



**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM),
KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
MENABUNG SIMPANAN
HARI RAYA IDUL FITRI (SIHARFI)
(Studi Kasus Anggota SIHARFI
KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan)**



**QOTRUNNADA SEVIA ZAHWA
NIM. 4220131**

2024

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM), KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT MENABUNG SIMPANAN
HARI RAYA IDUL FITRI (SIHARFI)**

(Studi Kasus Anggota SIHARFI
KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

QOTRUNNADA SEVIA ZAHWA
NIM. 4220131

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM), KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT MENABUNG SIMPANAN
HARI RAYA IDUL FITRI (SIHARFI)**

(Studi Kasus Anggota SIHARFI
KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

QOTRUNNADA SEVIA ZAHWA

NIM. 4220131

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Qotrunnada Sevia Zahwa**

NIM : **4220131**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) (Studi Kasus Anggota SIHARFI KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

ngan, 2 Mei 2024

Menyatakan,

Qotrunnada Sevia Zahwa

NIM. 4220131

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I

UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

Lamp : 2 (Dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Qotrunnada Sevia Zahwa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Qotrunnada Sevia Zahwa**

NIM : **4220131**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) (Studi Kasus Anggota SIHARFI KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 02 Mei 2024

Pembimbing,

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I

NIP. 198510122015031004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K. H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajen Kab.Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **Qotrunnada Sevia Zahwa**
NIM : **4220131**
Judul Skripsi : **Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) (Studi Kasus Anggota SIHARFI KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan)**
Dosen Pembimbing : **Muhammad Aris Safi'i, M.E.I**

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 25 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S. E.).
Dewan Penguji,

Penguji I

of. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

Penguji II

Farida Rohmah, S. Pd., M. Sc.
NIP. 198801062019082002

Pekalongan, 29 Juli 2024
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Jika kamu berbuat baik kepada orang lain (berarti) kamu berbuat baik pada dirimu sendiri.”

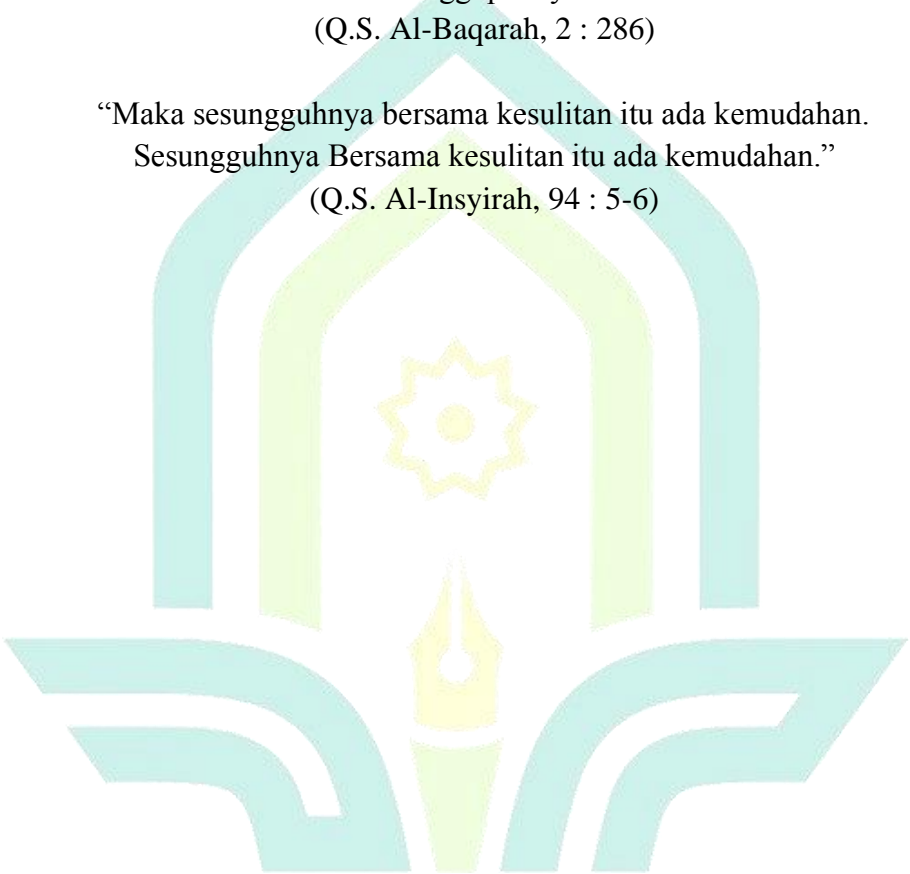
(Q.S. Al-Isra’ 17 : 7)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah, 2 : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah, 94 : 5-6)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini :

1. Kepada Allah SWT karena atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.
2. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Ali Imron S.IP. dan Ibu Ambyar Tristiyani S.H. yang telah memberikan dukungan serta do'a yang tiada hentinya, karena tiada kata seindah lanjutan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang tercapai dari orang tua.
3. Kakak saya Taufiq Abdurrahman dan Adik saya M. Yusuf Ali Adami yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat dalam proses mengerjakan skripsi ini.
4. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Terimakasih atas fasilitas yang selama ini diberikan selama saya berkuliah.
5. Dosen Pembimbing saya Bapak Muhammad Aris Safi'I M.E.I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya dan memberikan motivasi, saran, serta ilmunya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

6. Dosen Wali saya Bapak Dr. H. Tamamudin S.E.MM. yang telah memberikan motivasi, saran, serta ilmunya selama masa perkuliahan, sehingga saya bisa menyelesaikan masa perkuliahan saya.
7. Sahabat seperjuangan kuliah saya Sarah Fadhilah, Fikri Amalia Rosyada, Sifa Uchiat Suhita, Cahya Ningrum, Marcellina Rifani yang telah kebersamai penulis dari semester satu hingga masa skripsian ini.
8. Sahabat seperjuangan kuliah saya juga Nisfatul Khomsah yang telah membantu penulis dalam penyebaran kuesioner.
9. Saudara sepupu saya Susan Amilia yang memberikan semangat serta dukungannya dan menemani saya dalam proses skripsi ini.
10. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2020 yang telah berjuang bersama.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan.
12. Qotrunnada Sevia Zahwa, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibbilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

ABSTRAK

QOTRUNNADA SEVIA ZAHWA. Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI). (Studi Kasus Anggota KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan).

Melihat fenomena pertumbuhan jumlah anggota yang tidak stabil dari tahun ke tahun pada minat menabung simpanan hari raya idul fitri (siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan, pada tahun 2018 jumlah anggota melambung tinggi mencapai lebih dari 1.000 jumlah anggota siharfi, sehingga akan dibatasinya jumlah anggota setiap tahunnya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *word of mouth (wom)*, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung simpanan hari raya idul fitri (siharfi).

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini populasi yang diambil yaitu anggota siharfi yang menabung di KSPPS SM NU Cabang Kradenan sejumlah 904 anggota, dengan sampel sebanyak 95 responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling* dengan jenis *cluster random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS *Statistics 26*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Word Of Mouth (WOM)* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung siharfi di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung siharfi di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan. (3) Kepercayaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung siharfi di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan. (4) *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menabung siharfi di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan.

Kata Kunci : *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Minat Menabung.

ABSTRACT

QOTRUNNADA SEVIA ZAHWA. *The Influence of Word of Mouth (WOM), Service Quality And Trust On Interest In Saving Savings For Eid Al-Fitr (SIHARFI). (Case Study of Members of SIHARFI KSPSS SM NU Pekalongan Kradenan Branch).*

Seeing the phenomenon of unstable growth in the number of members from year to year regarding interest in saving savings for Eid al-Fitr (siharfi) at KSPSS SM NU Pekalongan Kradenan Branch, in 2018 the number of members soared to more than 1,000 siharfi members, so the number will be limited members every year. The aim of this research is to determine the influence of word of mouth (wom), service quality and trust on interest in saving savings for Eid al-Fitr (siharfi).

This research is a type of field research with a quantitative approach. The data collection method used in this research used a questionnaire. In this study, the population taken was the siharfi members who saved at KSPSS SM NU Kradenan Branch, totaling 904 members, with a sample of 95 respondents and the sampling technique used was probability sampling with cluster random sampling. This research uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of IBM SPSS Statistics 26.

The results of this research show that (1) Word of Mouth (WOM) has a significant and positive effect on interest in saving wisely at KSPSS SM NU Pekalongan Kradenan Branch. (2) Service quality has a significant and positive effect on interest in saving wisely at KSPSS SM NU Pekalongan Kradenan Branch. (3) Trust has a significant and positive effect on interest in saving wisely at KSPSS SM NU Pekalongan Kradenan Branch. (4) Word of Mouth (WOM), Service Quality and Trust influence simultaneously (simultaneously) on interest in saving wisely at KSPSS SM NU Pekalongan Kradenan Branch.

Keywords: Word of Mouth (WOM), Service Quality, Trust and Interest in Saving.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI)”. Skripsi ini disusun serta diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, serta dorongan baik moril maupun materiil. Atas bantuan maupun bimbingan yang telah diberikan kepada penulis, maka dengan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin S.E. MM. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak H. Muhammad Shulthoni, LC., M.A., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Muhammad Aris Syafi'i M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. H. Tamamudin S.E. MM. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Seluruh dosen Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi

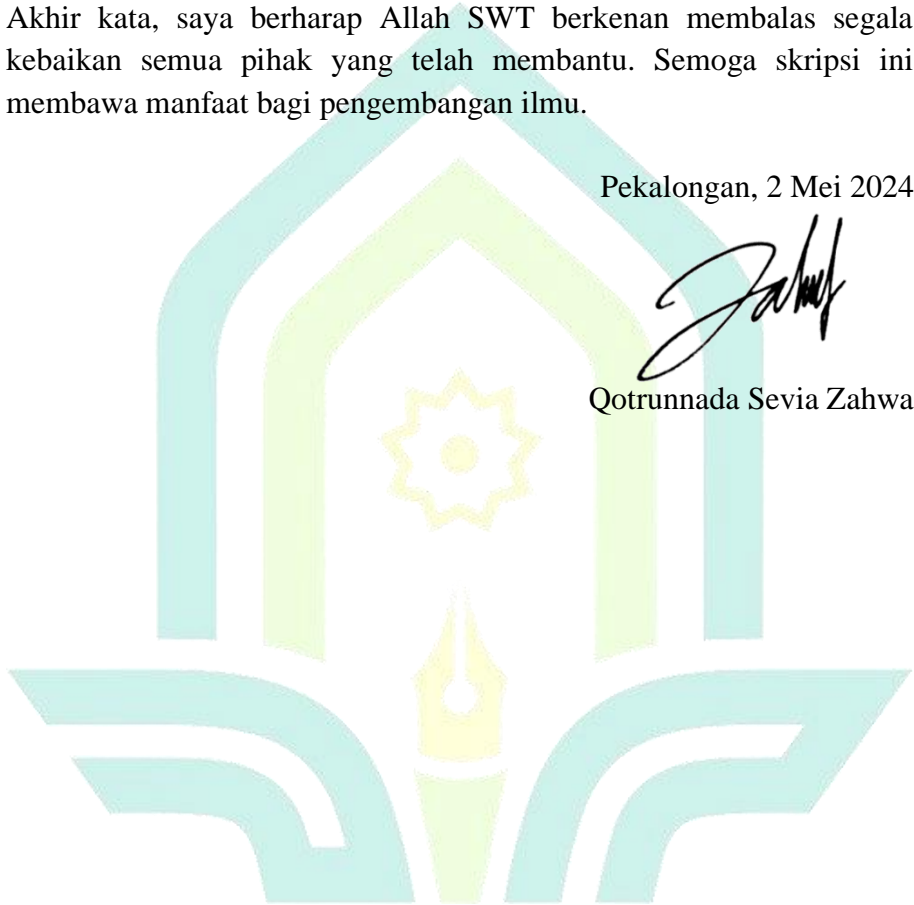
- dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu serta bimbingan kepada penulis.
9. Seluruh staff dan karyawan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan atas pelayanannya.
 10. Seluruh responden dalam penelitian saya yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 2 Mei 2024



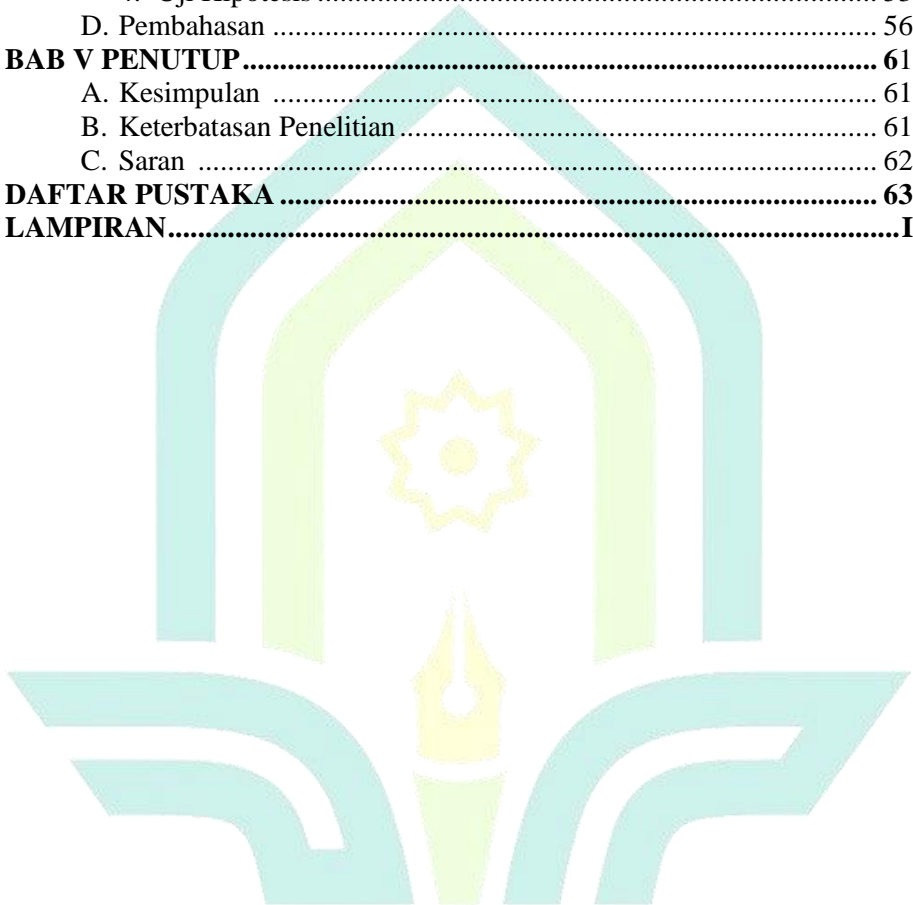
Qotrunnada Sevia Zahwa



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Theory Of Planned Behavior.....	11
2. Minat Menabung	12
3. Word Of Mouth (WOM).....	14
4. Kualitas Pelayanan	15
5. Kepercayaan.....	17
B. Telaah Pustaka	20
C. Kerangka Berfikir	27
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Pendekatan Penelitian	30
C. Setting Penelitian	30
D. Populasi dan Sampel Penelitian	30
1. Populasi	30
2. Sampel	30
E. Variabel Penelitian	31
F. Sumber Data	34
G. Teknik Pengumpulan Data	34
H. Metode Analisis Data	36
1. Uji Kualitas Data.....	36
2. Uji Asumsi Klasik.....	37
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	38

4. Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B. Hasil Analisis Data Responden	43
C. Uji Instrumen Data.....	46
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Penelitian.....	46
2. Uji Asumsi Klasik.....	49
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4. Uji Hipotesis	53
D. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Keterbatasan Penelitian.....	61
C. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Katakata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	komaterbalik (di atas)

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ —	Fathah	A	A
ِ —	Kasrah	I	I
ُ —	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	Fathah dan ya	Ai	a dani
... وُ	Fathah dan wawu	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

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

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
أ...آ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

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

b. Ta' marbutah mati

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

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-
madīnatul
munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

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

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā
-

9. Huruf Kapital

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

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
jamī`an

10. Tajwid

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Anggota Produk Simpanan.....	5
Tabel 1. 2 Perkembangan Jumlah Anggota SIHARFI.....	6
Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	35
Tabel 4. 1 Analisis Gender Responden.....	43
Tabel 4. 2 Analisis Umur Responden.....	44
Tabel 4. 3 Analisis Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 4. 4 Analisis Pendapatan Responden.....	45
Tabel 4. 5 Analisis Domisili Responden.....	45
Tabel 4. 6 Analisis Lama Menjadi Anggota.....	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X1).....	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X3).....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Minat (Y).....	48
Tabel 4. 11 Reliabelitas Variabel.....	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 14 Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinansi.....	53
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	55

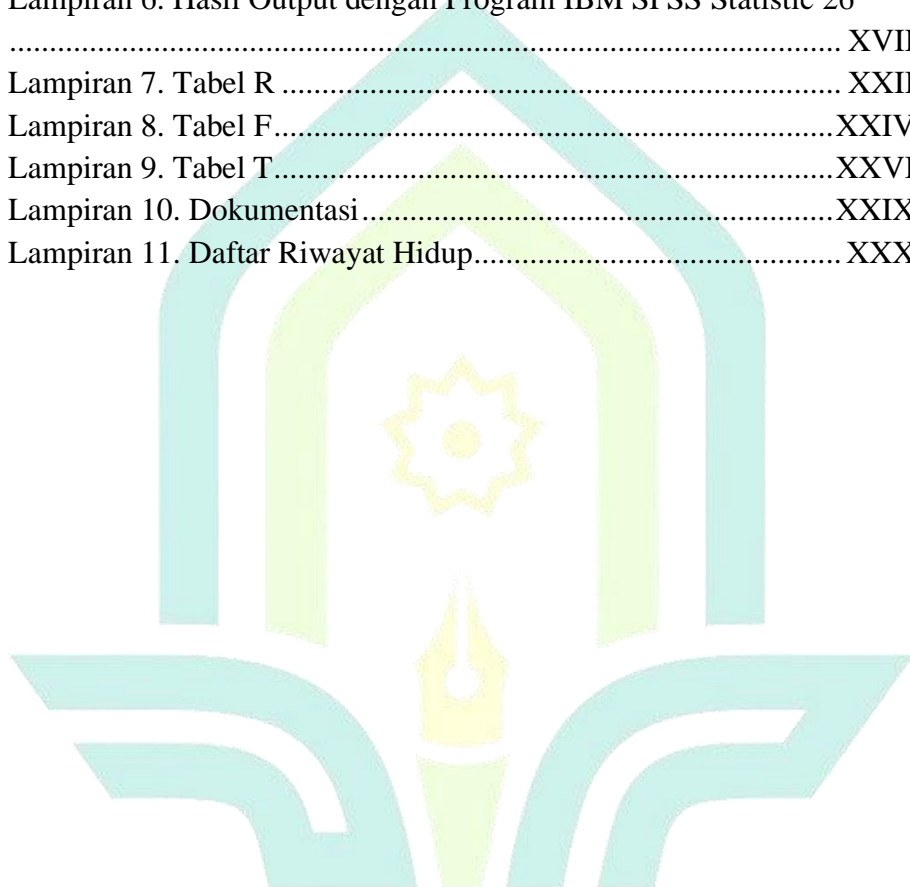
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi KSPPS SM NU Cabang Kradenan	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	I
Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	II
Lampiran 3. Kuesioner.....	III
Lampiran 4. Hasil Tabulasi Data Responden.....	VIII
Lampiran 5. Hasil Tabulasi Data Kuesioner	XI
Lampiran 6. Hasil Output dengan Program IBM SPSS Statistic 26	XVII
Lampiran 7. Tabel R	XXII
Lampiran 8. Tabel F.....	XXIV
Lampiran 9. Tabel T.....	XXVI
Lampiran 10. Dokumentasi.....	XXIX
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup.....	XXX



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan terhadap suatu hal, minat seseorang merupakan kecenderungan seseorang dalam memilih barang serta jasa yang digunakannya serta dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal pada saat mengambil keputusan dalam memilih suatu produk (Husain, 2008). Minat timbul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu objek, dan perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui lebih banyak, untuk belajar lebih banyak, untuk membuktikan lebih banyak. Hal ini dapat menunjukkan bahwa minat mencakup perhatian dan upaya untuk mendapatkan sesuatu dari objek tersebut (Darmadi, 2017).

Oleh sebab itu, strategi pemasaran yang cocok mungkin diperlukan guna menarik minat anggota untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Strategi pemasaran melibatkan penggunaan berbagai metode untuk membujuk konsumen agar memilih produk ataupun jasa yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya. Pada hal ini tujuannya adalah untuk mendorong calon anggota untuk menabung secara wajar di lembaga keuangan syariah. Strategi yang dilangsungkan oleh Lembaga keuangan syariah seperti membagikan brosur, pamflet, iklan melalui media sosial ataupun metode lainnya.

Ketika Lembaga keuangan sudah mempunyai citra yang baik bagi anggota, pastinya mereka memproduksi produknya dengan kualitas yang baik juga. Dengan produk yang berkualitas tersebut tentu akan menimbulkan perasaan senang atau puas dari konsumen. Dari perasaan puas akan produk tersebut, konsumen itu dapat merekomendasikan atau memberitahu kepada orang lain agar tertarik untuk membeli atau menggunakannya juga (Dafiq et al., 2022). *Word of mouth* merupakan cerita atau berita yang disampaikan konsumen secara tidak sadar kepada orang lain, biasanya promosi berupa rekomendasi ini lebih dipercaya

dibanding promosi yang disiapkan oleh perusahaan.

Dalam istilah Jawa *Word of mouth* biasa disebut dengan getuk tular. *Word of mouth* merujuk pada salah satu strategi pemasaran yang diterapkan pada rekomendasi seseorang bisa dari keluarga, kerabat, bahkan tetangga untuk memilih suatu produk atau layanan yang tepat dan sesuai kebutuhan dan tujuan menabung para anggota. *Word of mouth* memiliki fungsi yakni meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menabung, bahwa menabung itu sangat penting apalagi pada saat menjelang lebaran kebutuhan anggota semakin meningkat seperti berzakat, membeli baju lebaran, membeli kue, maupun memberi THR. Sehingga dengan banyaknya kebutuhan pada saat hari raya maka dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menabung.

Word of mouth (komunikasi dari mulut ke mulut) mempunyai Dampak terbesar pada masyarakat karena informasi yang disampaikan oleh orang lain (teman dan keluarga) cenderung diakui asli serta jujur. Sehingga masyarakat lebih mempercayai informasi produk yang didengar dari anggota keluarga, saudara, tetangga, ataupun orang terdekatnya yang mempunyai pengalaman memilih produk lebih diandalkan daripada informasi pada sumber lain seperti iklan. *Word of mouth* juga bermanfaat untuk Perusahaan disebabkan karena keuntungan meningkat reputasi perusahaan di mata masyarakat juga akan meningkat (Nugraha et al., 2015).

Dalam menarik minat anggota untuk menabung dilakukan dengan beberapa Upaya. Salah satunya dengan mengupayakan kualitas pelayanan. Dalam memberikan kualitas pelayanan Lembaga keuangan syariah harus memenuhi standar kualitas pelayanan seperti dari segi fasilitas, peralatan dan keterampilan komunikasi dari segi kemampuan memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan, serta dari segi ketersediaan karyawan untuk membantu anggota. Memberikan pelayanan dengan sopan, santun dan kehandalan karyawan mudah menjalin Komunikasi yang efektif dan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan anggota merupakan hal penting. Jika anggota puas maka akan menjadi loyal dan mempercayai layanan tersebut. Oleh karena itu

Lembaga keuangan syariah harus mengedepankan kualitas pelayanan (Fibriani, 2022).

Fokus utama dalam membangun hubungan antara kualitas produk dan minat nasabah, sehingga mampu disesuaikan dengan tujuan serta kebutuhan mereka. Banyaknya produk yang disediakan belum memenuhi harapan masyarakat, menyebabkan kekecewaan terhadap kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Produk yang berkualitas akan memenuhi tujuan dan kebutuhan nasabah dengan baik (Adiwarman, 2006).

Selain fokus pada kualitas pelayanan, terdapat faktor lain yang dapat menarik minat anggota adalah kepercayaan. Menurut Khotimah (2013) Kepercayaan merupakan keyakinan anggota kepada lembaga keuangan dengan cara menerima semua tindakan mitranya yang akan menguntungkan semua pihak dan anggota tersebut berharap bahwa lembaga keuangan tersebut bakal melangsungkan suatu tindakan yang penting kepada anggota yang telah memberi kepercayaan, salah satunya dengan cara menepati semua janji-janji yang telah dijanjikan di awal.

Lembaga keuangan adalah salah satu jenis usaha atau organisasi yang menghargai kepercayaan para anggotanya. Lembaga keuangan tidak dapat melakukan pengelolaan yang baik tanpa kepercayaan dari anggotanya. Oleh karena itu, penting bagi anggota untuk mempercayai lembaga keuangan mereka. Kepercayaan tercipta melalui proses kepercayaan yang panjang antara kedua belah pihak.

Ketika hubungan saling percaya terbangun antara lembaga keuangan dan anggotanya, maka akan lebih mudah terciptanya kerja sama yang menguntungkan kedua belah pihak. Kepercayaan adalah keinginan untuk diperlakukan oleh orang lain yang berharap bahwa dengan melakukan hal ini, orang lain akan mengambil tindakan yang diperlukan dengan harapan bahwa mereka akan bertindak sesuai keinginan, tanpa mempertimbangkan apakah mereka dapat mengawasi atau mengendalikan orang lain (Roger C. Mayer, James H. Davis, 1995).

Mayoritas Masyarakat di Indonesia adalah beragama Islam. Umat Islam saat ini mengetahui bahwa lembaga keuangan konvensional yang beroperasi dengan sistem bunga, meskipun diakui berkontribusi dalam mendorong dan memajukan pembangunan ekonomi. Dengan begitu, umat Islam menjadi lebih cermat dalam melaksanankan ketentuan dan ajaran agama mereka, sehingga menyusun strategi untuk menghindari kerjasama ataupun perundingan dengan institusi keuangan yang berbasis konvensional. Dampaknya, minat umat Islam terhadap layanan kredit bunga dari lembaga semacam itu menurun secara signifikan. dan malah mencari alternatif di luar lembaga perbankan yang dapat memenuhi semua kebutuhan bisnis mereka (Izah, 2023).

Lembaga keuangan non-konvensional menjadi solusi atas permasalahan diatas. Seiring perkembangan ekonomi lembaga keuangan syariah berkembang sangat pesat karena menggunakan prinsip-prinsip syariah. Sehingga para anggota yang berprinsip syariah lebih tertarik pada lembaga keuangan tersebut. Salah satu lembaga keuangan syariah di Pekalongan yakni Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Syirkah Muawanah Nahdhatul Ulama (KSPPS SM NU). KSPPS SM NU Pekalongan yakni koperasi yang berbadan hukum dengan pengelolaanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. KSPPS SM NU Pekalongan didirikan oleh beberapa pengurus cabang Nahdlatul Ulama serta pihak lain yang peka pada perkembangan organisasi Nahdlatul Ulama di Kota Pekalongan. Sampai saat ini KSPPS SM NU telah mengalami kemajuan karena mempunyai 13 cabang di KCU Kota Pekalongan, diantaranya yakni; Cabang Kradenan, Warungasem, Batang, Kedungwuni, Bojong, Kajen, Kesesi, Sragi, Wiradesa, Siwalan, Comal serta Pernalang.

Adapun produk-produk atau simpanan dalam koperasi ini yakni simpanan berguna (SIGUN), pendidikan (SIDIK), hari raya (SIHARFI), aqiqoh serta walimah (SIQOHWAL), Haji serta Umroh, Wisata Religi, Wadiah Berhadiah (SIDIA +), kurban sunah Idul Adha (SIKURNIA), multiguna berjangka (SANTIKA) serta berjangka wadiah (DEPOSITO).

Tabel 1. 1 Jumlah Anggota Produk Simpanan

No.	Produk Simpanan	2024
1.	Sigun	1.383
2.	Sidik	273
3.	Siharfi	904
4.	Siqohwal	2
5.	Sidia +	0
6.	Sikurnia	41
7.	Santika	12
8.	Deposito	47

Sumber : Data KSPPS SM NU Cabang Kradenan

Dari tabel 1.1 Mampu disimpulkan bahwasanya produk Sigun (Simpanan Serba Guna) memiliki jumlah anggota terbanyak yaitu 1.383. Produk Sigun merupakan simpanan dana dimana penyetoran dan pengambilannya bisa dilakukan sewaktu-waktu pada jam kerja koperasi. Akad yang digunakan dalam simpanan ini yaitu akad wadi'ah *yad adh dhomanah*. Sedangkan produk Siharfi memiliki jumlah anggota terbanyak setelah Sigun, dengan total 904 anggota. Hal ini memperlihatkan bahwasanya Siharfi cukup diminati oleh anggota dibandingkan dengan produk simpanan lainnya. Jumlah ini mencerminkan popularitas dan peminatan yang tinggi terhadap produk Siharfi di antara anggota, karena siharfi ini merupakan simpanan hari raya idul fitri yang menjadi momen penting bagi anggota untuk menabung. Pada momen hari raya ini, kebutuhan masyarakat meningkat dan menabung di koperasi syariah mampu menjadi pilihan yang cocok bagi mereka yang ingin menyimpan uang dengan aman dan halal.

Siharfi menggunakan akad wadi'ah *yad adh dhamanah* Dimana setoran 100 ribu/minggu selama 42 kali setoran, uang simpanan dikembalikan secara penuh, bebas biaya bulanan, serta mendapatkan bonus hari raya sesuai keinginan anggota (dari paket sembako sampai perabotan rumah tangga) dan juga bebas biaya administrasi bulanan.

Tabel 1. 2 Perkembangan Jumlah Anggota SIHARFI
KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan

Tahun	Jumlah Anggota
2021 - 2022	904
2022 - 2023	891
2023 - 2024	904

Sumber : Data KSPPS SM NU Cabang Kradenan

Menurut tabel 1.2 bahwa perkembangan jumlah anggota siharfi dari tahun 2021-2024 mengalami fluktuasi. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya naik turun jumlah anggota sehingga minat anggota dalam menggunakan jasa lembaga keuangan syariah mengalami pasang surut. Sebab, minat menabung anggota tidak sebanding dengan jumlah anggota. Berdasarkan wawancara pada bulan januari tahun 2024 dengan Bu Dina Mustikasari salah satu karyawan KSPPS SM NU Cabang Kradenan bahwa pada tahun 2018 jumlah anggota lebih dari 1.000 sedangkan Pada tahun 2022-2023 mengalami penurunan jumlah anggota tetapi Pada tahun 2023-2024 jumlah anggotanya sama seperti tahun 2021-2022. Faktor fluktuasi tersebut disebabkan oleh dibatasinya jumlah anggota atau ditutupnya pendaftaran produk simpanan, sehingga anggota kurang tahu mengenai ditutupnya pendaftaran tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa adanya fenomena yang terjadi di KSPPS SM NU Cabang Kradenan karena naik turunnya jumlah anggota.

Mengacu pada penelitian terdahulu yang dilangsungkan oleh Zainullah et al., (2021) menggambarkan bahwasanya *word of mouth* mempengaruhi pada minat menabung. Hal ini selaras dengan penelitian Santi (2021) didapati dampak positif antara *word of mouth* pada minat menabung mahasiswa. Namun hal tersebut berbeda dengan penelitian Nugroho (2021) bahwa *word of mouth* berakibat negatif serta belum signifikan pada minat menabung.

Riset yang dilangsungkan oleh Andika dan Syahputra (2021)

menghasilkan bahwa kualitas pelayanan berdampak pada minat menabung. Kemudian Suhendri et al (2021) juga melakukan penelitian yang sama bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan minat menabung. Namun hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilangsungkan Aziz & Hendrastyo (2020) bahwasanya kualitas pelayanan tidak mendapati dampak negatif yang signifikan pada minat pelanggan.

Riset yang dilangsungkan oleh Riyanti et al (2021) memperlihatkan bahwasanya minat mendapati dampak positif pada kepercayaan. Hal ini searah dengan penelitian Malik et al., (2021) yang memperlihatkan bahwasanya kepercayaan mempunyai dampak yang signifikan pada minat menabung. Tetapi berbeda pada penelitian Aziz & Hendrastyo (2020) yang mengungkapkan bahwasanya kepercayaan belum memberikan dampak negatif yang signifikan pada minat nasabah.

Setelah mengamati berbagai fenomena dan celah penelitian yang belum terjawab pada studi sebelumnya, peneliti merasa tertarik untuk menguji kembali hubungan antara *word of mouth*, kualitas pelayanan, serta kepercayaan pada minat menabung dalam konteks dan situasi penelitian yang baru.

Menurut latar belakang diatas, peneliti tertarik guna melangsungkan penelitian tentang **“Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI).” (Studi Kasus : Anggota SIHARFI KSPPS SM NU Cabang Kradenan).**

B. Rumusan Masalah

Menurut uraian diatas maka rumusan permasalahan pada penelitian yakni:

1. Apakah *word of mouth (WOM)* berpengaruh terhadap minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan?

4. Apakah *word of mouth* (WOM), kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan *word of mouth*, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis :
 - i. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya lembaga keuangan syariah mengenai pengaruh *word of mouth*, kualitas pelayanan serta kepercayaan pada minat menabung SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
 - ii. Bagi peneliti berikutnya, mampu dijadikan sebagaimana bahan referensi yang mampu digunakan untuk penelitian lebih lanjut berkaitan dengan topik ini.
- b. Manfaat Praktis :
 - i. Bagi KSPPS SM NU Cabang Kradenan
Diharapkan penelitian ini mampu memberi pemahaman mendalam mengenai faktor yang mempengaruhi minat menabung SIHARFI, serta

- memberikan masukan kepada pengelola usaha.
- ii. Bagi Anggota
Penulis dapat memberikan hasil kepada anggota KSPPS SM NU tentang minat menabung SIHARFI.
 - iii. Bagi Masyarakat
Diharapkan penelitian ini mampu dijadikan bahan bacaan guna memperluas wawasan dan membantu meningkatkan pengetahuan.

D. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun mengikuti sistematika yang ada guna mendapati gambaran umum serta informasi yang jelas mengenai penelitian yang sedang dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan terkait kejadian atas sebuah masalah yang bakal diselidiki oleh peneliti serta formulasi masalahnya. Selanjutnya, bab ini melingkupi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini kita membahas *grand theory* serta penelitian-penelitian yang sedang berjalan dan relevan dengan topik permasalahan yang dibahas. Selain itu, membahas teori-teori yang relevan dalam bab ini, yang mencakup deskripsi tentang *word of mouth*, kualitas pelayanan dan kepercayaan beserta indikatornya, pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan terkait jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi serta sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, juga metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data, hasil uji hipotesis, serta hasil penelitian. Pembahasan diklasifikasikan selaras dengan perumusan masalah atau fokus penelitiannya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis bakal mengemukakan kesimpulan menurut dari data yang sudah diperolehnya serta pda simpulan yang sudah di kemukakannya tersebut maka penulis mencoba mengutarakan saran yang kedepannya mampu bermanfaat bagi masyarakat serta peneliti.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut dari data yang didapat serta setelah melalui proses pengolahan data, analisis data serta pembahasan pengaruh *word of mouth*, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung simpanan hari raya idul fitri (siharfi), maka didapat kesimpulan sebagaimana berikut:

1. *Word Of Mouth* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung simpanan hari raya idul fitri (siharfi). Artinya, hubungan sosial antara anggota dengan Masyarakat dapat menciptakan sebuah komunikasi yang baik, sehingga Masyarakat berminat dalam menabung produk simpanan hari raya idul fitri (siharfi).
2. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung simpanan hari raya idul fitri (siharfi). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada KSPPS maka akan menarik minat anggota dalam menabung pada KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan.
3. Kepercayaan mendapati dampak secara positif serta signifikan pada minat menabung simpanan hari raya idul fitri (siharfi). Ketika anggota sudah menaruh kepercayaan pada Lembaga keuangan syariah maka bakal menarik Masyarakat yang lain guna menabung di lembaga keuangan syariah tersebut.
4. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel *word of mouth*, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara Bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung simpanan hari raya idul fitri (siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut diantaranya :

1. Jumlah responden penelitian yakni 95 dari 904 anggota produk siharfi KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan serta

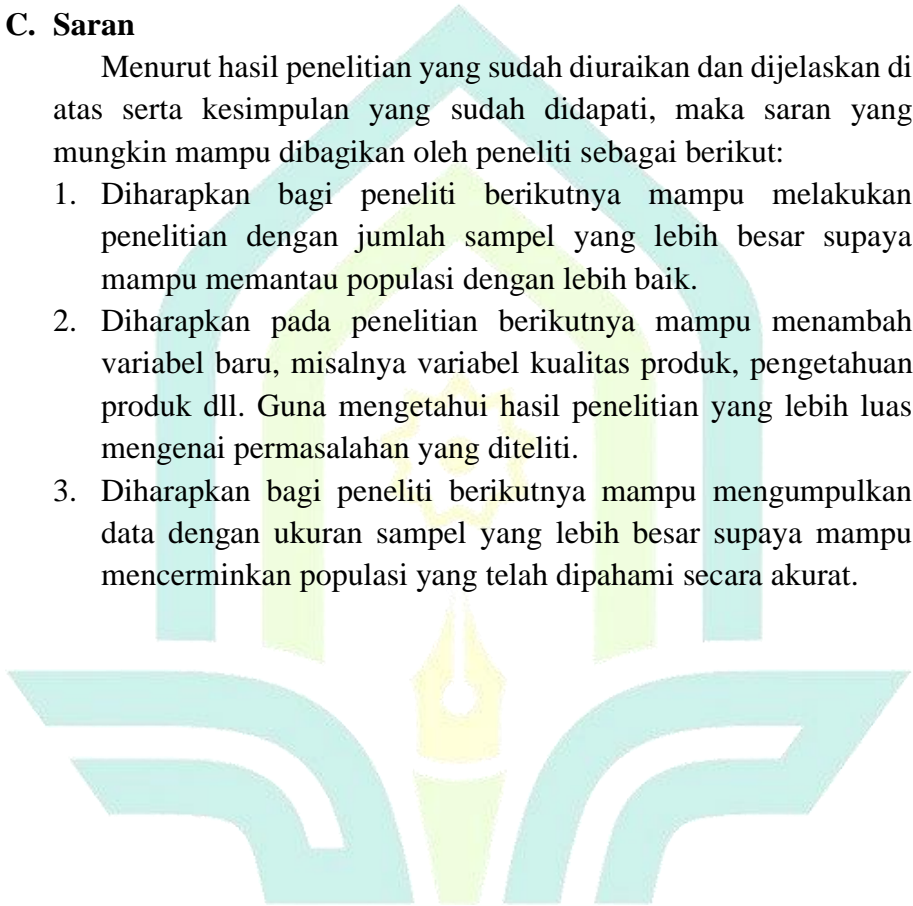
peneliti memerlukan waktu satu bulan guna mengumpulkan sejumlah 95 responden.

2. Variabel yang dimasukkan pada riset ini hanya meliputi 3 variabel saja, diantaranya yakni variabel *word of mouth*, kualitas pelayanan serta kepercayaan.
3. Penelitian hanya dilangsungkan di kantor cabang Kradenan Pekalongan.

C. Saran

Menurut hasil penelitian yang sudah diuraikan dan dijelaskan di atas serta kesimpulan yang sudah didapati, maka saran yang mungkin mampu dibagikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi peneliti berikutnya mampu melakukan penelitian dengan jumlah sampel yang lebih besar supaya mampu memantau populasi dengan lebih baik.
2. Diharapkan pada penelitian berikutnya mampu menambah variabel baru, misalnya variabel kualitas produk, pengetahuan produk dll. Guna mengetahui hasil penelitian yang lebih luas mengenai permasalahan yang diteliti.
3. Diharapkan bagi peneliti berikutnya mampu mengumpulkan data dengan ukuran sampel yang lebih besar supaya mampu mencerminkan populasi yang telah dipahami secara akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, A. K. (2006). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Adji, J., & Samuel, D. H. (2014). Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks the Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–10.
- Akhmad Darmawan, S.E.,M.si, Ninik Dewi Indah Sari, Sri Rejeki, M. R. A. dan R. Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah".Penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis*, 18(01), No.1.
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250–1257. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.451>
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*.
- Aziz, N., & Hendrasyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Azizah, R. R. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*.
- Babin, J. B. (2005). Modeling Consumer Satisfaction and Word of Mouth : Restaurant Patronage in Korea. *Ournal of Services Marketing.*, 19, 133–139.
- Cannon, D. and. (1997). *An Examination of the nature of trust in buyer-seller relationships*.
- Dafiq, B. I., Hidayati, A. N., Alhada, M., & Habib, F. (2022). Pengaruh literasi keuangan , literasi digital , digital marketing , brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. 4(11), 4971–4982.

- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. <https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAAQBAJ&lpg=PA1&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>
- Darmadi. (2017). *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. <https://books.google.co.id/books?id=MfomDwAAQBAJ&lpg=PR1&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q&f=false>
- Ermawati, C., & Sidiq, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja. *Solusi*, 19(3), 349. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4062>
- Expose, A., Kadarisman, H., & Ariyani, N. (2018). *Hubungan e-Word of Mouth dan Citra Merk dengan Minat Membeli pada Perbankan Syariah di Indonesia*. 1(2), 1–11.
- Fatmawati, Z. &. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Keluarga Karunia Sejahtera (K3S) Gresik. *JEK - Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 5 No 2(60), 93–102.
- Fibriani, C. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah*.
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 828–838. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*.
- Haryono, R. (2022). *Pengaruh Pengetahuan , Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung*. 1, 133–156.
- Hasna, T. N. I., & Khoiriyah, R. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Pada Generasi Z* 9(03), 4082–4091. http://eprints.iain-surakarta.ac.id/7536/1/SKRIPSI_TASNA

NAFISAH INAS HASNA_195231026.pdf

- Hayati, R. (2020). Pengaruh Word Of Mouth, Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kepatuhan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Gubug Grobogan). In *Skripsi*. <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/9490/>
- Husain, U. (2008). *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka.
- Ibrahim, A. (2008). *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Bandung: Mandar Maju. Bandung: Mandar Maju, 2008.
- Izah, F. N. (2023). *Pengaruh word of mouth , pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di kspps sm nu cabang sragi*.
- J. Paul Peter, J. C. O. ; D. T. D. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*.
- Khotimah, K. (2013). Kata Kunci: Kepercayaan dan Loyalitas. *Managemen Dan Informasi*.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (edisi 1)*.
- Machali, I. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif (Program St)*.
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan ...*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- Malik, A., Ahmad Syahrizal, & Anisah. (2021). Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya. *Jurnal Margin*, 1(1), 28–43.
- Massie, P., Massie, J., Roring, F., Claudia Massie, P., D Massie, J. D., Roring, F., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word of Mouth (E-

- Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 15–24. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43646>
- Mundhori and Rohmah F, 2022. (2022). Pengaruh kepercayaan dan tingkat pendapatan terhadap minat menabung di kspps mandiri artha syariah sumberrejo. *Jurnalfebi.Iainkediri.Ac.Id, Volume II*, 21–44. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/almuhasib/article/view/194>
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1–7.
- Nugroho, R. (2021). Pengaruh Religiusitas, Word of Mouth, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bprs Sukowati Sragen). *Skripsi*, 1–176.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2009). Whistleblowing as planned behavior - A survey of south korean police officers. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 545–556. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9788-y>
- Pookulangara, S. (2011). Cultural influence on consumers' usage of social networks and its' impact on online purchase intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(4), 348–354. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2011.03.003>
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., Trijumansyah, A., Bina, U., Informatika, S., Menabung, M., & Syariah, B. (2019). *Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas*. 16(1), 77–88.
- R, N. S. Z. & M. (2017). PENGARUHSTRATEGI PEMASARAN WORD OF MOUTH(WOM) DAN PRODUK PEMBIAYAAN

SYARIAH TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA (NASABAH) PADA BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) KOTA BANDAR LAMPUNG. *JURNAL MANAJEMEN INDONESIA*, 17 No.3, 163–184. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/ijm/article/view/1154/746>

- Rahayu, P. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). *Universitas Islam Indonesia*, 8(5), 55.
- Ramdani, D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital marketing, Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah. In *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha*.
- Riyanti, Majid, M. N., & Habibah, G. (2021). Pengaruh Bagi Hasil dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syari'ah Kota Jambi. *Jambi, UIN SULTHAN THAHA SAIFUDIN JAMBI*, 3(1).
- Roger C. Mayer, James H. Davis, F. D. S. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20, No. 3, 709–734. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/258792>
- Santi, wulandari. (2021). *Pengaruh Strategi Word of Mouth dan religiusitas terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syari'ah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura)*. <http://etheses.iainmadura.ac.id/2650/>
- Saputra, M. Y. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Study kasus di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Selatan) Skripsi. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59612%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/59612/1/MUHAMMAD YOGI SAPUTRA-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59612%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/59612/1/MUHAMMAD%20YOGI%20SAPUTRA-FEB.pdf)
- Shiyamah, I. Z. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Handling Complaint Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Antargenerasi Dalam Menggunakan Bsi Mobile*.
- Subkhan, M. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan , Digital Marketing , Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Pada Bank Syariah*. 262–276.

- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suhendri, S., Wijaya, A., & Eksan, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Pada Simpanan Berjangka Di Pt Bpr Magga Jaya Utama. *ECo-Buss*, 4(2), 118–130. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.242>
- Ulya, N. H. (2020). *MENABUNG PADA PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK* . 8(2302), 21–34.
- Untoro, D. fauzan. (2020). Pengaruh Faktor Promosi, Kepercayaan, Pendapatan dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. In *Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Waruwu, N., Hia, A. K., Winarno, A., Hermana, D., & Liu, R. (2023). The Impact of Value-Based Leadership on Teacher Commitment and Job Performance in Private Islamic Senior High. *Journal of Leadership in Organizations*, 5(2), 111–131. <https://doi.org/10.22146/jlo.78568>
- William, R. (2023). *Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Rekomendasi Word of Mouth Berpengaruh Terhadap Minat Menabung Di Credit Union Khatulistiwa Bakti Pontianak*. 7(9), 1923–1933.
- Yasri, Y., Engriani, Y., & Fitri, M. (2017). Pengaruh Word of Mouth dan Periklanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 6(1), 31–46. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10751000>
- Zainullah, Sani Supriyanto, A., & Siswanto. (2021). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG ANGGOTA DI KSPS BMT UGT SIDOGIRI CABANG PAMEKASAN. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 317–326. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7419](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7419)

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Qotrunnada Sevia Zahwa
2. Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 29 Maret 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Jl. Kramatsari III No. 3 Kota
Pekalongan
6. Email : zahwasevia@gmail.com
7. Nomor *Handphone* : 085747150472
8. Nama Ayah : Ali Imron, S.I.P.
9. Pekerjaan : Wiraswasta
10. Nama Ibu : Ambyar Tristiyani, SH.
11. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MSI 10 Kramatsari (2008-
2014)
2. SMP : SMP Salafiyah Pekalongan
(2014-2017)
3. SMA : SMAN 2 Pekalongan (2017-
2020)

Pekalongan, 2 Mei 2024



Qotrunnada Sevia Zahwa



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Qotrunnada Sevia Zahwa
NIM : 4220131
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
E-mail address : zahwasevia@gmail.com
No. Hp : 085747150472

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) (Studi Kasus Anggota SIHARFI KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 30 Juli 2024

Qotrunnada Sevia Zahwa

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD