

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN,  
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI DI KSPPS SM NU PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**PUTRI APRILIA**  
**NIM. 4220103**

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

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN,  
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI DI KSPPS SM NU PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**PUTRI APRILIA**  
**NIM. 4220103**

UDUI

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

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Aprilia

NIM : 4220103

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Menabung dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi di KSPPS SM NU Pekalongan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 8 Juli 2024

Yang menyatakan,



Putri Aprilia

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Putri Aprilia

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah  
**PEKALONGAN**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya,  
maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari :

Nama : **Putri Aprilia**

NIM : **4220103**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan,  
dan Word Of Mouth terhadap Keputusan  
Menabung dengan Religiositas sebagai  
Variabel Moderasi di KSPPS SM NU  
Pekalongan**

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 8 Juli 2024  
Pembimbing,

  
**Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M**  
**NIP. 197910302006041018**



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 K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : Putri Aprilia  
NIM : 4220103  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI KSPPS SM NU PEKALONGAN**

Dosen Pembimbing : **Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M**

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 26 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

**Muhammad Aris Safi'i, M.E.I**

NIP. 198510122015031004

**Ria Anisatus Sholihah, MSA**

NIP. 198706302018012001

Pekalongan, 29 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Prof. Dr. Hj Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H**

NIP. 197502201909032001

## MOTTO

“Pada akhirnya ini semua hanyalah permulaan “

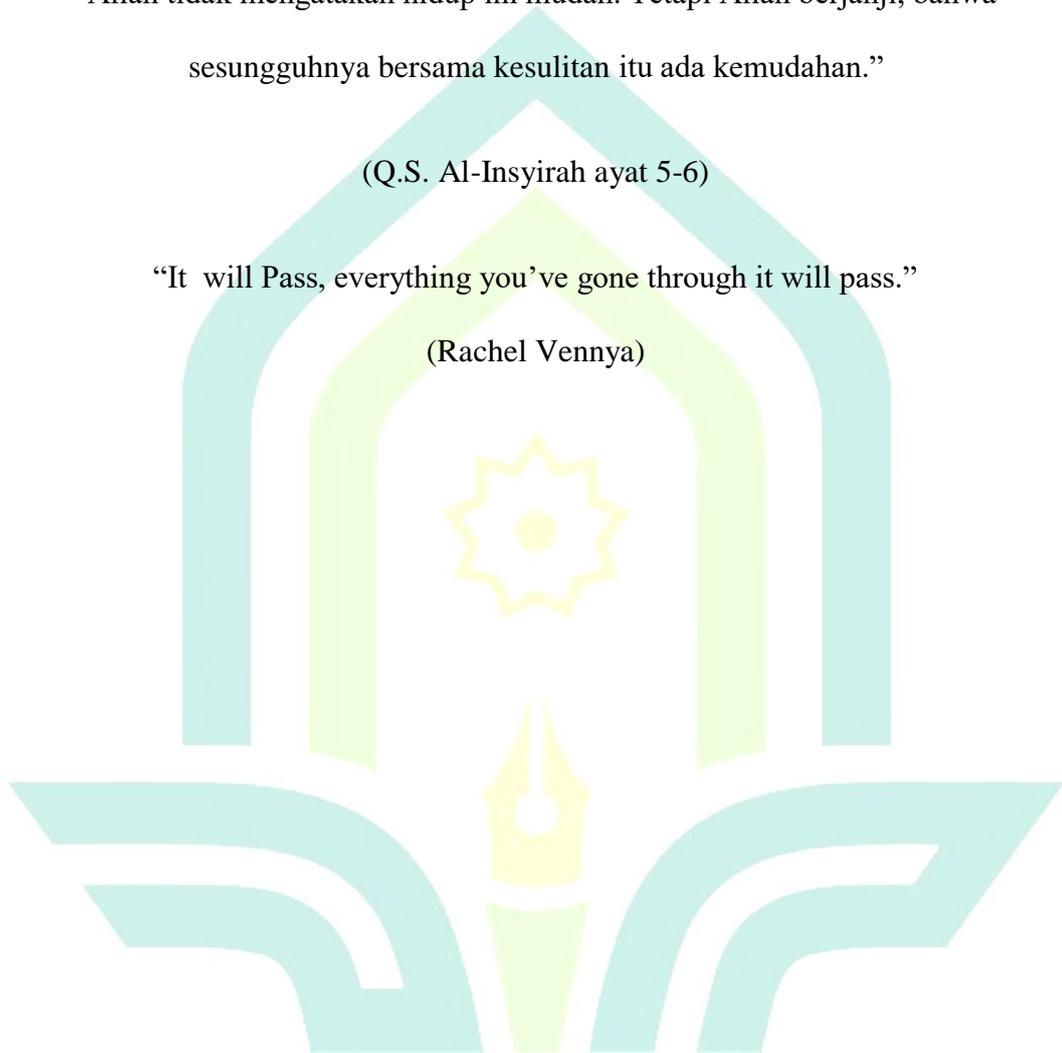
(Nadin Amizah)

”Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa  
sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)

“It will Pass, everything you’ve gone through it will pass.”

(Rachel Venny)



## 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. Kedua orang tua saya Bapak Zaenuri dan Ibu Nurbaiti yang telah berjasa dalam hidup saya, yang sangat saya sayangi. Terimakasih atas pengorbanan, kasih sayang serta semangatnya yang tak pernah berhenti mengalir.
2. 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.
3. Dosen Pembimbing saya bapak Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M yang telah memberikan motivasi, saran, serta ilmunya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

4. Dosen Wali saya ibu Nur Fani Arisnawati, SE. Sy., MM yang telah memberikan motivasi, saran, serta ilmunya selama masa perkuliahan, sehingga saya bisa menyelesaikan masa perkuliahan saya.
5. Sahabat seperjuangan kuliah saya Lilis Hidayati, Dewi Sherly Marlina dan Nisfatul Khosmah yang senantiasa menghibur, menemani, membantu,serta mensupport saya dalam proses pembuatan skripsi saya ini.
6. Untuk orang spesial yang saat ini bersamaku skripsi ini kupersembahkan untuk kamu, kamu adalah sosok terbaik, yang selalu support, kasih dukungan dan perhatian. Betapa beruntungnya aku bertemu denganmu di jalan hidupku.
7. Sahabat kecil saya Kartika Ramadhani dan Muhimatul Azizah yang memberikan semangat serta dukungannya.
8. Seluruh teman Perbankan Syariah angkatan 2020 yang telah kebersamai perjalanan pendidikan strata satu saya selama 4 tahun ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan.
10. Last but not least diri saya sendiri Putri Aprilia. Terima kasih karena telah mampu bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, walau sering merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini

dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian dibanggakan untuk diri sendiri.



## ABSTRAK

### **PUTRI APRILIA, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Menabung dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi di KSPPS SM NU Pekalongan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan Word of Mouth terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Pekalongan. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi peran religiositas sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di antara lembaga keuangan syariah, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah sangat penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei lapangan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden, yang merupakan nasabah KSPPS SM NU. Responden dipilih menggunakan teknik accidental sampling, di mana sampel diambil dari individu yang mudah dijangkau dan sesuai untuk diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung. Analisis data dilakukan menggunakan software SPSS, dengan pendekatan asosiatif untuk menguji pengaruh antar variabel serta peran moderasi religiositas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Word of Mouth memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, dengan tingkat signifikansi 0,000, menunjukkan hubungan positif yang kuat. Sebaliknya, kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, dengan tingkat signifikansi masing-masing 0,187 dan 0,099. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa religiositas memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menabung (tingkat signifikansi 0,040), namun tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan maupun Word of Mouth. Temuan ini memberikan wawasan bagi KSPPS SM NU dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan kepada nasabah, dengan penekanan pada pentingnya Word of Mouth dan peran religiositas dalam membangun kepercayaan nasabah. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan sektor keuangan syariah, khususnya dalam memahami perilaku nasabah di KSPPS.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Word Of Mouth, Keputusan Menabung, Religiositas

## ABSTRACT

### **PUTRI APRILIA, The Influence of Service Quality, Trust, and Word of Mouth on Saving Decisions with Religiosity as a Moderating Variable at KSPPS SM NU Pekalongan**

*This research aims to analyze the influence of service quality, trust, and Word of Mouth on savings decisions at KSPPS SM NU Pekalongan. In addition, this research also explores the role of religiosity as a moderating variable in this relationship. In the context of increasingly fierce competition between Islamic financial institutions, an in-depth understanding of the factors that influence customer decisions is very important to develop effective marketing strategies and increase customer satisfaction.*

*This research uses quantitative methods with a field survey approach. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who were KSPPS SM NU customers. Respondents were selected using the Accidental Sampling technique, where samples were taken from individuals who were easy to reach and suitable for research. Data collection was carried out with the aim of obtaining relevant information regarding the factors that influence savings decisions. Data analysis was carried out using SPSS software, with an associative approach to test the influence between variables and the moderating role of religiosity.*

*The research results show that Word of Mouth has a significant influence on saving decisions, with a significance level of 0.000, indicating a strong positive relationship. In contrast, service quality and trust do not have a significant influence on savings decisions, with significance levels of 0.187 and 0.099 respectively. In addition, the results of the analysis show that religiosity moderates the influence of trust on saving decisions (significance level 0.040), but does not moderate the influence of service quality or Word of Mouth. These findings provide insight for KSPPS SM NU in improving marketing strategies and services to customers, with an emphasis on the importance of Word of Mouth and the role of religiosity in building customer trust. Thus, this research makes a significant contribution to the development of the sharia financial sector, especially in understanding customer behavior at KSPPS.*

**Keywords:** *Service Quality, Trust, Word Of Mouth, Saving Decisions, Religiosity.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan Rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
4. M. Shulthoni, M.S.I., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Nur Fani Arisnawati, SE. Sy., MM selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
6. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral

7. Teman-teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Nasabah KSPPS SM NU Kota Pekalongan dan seluruh pihak yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

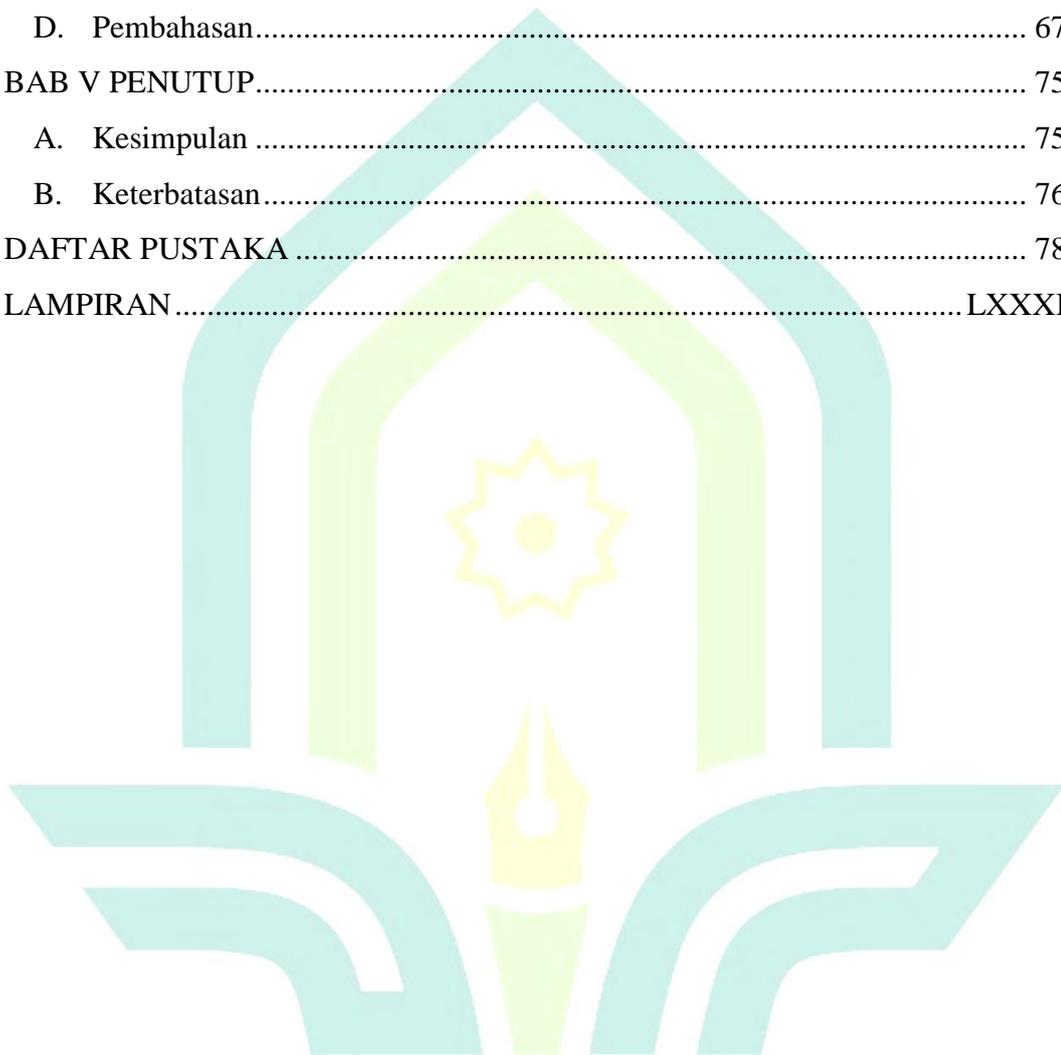
Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
D. Sistematika Pembahasan .....	12
BAB II LANDASAN TEORI .....	14
A. Landasan Teoritis .....	14
B. Telaah Pustaka .....	26
C. Kerangka Berpikir.....	34
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Pendekatan Penelitian .....	43
C. Setting Penelitian .....	44
D. Subjek Penelitian dan Sampel .....	44
E. Variabel Penelitian .....	45
F. Sumber Data.....	48

G. Teknik Pengumpulan Data.....	48
H. Metode Analisis Data.....	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Deskripsi Data Objek Penelitian.....	53
B. Deskripsi Data.....	54
C. Analisis Data.....	56
D. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Keterbatasan.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	LXXXI



## 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. Kata-kata 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

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
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	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

## 3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة      ditulis      *fātimah*

## 4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا      ditulis      *rabbānā*

البر      ditulis      *al-barr*

## 5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidinah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

## 6. Huruf Hamzah

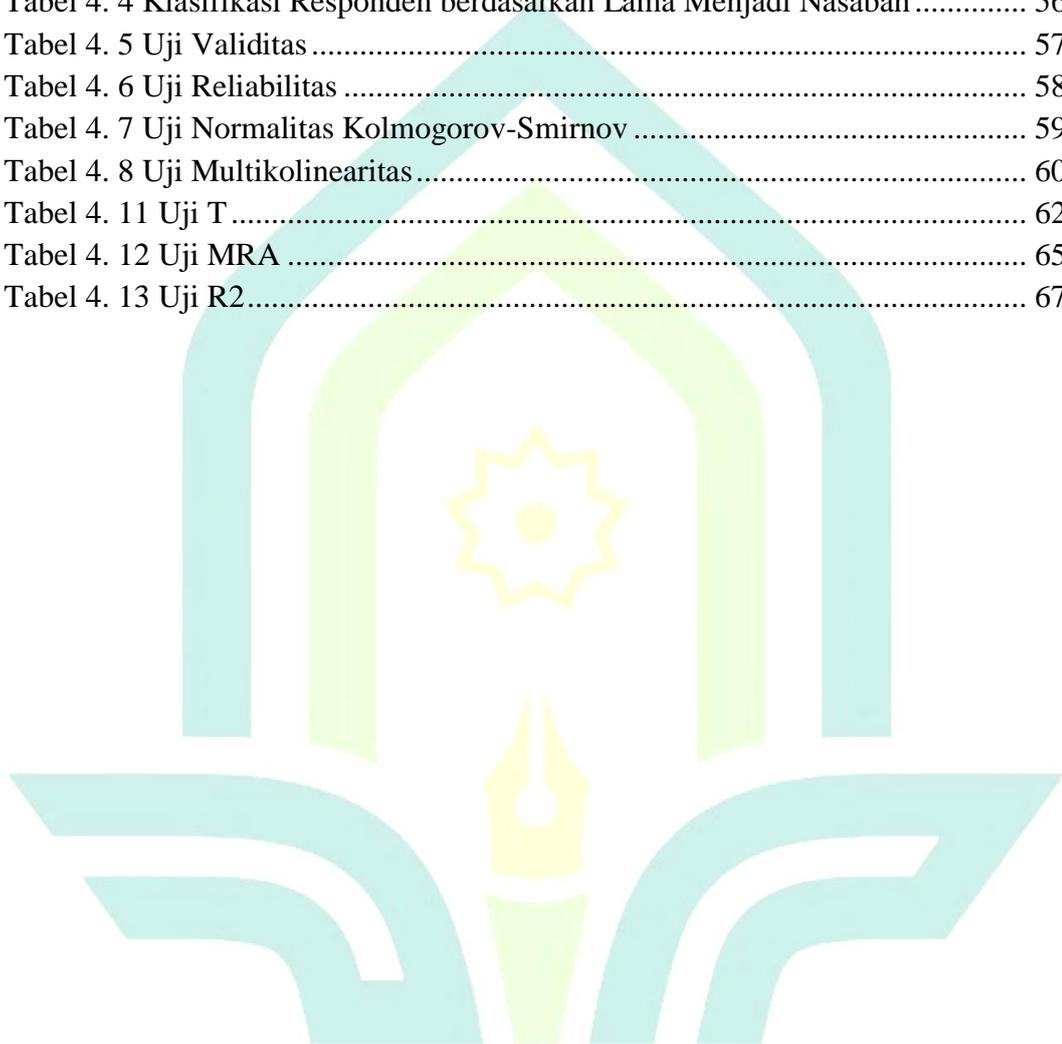
Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (^/).

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

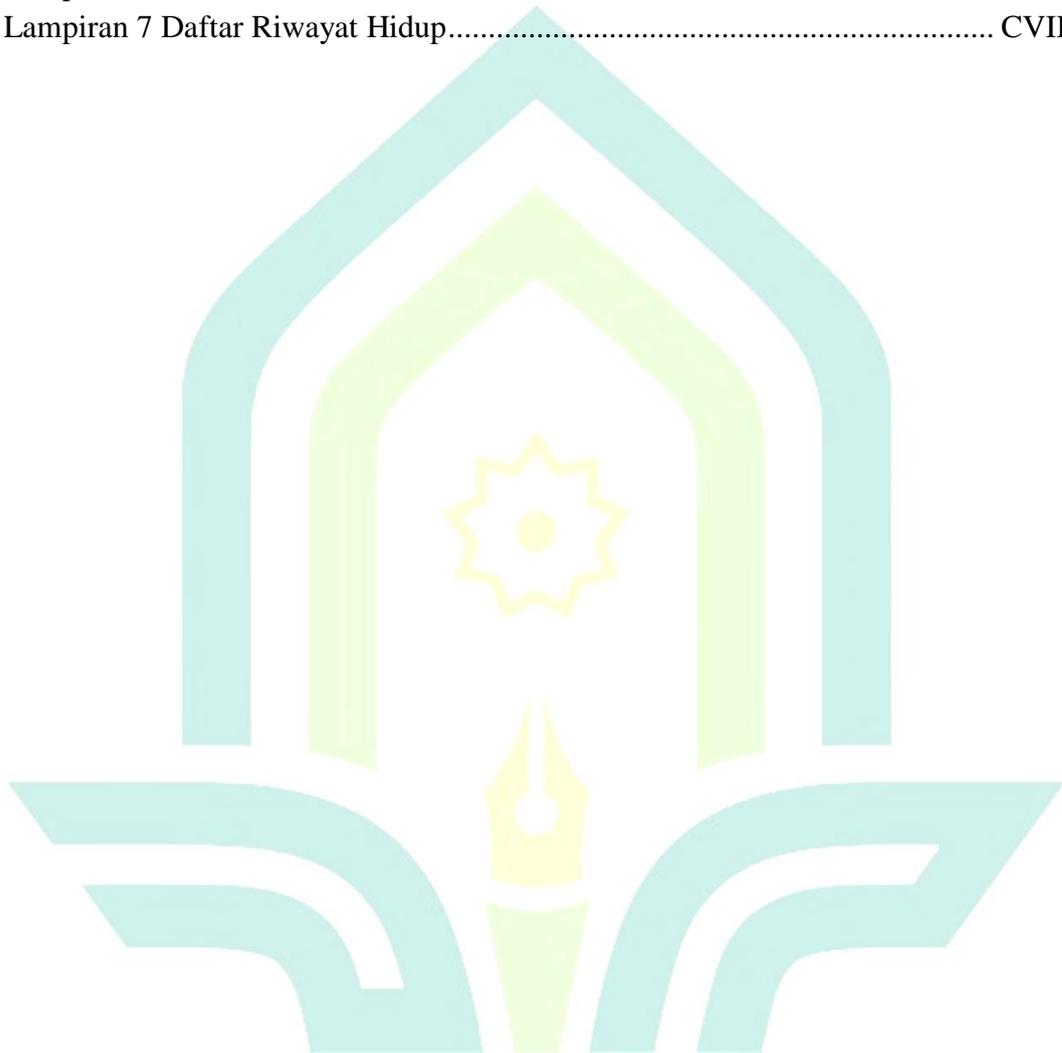
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka .....	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3. 2 Skala Kuisisioner .....	49
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	56
Tabel 4. 5 Uji Validitas .....	57
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4. 7 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	59
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas .....	60
Tabel 4. 11 Uji T.....	62
Tabel 4. 12 Uji MRA .....	65
Tabel 4. 13 Uji R2.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	LXXXI
Lampiran 2 Data Responden.....	LXXXVI
Lampiran 3 Uji Statistik.....	XCVII
Lampiran 4 Surat Pengantar Penelitian.....	CIV
Lampiran 5 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	CV
Lampiran 6 Dokumentasi.....	CVI
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	CVII



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Keputusan untuk menabung adalah hasil dari proses memilih di antara beberapa opsi yang tersedia dengan tujuan dan alasan tertentu. Sebagai makhluk ekonomi, manusia memiliki alasan tersendiri dalam setiap keputusan yang diambil. Pengambilan keputusan merupakan tindakan dan pertimbangan konsumen dalam memilih produk atau jasa yang paling dibutuhkan. Dalam proses ini, konsumen harus mengetahui alasan mereka dan telah melalui berbagai pertimbangan untuk memastikan bahwa pilihan yang diambil adalah yang terbaik. Dengan demikian, diharapkan konsumen tidak akan menyesali keputusan tersebut di kemudian hari (Silvia et al., 2022).

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Alawiyah et al. (2023) menjelaskan bahwa keputusan merupakan pemilihan dari beberapa pilihan alternatif yang ada. Pengambilan keputusan juga dianggap sebagai pemecahan atas permasalahan yang dialami, setiap individu akan mengalami proses yang sama dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan beberapa penjelasan yang telah dijabarkan dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan hasil pemilihan dari beberapa alternatif yang ada dengan melalui berbagai pertimbangan dan alasan tertentu. Dengan adanya berbagai pertimbangan yang matang oleh konsumen maka akan mengurangi rasa penyesalan dari konsumen terhadap keputusannya memilih suatu

produk atau jasa tersebut. Urgensi memilih keputusan menabung karena untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan menabung di KSPPS SM NU.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menabung adalah Kualitas Pelayanan. Kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi minat nasabah. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh bank atau lembaga keuangan, semakin besar kemungkinan orang akan tertarik untuk menabung pada simpanan berjangka di tempat tersebut. Hal itu juga dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fibriani (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Kualitas pelayanan mempunyai 5 karakteristik Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut yaitu, bukti langsung (*Tangible*), keandalan (*Reability*), daya tanggap (*Resposiveness*), jaminan (*Asurance*), dan empati (*Empathy*). *Tangible* meliputi fasilitas fisik dan peralatan yang mendukung, seperti fasilitas respirasi dan ruang tunggu yang representatif, yang menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan. *Reability* mencerminkan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. *Resposiveness* adalah keinginan dan kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dengan cepat. *Assurance* mencakup pengetahuan, kompetensi, dan kesopanan karyawan. *Empathy* melibatkan kemudahan menjalin hubungan dan perhatian personal. Dengan

adanya karakteristik tersebut dapat menimbulkan kepuasan nasabah dimana kepuasan nasabah yang menjadi sasaran penting bagi perusahaan agar dapat bertumbuh dan berkembang dalam menghadapi persaingan yang ketat. Kepuasan pelanggan juga menjadi penunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan ide kreatif, inovatif yang dapat mengembangkan masa depan yang gemilang bagi perusahaan.

Kepercayaan juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah pada deposito. Kepercayaan adalah keyakinan nasabah dalam memilih lembaga keuangan syariah untuk menabung pada deposito berjangka. Nasabah percayakan sepenuhnya uang yang ditabung akan aman dan dijaga dengan baik oleh lembaga keuangan syariah yang mereka pilih. Hal ini juga mempengaruhi minat nasabah untuk menabung pada simpanan berjangka. Penelitian yang dilakukan oleh Usvita (2021) bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan menabung adalah Word Of Mouth (WOM). Word of mouth adalah komunikasi dari mulut ke mulut, maksudnya proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi. Komunikasi dari mulut merupakan salah satu saluran komunikasi yang sering digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan suatu produk baik barang maupun jasa (Khoirunnisa, 2022).

Word of mouth adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. Jika ada anggota koperasi syariah yang memberikan testimoni positif tentang pengalaman menabung di koperasi syariah, hal ini dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. WOM memiliki fungsi untuk memberikan informasi mengenai produk dan layanan pada nasabah yang berminat menabung di lembaga keuangan syariah, informasi yang di dapat dari rekomendasi seseorang bisa dari keluarga, teman, bahkan tetangga untuk memilih suatu produk atau layanan yang tepat dan sesuai kebutuhan dan tujuan menabung para nasabah. WOM juga memiliki fungsi yang lain yaitu meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menabung, bahwa menabung itu sangat penting apalagi yang paling utama adalah menabung deposito relatif aman karena modal terproteksi asalkan dana nasabah yang didepositokan tidak dicairkan sebelum jatuh tempo. Kedua, tingkat pengembalian yang lebih tinggi dibandingkan dengan tabungan. WOM dapat mempengaruhi minat menabung karena WOM adalah komunikasi dari mulut ke mulut sehingga mempermudah nasabah dalam memilih suatu produk yang ada di lembaga keuangan syariah. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khanza (2021) dan Lestaria (2022), menunjukkan bahwa variabel word of mouth mempengaruhi terhadap keputusan menabung.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan menabung adalah religiositas. Religiositas adalah representasi dari sikap keagamaan

seseorang yang diyakini dalam hatinya. Religiositas memiliki makna yang dalam bagi setiap orang di mana di dalamnya terdapat petunjuk tentang pedoman hidup untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Religiositas dalam islam memiliki pedoman hidup yang lengkap di seluruh aspek kehidupan manusia dengan iman, syariat, dan akhlak sebagai bagiannya (Islam, 2023). Sahlan dalam Musyaffa (2022) mengartikan bahwa religiositas adalah sikap yang didasarkan pada keyakinan terhadap agama. Sikap keagamaan merupakan keadaan seseorang yang mendorong bertingkah laku sesuai kadar ketaatan agamanya (Musyaffa & Iqbal, 2022). Religiositas terbentuk di segala macam sisi kehidupan. Aktivitas keagamaan tidak hanya merupakan tindakan ritual (ibadah), tetapi juga ketika aktivitas lain didominasi oleh kekuatan lain. Tidak hanya berhubungan dengan aktivitas yang terlihat oleh mata, tetapi juga aktivitas yang tidak terlihat dan terjadi terhadap seseorang dengan sikap tersebut. Seseorang yang mengikuti perintah agama dalam rangka menjalankan perintah tuhanNya tidak mengharapkan apapun kecuali keridhaan-Nya (Musyaffa & Iqbal, 2022).

Semakin baik tingkat religiositas seseorang maka akan mendorong minat orang tersebut untuk menabung di bank syariah, sebagaimana hasil penelitian terdahulu dari Usvita (2021) bahwa Religiositas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Penggunaan religiositas sebagai faktor moderasi mengacu pada bagaimana tingkat keagamaan seseorang dapat memengaruhi hubungan antara kualitas pelayanan dari suatu lembaga keuangan dengan keputusan

mereka untuk menabung. Individu dengan tingkat religiositas yang tinggi mungkin lebih sensitif terhadap aspek-aspek moral atau etis dalam pelayanan keuangan dan mungkin lebih cenderung untuk menabung di lembaga yang memenuhi nilai-nilai keagamaan mereka. Sebaliknya, individu dengan tingkat religiositas yang rendah mungkin lebih terfokus pada aspek-aspek praktis atau material dalam pelayanan keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Farida & Mahfud (2021) serta Handayani & Pratama (2022) menyoroti peran religiositas dalam konteks pengambilan keputusan menabung. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa religiositas dapat berperan sebagai faktor moderasi yang memengaruhi hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan menabung.

Selain itu, individu dengan tingkat religiositas yang tinggi mungkin memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap nilai-nilai moral atau etis dari lembaga keuangan tertentu, yang mungkin lebih sejalan dengan keyakinan keagamaan mereka. Sebagai hasilnya, kepercayaan mereka terhadap lembaga tersebut mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan mereka untuk menabung di sana. Di sisi lain, individu dengan tingkat religiositas yang rendah mungkin lebih cenderung untuk mempertimbangkan faktor-faktor praktis atau material dalam menentukan kepercayaan terhadap lembaga keuangan, yang kemudian dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menabung. Penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan & Nurbaiti (2023) mengungkapkan bahwa religiositas memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan

individu untuk menjadi nasabah di suatu lembaga keuangan. Mereka menemukan bahwa tingkat religiositas seseorang dapat memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah.

Individu dengan tingkat religiositas yang tinggi juga mungkin lebih cenderung untuk mempercayai rekomendasi dari sesama yang sejalan dengan nilai-nilai agama mereka. Mereka mungkin melihat rekomendasi tersebut sebagai lebih meyakinkan atau relevan karena datang dari individu yang juga memiliki keyakinan keagamaan yang kuat. Sebaliknya, individu dengan tingkat religiositas yang rendah mungkin lebih terpengaruh oleh faktor-faktor praktis atau material dalam menentukan keputusan menabung, dan mungkin kurang memperhatikan rekomendasi dari orang lain, termasuk mereka yang memiliki kepercayaan keagamaan yang kuat. Sehingga dimungkinkan religiositas dapat memoderasi pengaruh word of mouth pada keputusan menabung.

Lembaga keuangan yang bukan konvensional menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Salah satunya adalah yang berbentuk Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Koperasi adalah suatu bentuk badan usaha bersama yang bermaksud guna meningkatkan kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip syariah yang dilandasi konsep tolong menolong dan diharapkan mampu membangun dan memajukan perekonomian masyarakat. KSPPS sendiri memiliki cara yang spesifik dalam menjalankan kegiatan usahanya dalam menghimpun simpanan dan

menyalurkannya, yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota untuk memajukan usaha dan kesejahteraan (UU No. 25 Tahun 1992).

Tentunya Koperasi Syariah memiliki persaingan ketat antar Lembaga Keuangan syariah yang lain. Oleh sebab itu, KSPPS harus mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah anggota dan mempertahankan anggota lama. Upaya yang dapat dilakukan dalam menunjang hal tersebut adalah dengan menumbuhkan sikap yang ramah dan santun terhadap anggota. Lembaga Keuangan syariah pada saat melakukan kegiatan pemasaran pastinya tidak terlepas dari suatu hal yang bisa mengusahakan untuk menarik minat nasabah. Dalam hal ini perusahaan memiliki karakteristik tersendiri untuk melakukan berbagai macam strategi pemasaran yang ada dengan konsisten. Media komunikasi yang paling umum digunakan adalah berbagai alat seperti brosur, pamflet, iklan, spanduk dan metode lainnya. Kenyataannya, ada bentuk media Komunikasi lain seperti word of mouth atau biasa disebut dengan komunikasi dari mulut ke mulut yang sejauh ini adalah kegiatan pemasaran yang paling efektif (Maulana, 2023). Di Pekalongan sendiri sudah berkembang beberapa koperasi syariah, salah satunya adalah KSPPS SM NU yang sudah memiliki beberapa cabang dan beberapa produk tabungan syariah sebagai wadah penghimpun dana masyarakat. Berdasarkan berdirinya KSPPS SM NU bermula keinginan beberapa pengurus Cabang Nahdlatul Ulama kota Pekalongan yang dimotori oleh H. Abdullah Sjatory, S.E., M.M, H. Abu al

Mafachir dan H. Ahmad Rofik, B.A mereka beringinan mendirikan badan usaha yang dikelola secara professional, yakni mendirikan koperasi syariah.

KSPPS SM NU telah mengalami kemajuan karena dapat dilihat dengan Meningkatnya jumlah anggota dari tahun ke tahun dan pendirian cabang dimana- dimana. KSPPS SM NU sudah memiliki 13 cabang diantaranya KCU Kota Pekalongan, Cabang Kradenan, Cabang Wiradesa, Cabang Siwalan, Cabang Comal, Cabang Pemalang, Cabang Sragi, Cabang Kesesi, Cabang Bojong, Cabang Kajen, Cabang Warungasem, Cabang Batang, dan Cabang Kedungwuni.

Melihat berbagai fenomena dan *research gap* pada penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan pengujian kembali pada variabel pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan *word of Mouth* terhadap keputusan menabung dengan dengan religiositas sebagai pemoderasi. Dengan demikian peneliti memilih ketertarikan untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi Di KSPPS SM NU Kota Pekalongan”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan?

2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan?
3. Apakah word of mouth berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan?
4. Apakah religiositas dapat memoderasi hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan?
5. Apakah religiositas dapat memoderasi hubungan kepercayaan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan?
6. Apakah religiositas dapat memoderasi hubungan word of mouth terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan.
  - b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan.
  - c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh word of mouth terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan.
  - d. Untuk mengetahui dan menganalisis moderasi religiositas pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan.

- e. Untuk mengetahui dan menganalisis moderasi religiositas pada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan.
- f. Untuk mengetahui dan menganalisis moderasi religiositas pada pengaruh word of mouth terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Kota Pekalongan.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

- 1). Bagi peneliti, untuk menambah wawasan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya lembaga keuangan syariah mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan word of mouth terhadap keputusan menabung dengan moderasi religiositas di KSPPS SM NU Kota Pekalongan.
- 2). Bagi peneliti selanjutnya, bisa dimanfaatkan sebagai materi acuan untuk pelaksanaan penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

### b. Manfaat Praktis

- 1). Bagi KSPPS SM NU Kota Pekalongan

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan wawasan serta gambaran untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan menabung dan juga dijadikan bahan masukan bagi pimpinan perusahaan terutama yang berkaitan dengan keputusan menabung.

2). Bagi Nasabah

Penulis dapat memberikan hasil kepada nasabah KSPPS SM NU tentang keputusan menabung.

3). Bagi Masyarakat

Dari hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan bacaan, penambah wawasan serta manfaat guna meningkatkan ilmu pengetahuan.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab diantaranya :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini disajikan teori-teori yang relevan yaitu deskripsi tentang minat menabung, word of mouth, kualitas pelayanan, kepercayaan dan lokasi beserta indikatornya. Selain itu pada bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan pada topik permasalahan yang dibahas, kerangka berfikir dan hipotesis.

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

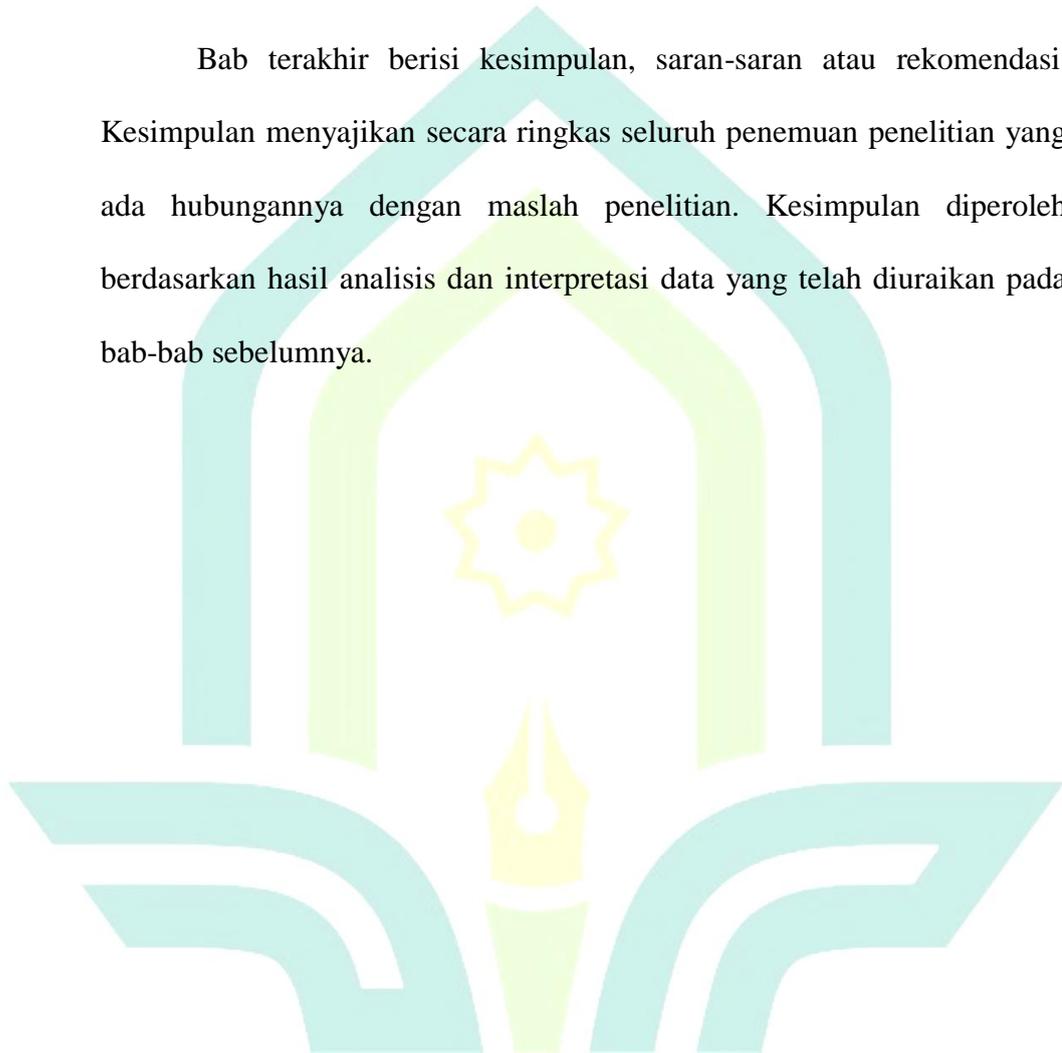
Pada bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data, hasil uji hipotesis dan hasil penelitian, klasifikasikan bahasan disesuaikan dengan rumusan masalah atau fokus penelitiannya.

#### BAB V PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Pada tingkat signifikan  $0,413 > 0,05$  tidak terlihat adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung. Berdasarkan nilai  $t$  hitung sebesar  $0,823 < \text{nilai } t \text{ tabel sebesar } 1,985$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima sedangkan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menabung.
2. Pada tingkat signifikan  $0,484 > 0,05$  tidak terlihat adanya pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung. Berdasarkan nilai  $t$  hitung sebesar  $0,702 < \text{nilai } t \text{ tabel sebesar } 1,985$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima sedangkan hipotesis alternatif ( $H_2$ ) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menabung.
3. Pada tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  terlihat adanya pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Menabung. Berdasarkan nilai  $t$  hitung sebesar  $5,966 > \text{nilai } t \text{ tabel sebesar } 1,985$  maka hipotesis alternatif ( $H_3$ ) diterima sedangkan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Word of Mouth memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menabung.
4. Dari hasil perhitungan, nilai  $t$  hitung untuk interaksi  $X_1*Z$  adalah  $0,051$  dengan nilai  $t$  tabel  $1,985$  pada tingkat signifikansi  $0,959$ . Karena nilai  $t$

hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan p-value lebih besar dari alpha (0,05), kita dapat menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari interaksi antara Kualitas Pelayanan dan Religiositas terhadap Keputusan Menabung. Ini berarti Religiositas tidak memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung, sehingga hipotesis 4 ditolak.

5. Nilai t hitung untuk interaksi  $X_2 * Z$  adalah 2,002 dengan nilai t tabel 1,985 pada tingkat signifikansi 0,048. Karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan p-value lebih kecil dari alpha (0,05), maka kita dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari interaksi antara Kepercayaan dan Religiositas terhadap Keputusan Menabung. Ini berarti Religiositas memoderasi pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung, sehingga hipotesis 5 diterima.
6. Nilai t hitung untuk interaksi  $X_3 * Z$  adalah -1,704 dengan nilai t tabel 1,985 pada tingkat signifikansi 0,092. Karena nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan p-value lebih besar dari alpha (0,05), kita dapat menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari interaksi antara Word of Mouth dan Religiositas terhadap Keputusan Menabung. Ini berarti Religiositas tidak memoderasi pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Menabung, sehingga hipotesis 6 ditolak.

## **B. Keterbatasan**

Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya melibatkan nasabah dari KSPPS SM NU di Pekalongan, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat langsung umumkan ke koperasi lain di Pekalongan atau daerah lain. Setiap koperasi memiliki karakteristik dan faktor-faktor yang mungkin berbeda dalam mempengaruhi keputusan menabung.
2. Sampel dalam penelitian ini terbatas. Meskipun telah menggunakan metode accidental sampling, yang mencakup responden yang bisa dijangkau, jumlah ini mungkin tidak mencerminkan seluruh populasi nasabah KSPPS SM NU dengan akurat.
3. Mayoritas responden adalah nasabah baru dengan penggunaan layanan kurang dari 1 tahun. Hal ini dapat membatasi generalisasi temuan terhadap nasabah yang telah menggunakan layanan untuk jangka waktu yang lebih lama.
4. Peneliti hanya mengumpulkan data dari nasabah yang aktif datang ke KSPPS. Hal ini mungkin mengabaikan nasabah yang sudah lama tetapi tidak aktif secara fisik mengunjungi kantor KSPPS, sehingga mengurangi representasi dari seluruh populasi nasabah.
5. Hanya dua dari enam hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang dapat diterima. Ini mengindikasikan bahwa ada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan menabung yang belum dimasukkan dalam penelitian ini, seperti variabel independen tambahan atau faktor moderasi yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, S., Setiawan, A. B., & Hambani, S. (2023). *Analisis Implementasi Sistem Akuntansi dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Siklus Penerimaan Kas Pada PDAM Tirta Jaya Mandiri Kabupaten Sukabumi Cabang Cicurung*. 3, 10234–10249.
- Ameliah, W. R., Razak, A., & Rusydi, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Puskesmas Barana Kabupaten Jeneponto Tahun 2022. *Journal of Muslim Community Health (JMCH)*, 4(4), 226–237.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Carolina, N. I. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang]. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v3i1.1943>
- Farida, B. S., & Mahfud, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 348–356. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i2.1751>
- Fibriani, C. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah*. Universitas Medan Area.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Wesley Publishing.
- Ghozali, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Sri, Abdul Aziz, and Nugraha Pratama, 'Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Mudharabah Dengan Religiositas Sebagai Variabel Pemoderasi', *Jurnal Al Iqtishad*, 2 (2022), 1–21
- Hasibuan, Siti Khoiriah, and Nurbaiti, 'Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syari'ah Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa)', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8.1 (2023), 275–92
- Hayati, A. (2022). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kepercayaan dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Sungai Kunjang)*. Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda.
- Islam, M. (20123). *Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Guru Ma'had Al-Izzah Batu Pada Bank Syariah Di Kota Batu Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Khanafi, M. Y. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan*

- Pengambilan Kredit Pada PT. Finansia Multi Finance Semarang*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Khansa, I. B. (2021). *Pengaruh Marketing Mix (4P), dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Menabung Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah di Jabodetabek*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Khoirunnisa, A. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi anggota KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara*. IAIN Kudus.
- Lesmana, A. Z. (2022). *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Mega Syariah KC Iskandar Muda)*. Universitas Medan Area.
- Lestaria, S. (2022). *Pengaruh Aksesibilitas, Etika Pemasaran dan Word of Mount Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank Jateng KCPS Kota Salatiga)*. IAIN Salatiga.
- Machali, Imam. (2017). Metode Penelitian kuantitatif panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif.
- Maulana, A. (2021). *Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Maulana, S., Wardiah, D., & ... (2023). Antropologi Sastra Tradisi Lisan Nenggung Di Masyarakat Mengkenang Kabupaten Lahat. *Jurnal Pembahsi ...*, 13(2). <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/pembahsi/article/view/12933%0Ahttps://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/pembahsi/article/download/12933/7702>
- Mudhori & Rohmah, F. (2022). *Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendaopatan Terhadap Minat Menabung Di KSPPS BMT Mandiri Artha Syariah Sumberrejo*. *Journal of Islamic Accounting and Finance*. Volume II, Number 1 E-ISSN: 2798 -1649| 21 – 44.
- Muhtadi, A. (2020). *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah dengan Kepercayaan sebagai variabel Intervening (Studi Kasus pada Masyarakat Kabupaten Wonogiri)*. IAIN Salatiga.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Mutmainnah, N. A., & Solekah, N. A. (2023). The affect of Word of Mouth, Service Quality, and Location on Decision to be a Customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonom*, VII(2010), 589–598.
- Nafisah, A. (2022). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Motivasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Kudus)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus.

- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177–187. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 443. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p02>
- Rinaldo, J., Fidaus, T. R., & Simatupang, R. I. S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Bri Cabang Padang. *Jurnal Matua*, 4(3), 643–654.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media.
- Silviah, S., Lutfianti, W. H., & Firmansyah, R. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Online Pada E-Marketplace Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(6), 669–679.
- Sugiyono, & Sutopo. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suprapti, I. A. P., Chaidir, T., & Arini, G. A. (2021). Pengaruh Dimensi Religiusitas Dan Faktor Sosio-Demografis Terhadap Keputusan Menabung Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Mataram Pada Bank Syariah. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 44–60. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.36>
- Usvita, M. (2021). Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i1.339>
- Wulandari, S. (2022). *Pengaruh Service Quality Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Bank Muamalat KC Malang Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Yusuf, R., Marzuki, Agusmadi, Rangkuti, M. S., & Usman. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Bagi Hasil & Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa. *Jurnal Pendidikan, Sains, Dan Humaniora*, 11(1), 68–77.
- Zainullah, Suprianto, A.S & Siswanto, (2021). *Pengaruh Word Of Mouth dan Promosi Terhadap Minat Menabung Anggota Di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan*. *Jurnal Tabaru' : Islamic Banking and Finance* 4 (2) : 317 – 326.

## Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

### RIWAYAT HIDUP PENULIS

#### A. IDENTITAS

Nama : Putri Aprilia  
Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 12 April 2001  
Alamat Rumah : Desa Pesangrahan, Jalan Yudistira Rt 04 Rw 02  
Nomor handphone : 088232071752  
Email : putriaprilial20401@gmail.com  
Nama Ayah : Zaenuri  
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta  
Nama Ibu : Nurbaiti  
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

#### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD N Pesangrahan
2. SMP : SMP 1 Tirto
3. SMA : MAN 1 Pekalongan

