahun 2017, UNY, Yogyakarta.

- Makmun Khairani. 2013. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Sugiyono, 2007, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabetha, Bandung.
- Uyun, K, 2016, *Pengaruh Produk Syariah dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BNI Syariah Cabang Semarang*, UIN Walisongo, Semarang.
- Yuanita, O. F, 2017, *Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Penabung (Study Pada KSPS Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji Lamongan, Jawa Tengah)*, Skripsi IAIN Surakarta, Surakarta.
- Zeida, M, P. 2017. *Pengaruh Pengetahuan Literasi, Iklan Tv dan Kualitas Jasa Terhadap Minat Menggunakan Produk Simpanan Anggota di BNI Syariah Cabang UIN Syarif Hidayatullah (Study Kasus Pada Tabungan BNI IB Hasanah)*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Ridwan, Muhammad. (2004). *Manajemen KSPS* . Yogyakarta: UII Press.
- Ajzen. (1991). *Organizational Behavior and Human Decision Processes. Visual Post: The Theory of Planned Behavior*, 5(2), 179-211.
- Neila Ramadhani. (2011). *Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior*, Volume 19(2), 55-69.
- Mappiare, Andi. (2010). *Pengantar Konseling Dan Psikoterapi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Warson Munawwir. (1984). *Al-Munawwir; Kamus Arab-Indonesia*. Yogyakarta: Unit Pengadaan Buku-Buku Ilmiah Keagamaan Pondok Pesantren al-Munawwir.
- Azizy Qadri. (2003). *Pengembangan Ilmu-Ilmu Keislaman*. Jakarta: Direktorat Perguruan Tinggi Agama Islam Departemen Agama RI.
- Suriati dan Rijal Samsul. (2021). *Pengaruh Pengetahuan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. 4(2), 333-346.
- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunakan jasa hotel rizen kedaton bogor*. 1(2), 83–101.
- Istianto, Bambang. (2011). *Manajemen Pemerintahan Dalam Prespektif Pelayanan Publik*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Maulana Ade Syarif. (2016). *Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. 7 (2), 113-125.
- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunakan jasa hotel rizen kedaton bogor*. 1(2), 83–101.
- Hipludin Agus. (2017). *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Calpulis

- Gunara, Thorik & Hardiono,U,S. (2006). *Marketing Muhammad*. Bandung: Takbir Publishing House.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Sentot Imam Wahjono. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiono Dendy. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi-4*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Firmansyah.(2010). *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Pasien Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kesehatan*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Daradjat Zakiah. (2007). *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Fitriani Yuni. (2018). *Religiusitas Islam dan Kerendahan Hati Dengan Pemanfaatan Pada Mahasiswa*. 14(2),152-186.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research & Development)*, Bandung : ALFABETA.
- Sudaryono, 2017, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Bungin, Burhan, 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik, serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **Kata Pengantar Kuisisioner**

**tentang:**

*Pengaruh Pengetahuan ,Kualitas Pelayanan , Produk dan Religiusitas terhadap Minat Anggota untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada KSPS Buana Kartika*

Hal : Mohon Bantuan pengisian kuisisioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, saya:

Nama : Muhammad Arsyadani

NIM : 1505026156

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam

Bermaksud mengadakan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Pengetahuan ,Kualitas Pelayanan , Produk dan Religiusitas terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada KSPS Buana Kartika”*** . Sehubungan dengan itu saya memohon bantuan kepada saudara untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Mengingat sangat pentingnya data ini, saya mengharapkan agar kuisisioner ini dapat diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari bapak/ Ibu hanya akan digunakan untuk penelitian ini, segala kerahasiaan akan saya jaga dengan sungguh-sungguh.

Atas kesediaan dan partisipasi saudara dalam mengisi kuisisioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Demak, 18 April 2022

Muhammad Arsyadani

## Identitas Responden

1. Nama : ( boleh tidak diisi )
2. Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Pekerjaan : a. Pelajar/mahasiswa d. Wiraswasta  
b. Pegawai Negri e. Lainnya  
c. Pegawai Swasta
4. Agama :
5. Pendidikan terakhir : a. SD d. Diploma/Sarjana  
b. SMP e. Lainnya  
c. SMA
6. Lama menjadi anggota : a. < 1 tahun d. 3-4 tahun  
b. 1-2 tahun e. > 4 tahun  
c. 2-3 tahun

### Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

**Variable pengetahuan ( X1 )**

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Pengelolaan dana Simpanan mudharabah pada KSPS BUANA KARTIKA sesuai dengan prinsip syariah					
2.	Simpanan pada KSPS BUANA KARTIKA menggunakan akad mudharabah.					
3.	Produk simpanan Mudharabh di KSPS BUANA KARTIKA menggunakan sistem bagi hasil dalam pembagian keuntungannya					
4.	Dalam simpanan mudharabah tidak ada unsur riba					

**Variable kualitas pelayanan ( X2 )**

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Ruang tunggu di KSPS BUANA KARTIKA Buana Kartika nyaman					
2.	KSPS BUANA KARTIKA Buana Kartika menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan					
3.	Karyawan memproses dengan cepat atas transaksi yang dilakukan anggotanya					
4.	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan informasi tentang simpanan mudharabah terhadap anggotanya					
5.	Karyawan selalu melayani anggota dengan sopan dan ramah					

**Variable produk ( X3 )**

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk KSPS BUANA KARTIKA tidak mengandung unsur Riba					
2.	Produk KSPS BUANA KARTIKA sudah berprinsip syariah					
3.	Keuntungan dibagi menurut system bagi hasil					
4.	KSPS BUANA KARTIKA tidak menerapkan system bunga					
5.	Produk KSPS BUANA KARTIKA tidak mengandung unsur Gharar					
6.	Menabung di KSPS BUANA KARTIKA telah melakukan aktivitas sesuai syariah					
7.	Produk KSPS BUANA KARTIKA tidak mengandung unsur judi					
8.	Dengan menabung di KSPS BUANA KARTIKA berarti telah melakukan investasi halal					

**Variable religiusitas ( X4 )**

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya Mengetahui hokum islam ( hukum riba )					
2.	Saya memahami kaidah – kaidah umum ilmu ekonomi syariah/perbankan syariah					
3.	Saya orang yang berusaha jujur,menjaga amanat dan menjaga lingkungan , tidak mencuri , tidak menipu , beruang untuk kesuksesan dan hidup menurut ukuran isam					

**Variable minat ( Y )**

No	PERTANYAAN MENYATAKAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih KSPS BUANA KARTIKA karena pengetahuan akan produk yang diberikan lengkap					
2.	Saya memilih menabung di KSPS BUANA KARTIKA karena pelayanannya bagus					
3.	Produk yang sudah sesuai syariah menjadikan saya memilih menabung di KSPS BUANA KARTIKA					





## TABULASI DATA

no	pengetahuan ( X1 )					kualitas pelayanan ( X2 )					
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	X1	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	X2
1	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	3	12	3	2	2	4	5	16
3	4	4	4	3	15	2	2	2	3	2	11
4	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	16
5	3	4	4	5	16	4	4	4	3	4	19
6	4	5	4	4	17	5	5	4	5	2	21
7	5	5	4	4	18	2	2	2	4	4	14
8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
9	5	5	5	5	20	2	2	2	2	2	10
10	4	4	5	4	17	5	1	3	2	5	16
11	4	4	5	5	18	4	4	5	4	4	21
12	2	2	3	4	11	4	4	3	3	3	17
13	4	4	4	4	16	3	4	5	3	5	20
14	5	5	5	5	20	4	5	5	4	4	22
15	2	2	3	3	10	3	3	3	3	3	15
16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
17	5	5	5	5	20	2	3	3	4	4	16
18	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15

20	3	3	3	3	12	2	2	2	2	2	10						
21	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20						
22	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19						
23	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15						
24	3	3	3	3	12	2	2	2	3	3	12						
25	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21						
26	4	4	4	4	16	2	2	2	2	3	11						
27	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15						
28	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15						
29	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15						
30	3	3	4	4	14	2	2	2	2	3	11						
31	3	3	3	2	11	2	2	2	3	3	12						
32	4	4	4	4	16	2	2	3	3	3	13						
33	4	4	4	5	17	3	3	4	3	3	16						
34	5	4	4	4	17	3	3	4	3	3	16						
35	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15						
36	5	5	4	4	18	4	3	3	3	3	16						
37	5	5	4	4	18	4	3	3	3	3	16						
38	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15						
39	4	4	5	4	17	2	2	3	4	4	15						
40	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15						
41	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20						
42	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15						
43	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20						
44	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25						
45	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20						
46	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	20						
47	2	3	3	3	11	3	3	3	5	5	19						
48	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20						
49	4	4	5	5	18	2	2	2	4	4	14						
50	2	4	4	4	14	3	3	3	3	3	15						
	<b>produk ( X3 )</b>									<b>religiusitas ( X4 )</b>				<b>minat ( Y )</b>			
no	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3.8	X3	x4.1	x4.2	x4.3	X4	y1	y2	y3	Y
1	5	5	3	3	3	4	4	4	31	5	5	3	13	5	3	5	13
2	5	5	3	2	4	4	5	5	33	5	5	4	14	3	3	3	9
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	13	4	4	4	12
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	14	4	4	3	11
5	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4	4	4	12	3	4	4	11
6	3	3	3	3	4	4	3	4	27	4	4	4	12	4	5	4	13
7	5	5	4	4	5	5	4	5	37	5	5	3	13	5	2	4	11

8	5	5	4	4	4	3	3	3	31	5	5	5	15	5	5	5	15
9	4	4	4	4	5	5	4	5	35	5	5	5	15	5	5	5	15
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	13	4	4	5	13
11	3	3	3	3	3	4	4	3	26	4	4	4	12	4	4	5	13
12	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	12	2	2	3	7
13	4	4	3	4	4	4	3	4	30	5	5	4	14	4	4	4	12
14	3	3	3	4	4	3	4	4	28	4	4	5	13	5	5	5	15
15	3	3	4	4	3	4	3	3	27	5	5	5	15	2	2	3	7
16	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	12	3	3	3	9
17	3	3	3	4	4	3	4	5	29	4	4	4	12	5	3	4	12
18	4	4	4	2	3	4	4	4	29	4	4	5	13	5	5	5	15
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	14	4	4	4	12
20	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	2	12	3	3	3	9
21	5	5	4	4	5	5	4	5	37	4	4	4	12	3	3	3	9
22	4	4	4	3	2	3	3	4	27	5	5	4	14	4	4	4	12
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	15	5	5	5	15
24	5	5		5	5	5	5	5	35	4	4	5	13	3	3	3	9
25	5	5	5	5	5	4	4	4	37	4	5	4	13	4	4	4	12
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	15	4	2	4	10
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	15	4	4	4	12
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	15	4	4	1	9
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	14	4	4	4	12
30	3	4	4	3	3	4	3	4	28	4	4	4	12	3	3	4	10
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	14	3	3	3	9
32	5	5	4	4	4	4	4	4	34	5	5	3	13	4	4	4	12
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	13	4	4	4	12
34	4	4	4	4	5	4	5	4	34	5	5	4	14	5	4	4	13
35	4	4	4	4	5	4	4	5	34	5	5	4	14	4	4	4	12
36	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	4	5	13	5	5	4	14
37	5	4	4	4	4	3	4	5	33	5	5	4	14	5	5	4	14
38	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	5	5	15	4	4	4	12
39	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	12	4	4	5	13
40	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	5	4	13	4	4	4	12
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	3	13	3	3	3	9
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	15	4	4	4	12
43	3	3	4	4	4	4	5	5	32	4	4	4	12	5	5	5	15
44	4	4	3	3	3	3	3	3	26	5	5	5	15	5	5	5	15
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	12	4	4	4	12
46	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	3	11	3	4	4	11
47	3	3	3	3	5	5	5	5	32	4	4	5	13	2	3	3	8

48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	15	3	3	3	9
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	14	4	4	5	13
50	4	4	4	4	3	4	4	4	4	31	5	5	4	14	2	4	4	10

## UJI Statistik Deskriptif

### Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pengetahuan	50	10	10	20	15,90	2,873
kualitas pelayanan	50	15	10	25	16,48	3,530
Produk	50	16	24	40	32,72	4,010
Religiusitas	50	8	7	15	12,00	2,020
Minat	50	8	7	15	11,62	2,184
Valid N (listwise)	50					

## UJI Validitas Data

### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	,885**	,758**	,663**	,916**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	,885**	1	,810**	,713**	,937**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	,758**	,810**	1	,850**	,927**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	,663**	,713**	,850**	1	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50
Pengetahuan	Pearson Correlation	,916**	,937**	,927**	,874**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	

	N	50	50	50	50	50

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

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	kualitas pelayana n
X2.1	Pearson Correlation	1	,744**	,752**	,468**	,390**	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,005	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	,744**	1	,866**	,624**	,263	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,065	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	,752**	,866**	1	,537**	,454**	,905**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	,468**	,624**	,537**	1	,510**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	,390**	,263	,454**	,510**	1	,627**
	Sig. (2-tailed)	,005	,065	,001	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	,843**	,882**	,905**	,767**	,627**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	prod uk
X3. 1	Pearson Correlation	1	,960*	,586*	,437*	,491*	,417*	,396*	,364*	,767*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,003	,004	,009	,000
	N	50	50	49	50	50	50	50	50	49
X3. 2	Pearson Correlation	,960*	1	,611*	,413*	,472*	,480*	,368*	,333*	,762*

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,001	,000	,009	,018	,000
	N	50	50	49	50	50	50	50	50	49
X3.3	Pearson Correlation	,586 <sup>*</sup>	,611 <sup>*</sup>	1	,737 <sup>*</sup>	,514 <sup>*</sup>	,543 <sup>*</sup>	,421 <sup>*</sup>	,288 <sup>*</sup>	,780 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,003	,045	,000
	N	49	49	49	49	49	49	49	49	49
X3.4	Pearson Correlation	,437 <sup>*</sup>	,413 <sup>*</sup>	,737 <sup>*</sup>	1	,648 <sup>*</sup>	,435 <sup>*</sup>	,367 <sup>*</sup>	,267	,696 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,001	,003	,000		,000	,002	,009	,061	,000
	N	50	50	49	50	50	50	50	50	49
X3.5	Pearson Correlation	,491 <sup>*</sup>	,472 <sup>*</sup>	,514 <sup>*</sup>	,648 <sup>*</sup>	1	,675 <sup>*</sup>	,638 <sup>*</sup>	,634 <sup>*</sup>	,838 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	50	50	49	50	50	50	50	50	49
X3.6	Pearson Correlation	,417 <sup>*</sup>	,480 <sup>*</sup>	,543 <sup>*</sup>	,435 <sup>*</sup>	,675 <sup>*</sup>	1	,630 <sup>*</sup>	,511 <sup>*</sup>	,762 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,002	,000		,000	,000	,000
	N	50	50	49	50	50	50	50	50	49
X3.7	Pearson Correlation	,396 <sup>*</sup>	,368 <sup>*</sup>	,421 <sup>*</sup>	,367 <sup>*</sup>	,638 <sup>*</sup>	,630 <sup>*</sup>	1	,682 <sup>*</sup>	,728 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,004	,009	,003	,009	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	49	50	50	50	50	50	49
X3.8	Pearson Correlation	,364 <sup>*</sup>	,333 <sup>*</sup>	,288 <sup>*</sup>	,267	,634 <sup>*</sup>	,511 <sup>*</sup>	,682 <sup>*</sup>	1	,658 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,009	,018	,045	,061	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	49	50	50	50	50	50	49
produk	Pearson Correlation	,767 <sup>*</sup>	,762 <sup>*</sup>	,780 <sup>*</sup>	,696 <sup>*</sup>	,838 <sup>*</sup>	,762 <sup>*</sup>	,728 <sup>*</sup>	,658 <sup>*</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

	N	49	49	49	49	49	49	49	49	49
--	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL_ X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,706**	,439**	,869**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	50	50	50	50
X4.2	Pearson Correlation	,706**	1	,328*	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000		,020	,000
	N	50	50	50	50
X4.3	Pearson Correlation	,439**	,328*	1	,731**
	Sig. (2-tailed)	,001	,020		,000
	N	50	50	50	50
TOTAL_ X4	Pearson Correlation	,869**	,837**	,731**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

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

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

Correlations

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL_ Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,885**	,758**	,916**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	,885**	1	,810**	,937**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50

Y.3	Pearson Correlation	,758**	,810**	1	,927**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,916**	,937**	,927**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

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

### Uji Reliability

Uji reliabilitas X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	4

Uji reliabilitas X2

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,868	5

Uji reliabilitas X3

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	8

Uji reliabilitas X4

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,737	3

Uji reliabilitas Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	3

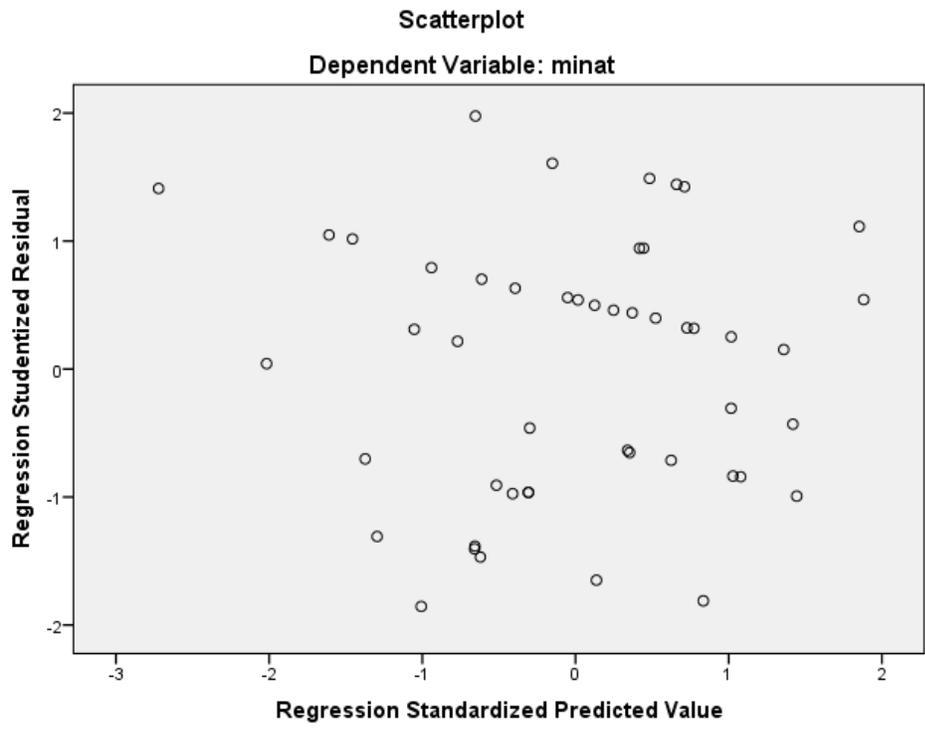
**UJI NORMALITAS**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		49
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,86123614
Most Extreme Differences	Absolute	,118
	Positive	,105
	Negative	-,118
Test Statistic		,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		,085 <sup>c</sup>

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

**Uji Heteroskedastisitas**



## Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,427	3,548		3,221	,002					
	Pengetahuan	-,023	,107	-,035	-,219	,828	,049	-,033	-,032	,847	1,181
	kualitas pelayanan	,141	,089	,255	1,588	,119	,215	,233	,230	,815	1,227
	produk	,065	,078	,136	,839	,406	,069	,126	,122	,802	1,247
	religiusitas	,047	,082	,093	,569	,572	,148	,085	,082	,789	1,268

a. Dependent Variable: minat

## Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,832	1,550		-,537	,594
	Pengetahuan	,678	,044	,892	15,291	,000
	kualitas pelayanan	,027	,037	,043	,718	,477
	Produk	,001	,032	,002	,038	,970
	religiusitas	,099	,062	,092	1,615	,113

a. Dependent Variable: minat

### Uji Koefisien Determinan ( R Square )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,929 <sup>a</sup>	,863	,851	,843

a. Predictors: (Constant), religiusitas, produk, pengetahuan, kualitas pelayanan

### Uji Simultan ( Uji F )

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201,831	4	50,458	71,068	,000 <sup>b</sup>
	Residual	31,949	45	,710		
	Total	233,780	49			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), religiusitas, produk, pengetahuan, kualitas pelayanan

### Uji Parsial ( Uji T )

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,832	1,550		-,537	,594
	Pengetahuan	,678	,044	,892	15,291	,000
	kualitas pelayanan	,027	,037	,043	,718	,477
	Produk	,001	,032	,002	,038	,970
	Religiusitas	,099	,062	,092	1,615	,113

a. Dependent Variable: minat

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Biodata Mahasiswa

Nama : Muhamad Arsyadani  
Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 15 Agustus 1996  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Tamansari Kec. Mranggen Kab. Demak  
Status : Belum Menikah  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Nama Ayah : Kosim  
Pekerjaan : Swasta  
Nama Ibu : Rofiah  
Pekerjaan Ibu : Ibu rumah tangga  
Email : marsyadani8@gmail.com

### B. Jenjang Pendidikan

1. SD : MI Miftahul Huda, Lulus Tahun 2008
2. SMP : MTs Asy-syarifah, Lulus Tahun 2011
3. MA : MA Futuhiyyah 1, Lulus Tahun 2014

### C. Riwayat Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris PAC IPNU Kec. Mranggen Tahun 2015-2019
2. Wakil Ketua PR IPNU Desa Tamansari Tahun 2014-2018
3. Wakil Sekretaris GP ANSOR Desa Tamansari 2020- 2022