

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI
KSPPS BMT BAHTERA PEKALONGAN**

(Studi Kasus pada Pedagang di Pasar Sorogenen Pekalongan)

SKRIPSI

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



Oleh :

ARI CATUR WAHYUDI

NIM 4218031

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

2025

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI
KSPPS BMT BAHTERA PEKALONGAN
(Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Sorogenen Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

ARI CATUR WAHYUDI

NIM. 4218031

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

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Catur Wahyudi

NIM : 4218031

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Sorogenen Pekalongan)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 11 Juli 2025

Yang menyatakan



Ari Catur Wahyudi
NIM. 4218031

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ari Catur Wahyudi

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 saudara/i:

Nama : **Ari Catur Wahyudi**
NIM : **4218031**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Sorogenen Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 10 Juli 2024
Pembimbing,



Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M
NIP. 1979103012006041018



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

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan megesahkan skripsi saudara:

Nama : Ari Catur Wahyudi
NIM : 4218031
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan (Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Sorogenen Pekalongan)
Dosen Pembimbing : Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M

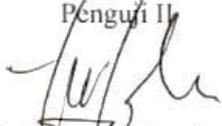
Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

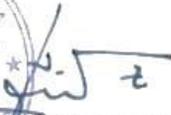
Penguji I


Dr. Kuart Smanto, M.Ag
NIP. 1979/2052009121001

Penguji II


Muh. Izzat Firdausi, M.Sc
NIP. 199208162022031001

Pekalongan, 16 Juli 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. AM. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Sukes berjalan dari kegagalan ke kegagalan yang lain, tanpa kita kehilangan semangat” (Abraham Lincoln)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui” (QS. Al-Baqarah :216)

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”
(QS. Ar-Rum : 60)

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplh bekerja keras (untuk urusan yang lain).”
(QS. Al-Insyirah : 6-7)

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah dan anugerah-Nya yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi kriteria dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi (S. E) dari Universitas Islam Negeri K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis sepenuhnya menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penulisan ini. Semoga hasil dari penelitian ini bisa memberikan informasi dan manfaat yang berarti bagi setiap pembaca, terutama untuk bidang pendidikan. Dalam proses penulisan Skripsi ini, penulis banyak menerima beragam dukungan serta bantuan baik secara finansial maupun non-finansial 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. Ayahanda yang saya cintai, almarhum Achamad Abdul Aziz yang sangat saya rindukan. Terimakasih atas semua pengorbanan, cinta, arahan, dan dorongan yang telah diberikan, serta segala bentuk tanggung jawab yang menghasilkan kehidupan yang baik semasa bapak masih ada. Terimakasih karena bapak menjadi motivasi penulis untuk terus berusaha meraih gelar Sarjana Ekonomi yang menjadi Impian bapak. Dengan selesai tulisan ini, semoga dapat membuat bapak merasa bangga dan bahagia di surga Allah, Amin.

2. Pintu surgaku, Ibu Sri Rejeki. Terimakasih atas usaha yang ibu lakukan untuk hidup saya, Wanita yang telah mencurahkan seluruh perhatian, tenaga, cinta, semangat, dan dorongan sehingga saya bisa menghadapi berbagai rintangan dan tantangan yang ada dan akhirnya saya bisa menyelesaikan tulisan ini dengan baik. Semoga ibu diberi kesehatan dan Panjang umur. Aamiin.
3. Saudara saya Mas Agung dan Mba Dewi, bersama dengan kakak ipar dan anak-anak mereka. Juga Ibu Rummyati dan keluarga yang saya anggap seperti ibu dan keluarga bagi saya. Saya mengucapkan terimakasih atas dukungan dan doa yang telah diberikan, sehingga saya bisa mencapai titik ini.
4. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Terimakasih atas fasilitas yang diberikan selama saya berkuliah.
5. Dosen pembimbing saya bapak Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M yang selalu memberikan bimbingan, arahan serta dorongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen wali saya bapak Aenurofik M.Ag yang selalu membantu dan menyemangati penulis dalam menempuh perkuliahan.
7. *Partner* terbaik Mba R, yang telah kebersamai pada hari yang tidak mudah dan telah berkontribusi banyak dari waktu, tenaga, pikiran, dukungan, semangat, materi dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terimakasih sudah mendengarkan semua keluh kesah dan menjadi bagian perjalanan saya dalam penyusunan skripsi ini.

8. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari Program Studi Perbankan Syariah dan yang telah memberikan banyak pengalaman dan bantuannya selama ini
9. Terimakasih untuk pihak BMT Bahtera Pekalongan Cabang Warungasem yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan mendoakan demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
11. *Last but not least*, Terimakasih untuk Ari Catur Wahyudi, diri saya sendiri. Terimakasih sudah berjuang sejauh ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih telah menjadi sosok yang tangguh, sabar dan tidak menyerah dengan semua proses yang tidak mudah.

ABSTRAK

ARI CATUR WAHYUDI. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan (Studi Kasus pada Pedagang Di Pasar Sorogenen Pekalongan)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan citra Perusahaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan. Fokus penelitian ini diarahkan pada pedagang di Pasar Sorogenen Pekalongan sebagai responden, mengingat mereka merupakan salah satu segmen ekonomi yang aktif dalam kegiatan simpan pinjam. Fenomena rendahnya intensitas menabung di kalangan pedagang menjadi latar belakang penting dalam menggali sejauh mana ketiga variable independent tersebut memengaruhi Keputusan individu untuk menabung di Lembaga keuangan syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 50 pedagang aktif yang termasuk anggota dari KSPPS BMT Bahtera Pekalongan, dengan pengukuran menggunakan skala likert. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji determinasi (R^2). Ketiga variable independent diukur dengan sejumlah indicator yang telah divalidasi, dan pengujian dilakukan untuk memastikan kelayakan model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pedagang di BMT Bahtera. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan Lembaga keuangan syariah sangat dipengaruhi oleh kemampuan membangun kepercayaan nasabah, memberikan layanan berkualitas, serta membentuk citra yang positif di mata Masyarakat. Oleh karena itu, BMT perlu memperkuat tiga aspek tersebut sebagai strategi peningkatan loyalitas dan partisipasi anggota dalam kegiatan menabung.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Minat menabung, BMT

ABSTRACT

ARI CATUR WAHYUDI. *The Influence of Trust, Service Quality, and Corporate Image on Saving Interest at KSPPS BMT Bahtera Pekalongan (A Case Study on Traders at Sorogenen Market, Pekalongan)*

This study aims to analyze the influence of trust, service quality, and corporate image on saving interest at KSPPS BMT Bahtera Pekalongan. The research focuses on traders at Sorogenen Market, Pekalongan, as respondents, considering they represent an active economic segment in savings and loan activities. The relatively low saving interest among traders serves as the background to explore how these three independent variables affect individuals' decisions to save in Islamic financial institutions.

This study employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 50 active traders, measured using a Likert scale. The data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2). The three independent variables were measured using validated indicators, and model testing was conducted to ensure reliability and accuracy.

The results indicate that trust, service quality, and corporate image have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on the saving interest of traders at BMT Bahtera. These findings reinforce the idea that the success of Islamic microfinance institutions greatly depends on their ability to build customer trust, provide quality services, and maintain a positive public image. Therefore, BMT should strengthen these three aspects as a strategic effort to increase customer loyalty and participation in saving activities.

Keywords: *Trust, Service Quality, Corporate Image, Saving Interest, BMT..*

KATA PENGANTAR

Saya ucapkan puji Syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan berkah-Nya yang memungkinkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan bagian dari syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa dukungan dan arahan dari berbagai pihak, baik selama masa kuliah hingga penyelesaian skripsi ini, sangat sulit bagi saya untuk mencapai titik ini, Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM, Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuart Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Ulfa Kurniasih, M.Hum., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN .K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan membimbing menyelesaikan skripsi.

7. Bapak Aenurofik, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dalam perkuliahan
8. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Dosen Penguji 1
9. Bapak Muh. Izzat Firdausi, M.Sc., selaku Dosen Penguji 2
10. Kedua orang tua tercinta Bapak Achmad Abdul Aziz Alm., dan Ibu Sri Rejeki, serta kedua kakak saya Agung Ahmad Basri dan Astri Nurmalita Dewi.
11. Teman-teman Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2018

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

Pekalongan, 10 Juli 2025



Ari Catur Wahyudi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxvi
DAFTAR GAMBAR	xxvii
DAFTAR LAMPIRAN	xxviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Batasan Penelitian	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>The Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	8
2. Kepercayaan	9
3. Kualitas Layanan	13
4. Citra Perusahaan	15
5. Minat Menabung	17
B. Telaah Pustaka	21
C. Kerangka Berpikir	26

D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Metode Penelitian.....	33
1. Jenis dan Pendekatan.....	33
2. Populasi dan Sampel`	33
3. Setting Penelitian.....	35
4. Identifikasi Variabel.....	35
5. Sumber Data.....	37
6. Teknik Pengumpulan Data.....	38
7. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Karakteristik Responden	44
2. Uji Kualitas Data	46
B. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Keterbatasan Penelitian.....	70
C. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dari Arab ke Latin yang diterapkan dalam penyusunan skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia nomor 18/1977 dan nomor 0543 b/U/1987. Proses transliterasi ini digunakan untuk menuliskan kosakata Arab yang dinilai belum terintegrasi ke dalam Bahasa Indonesia. Kosakata Arab yang telah terintegrasi dapat dilihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara umum, pedoman transliterasi ini terdiri dari hal-hal berikut :

A. Konsonan

Fonem konsonan dalam Bahasa Arab yang diwakili oleh huruf dalam system tulisan

Arab, pada transliterasi ini, beberapa mewakili dengan huruf, beberapa dengan tanda, dan beberapa lainnya dengan kombinasi huruf dan tanda. Berikut ini adalah 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	Ṡa	ṣ	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	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

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

2. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َـيْ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◌َـوْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ - žukira

يَذْهَبُ - yažhabu

سُئِلَ - su'ila

كَيْفَ - kaifa

هُوَ - haula

C. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...ى...َ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ي...ِ	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

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1) Ta'marbutah hidup

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

2) Ta'marbutah mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

- rauḍah al-aṭfāl

-- rauḍatul-aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةُ

- talḥah

E. Syaddah

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

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-ḥajj

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

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

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

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- Ina
أُمِرْتُ	- umirtu
أَلْ	- akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang

dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairar-

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

manistaṭā'a

Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti

ilaihi sabīla

Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti
manistaṭā'a ilaihi sabīlā

I. 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:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illā rasi

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
bibakkat

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsil allaḏī

amubārankan

شَهْرُ رَمَازَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
Qur'ānu

Syahru Ramaḏān al-laḏī unzila fih al-

Syahru Ramaḏān al-laḏī unzila fihil
Qur'ānu

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn

Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

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

Contoh:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

بِاللَّهِ الْأَمْرِ جَمِيعًا

Lillāhi al-amrujamī'an

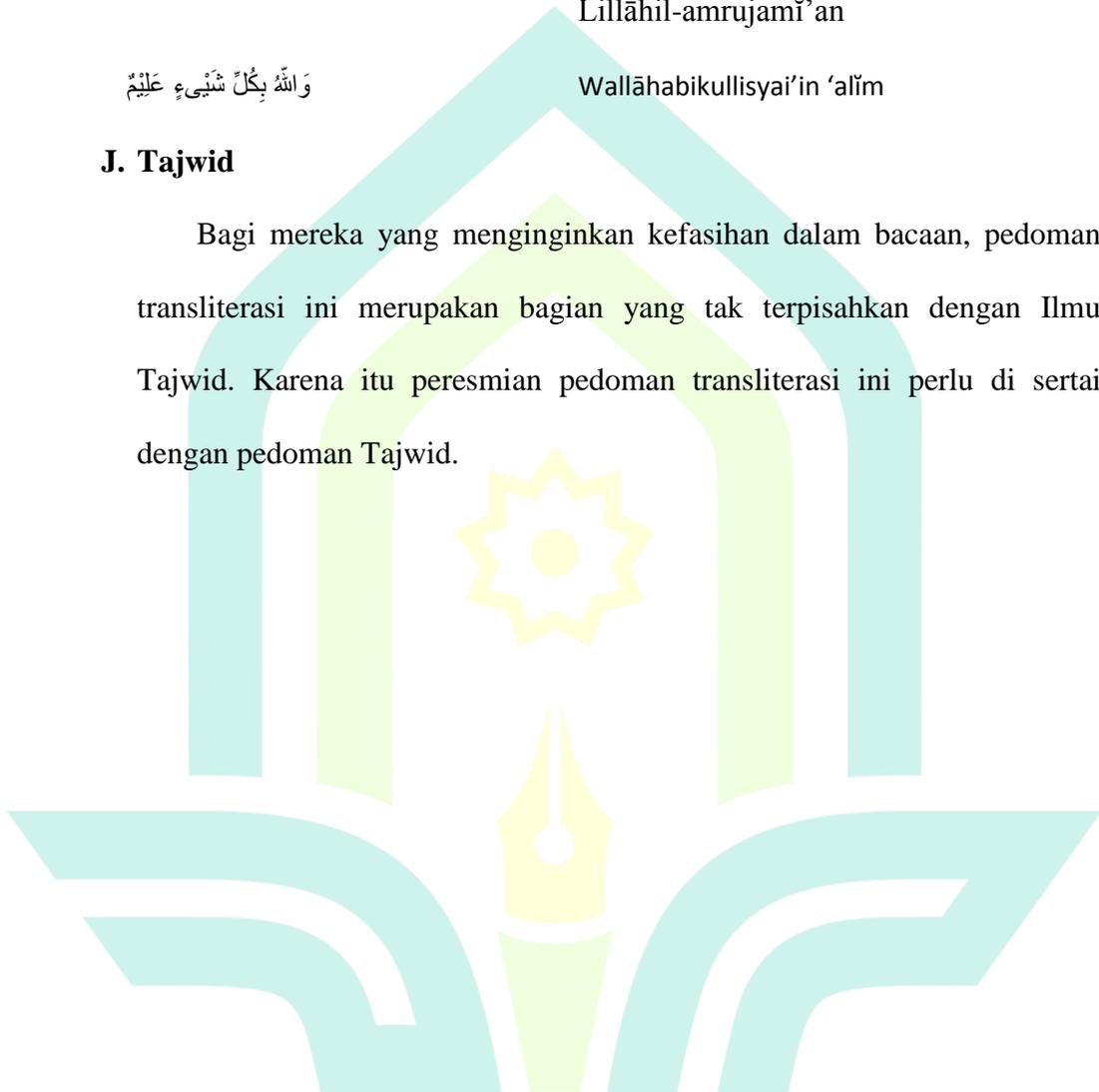
Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhabikullisyai'in 'alīm

J. 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 di sertai dengan pedoman Tajwid.

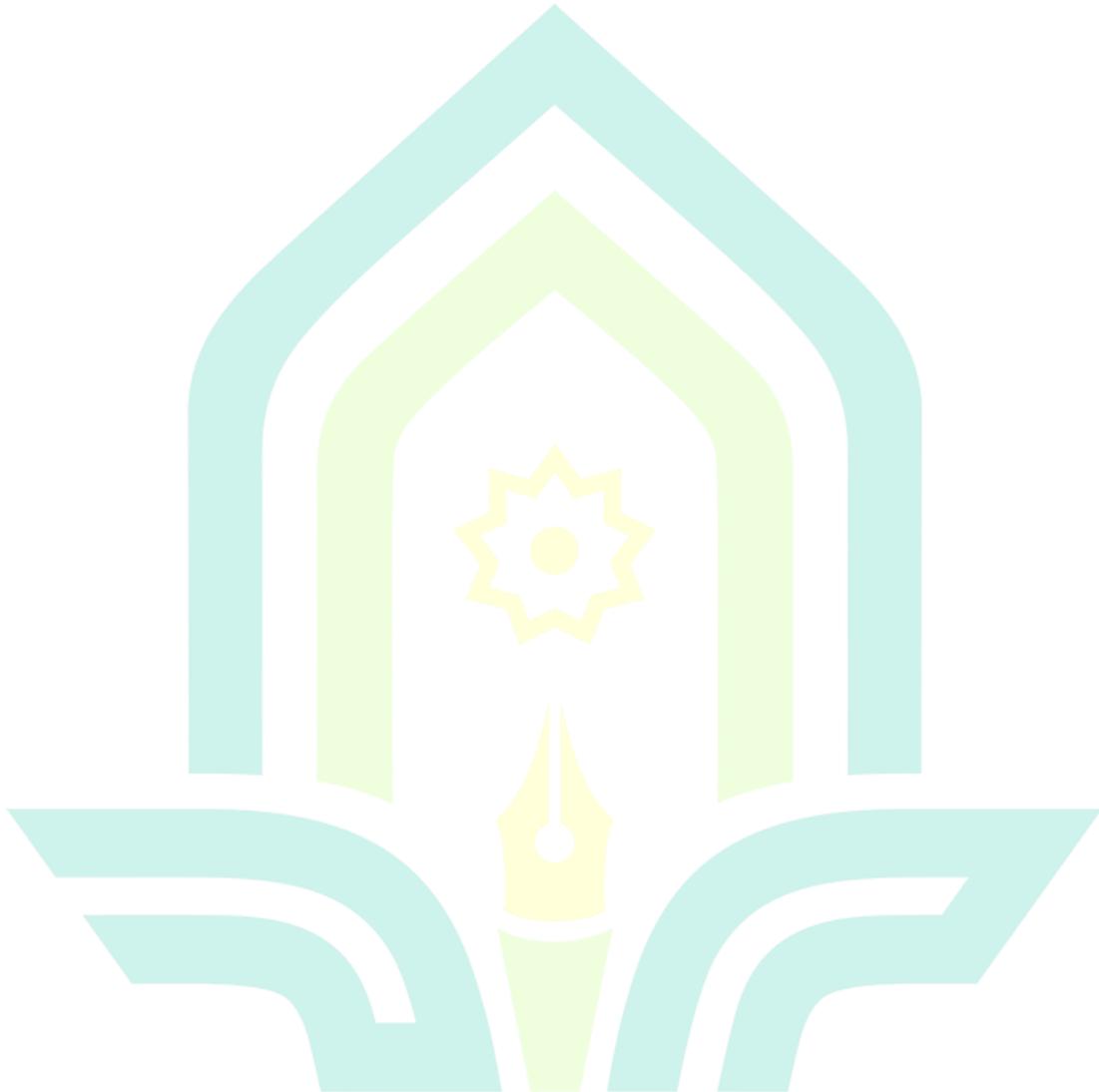


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Variabel Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Skala Likert	29
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4.2 Usia Responden	32
Tabel 4.3 Pendapatan Responden	33
Tabel 4.4 Lama Menjadi Anggota Responden	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	35
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan	35
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Minat Menabung	35
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.10 Uji Normalitas (Kolmogrov-smirnov)	37
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4.14 Hasil Uji t (parsial)	41
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	42
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	42

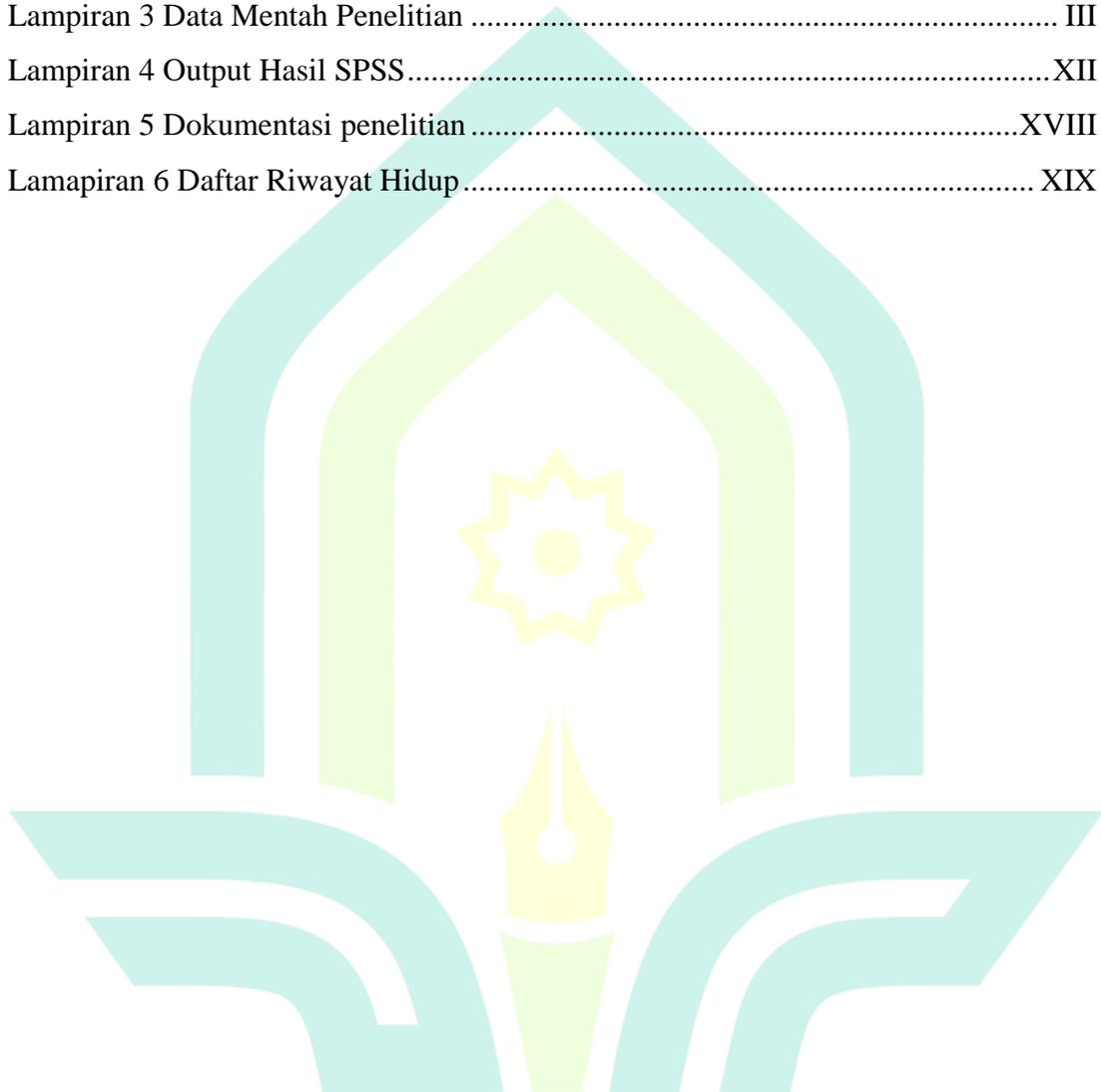
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	21
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	I
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	II
Lampiran 3 Data Mentah Penelitian	III
Lampiran 4 Output Hasil SPSS.....	XII
Lampiran 5 Dokumentasi penelitian.....	XVIII
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	XIX



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu lembaga keuangan syariah yaitu BMT (Baitul Mal Wat Tamwil) merupakan suatu lembaga yang beroperasi dengan kegiatan simpan pinjam dalam koperasi atau perbankan secara umum. Banyaknya jumlah jasa keuangan seperti BMT tentunya ada banyak persaingan yang terjadi diantara jasa keuangan sekitarnya. Dengan begitu, maka jasa keuangan khususnya BMT harus lebih memperhatikan strategi yang digunakan untuk menarik nasabah. Salah satunya adalah jaminan rasa aman dan kepercayaan yang dimiliki nasabah merupakan salah satu poin penting yang digunakan oleh lembaga keuangan. Jaminan rasa aman menyangkut evaluasi nasabah terhadap berbagai resiko yang bisa dialami oleh nasabah terkait dengan uang yang ditabung di BMT. Untuk jaminan rasa aman ini, BMT sudah menjaminkan dana simpanan nasabah pada Lembaga Penjamin Syariah (LPS) sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang RI Nomor 24 tentang lembaga penjamin simpanan yang ditetapkan.

Perbankan syariah ini sendiri didirikan dengan tujuan untuk bisa bermuamalah dalam bidang ekonomi sesuai dengan syariah Islam dan juga harus mampu bersaing dalam mencari nasabah. Persaingan yang semakin ketat ini membuat bank untuk dapat mempertahankan maupun menarik minat nasabah untuk menabung di bank tersebut sebanyak mungkin. Berbagai upaya dilakukan

bank untuk mendapatkan nasabah baik melalui peningkatan sarana dan prasarana, pelayanan maupun produk. Dengan kemudahan dan fasilitas diberikan oleh bank, nasabah sebagai konsumen dapat mengambil keputusan sesuai kebutuhan dari berbagai pilihan yang diberikan. Saat ini persaingan dalam koperasi syariah sangat ketat sehingga membutuhkan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada nasabah (Ana & Zunaidi, 2022). Ikatan emosional inilah yang membuat nasabah menjadi loyal dan mendorong mereka untuk terus melakukan konsistennya berasa pada perusahaan tersebut.

Pendirian KSPPS BMT Bahtera dilatar belakangi oleh upaya untuk memperkenalkan ekonomi kerakyatan yang berbasis pada ekonomi syariah serta menyediakan sarana mediasi keuangan antara warga muslim yang memiliki kelebihan likuiditas dengan warga muslim lainnya yang kekurangan likuiditas, dan untuk memecahkan persoalan kebutuhan akan permodalan umat islam golongan lemah serta menyediakan sarana penyimpanan dana yang aman dengan sistem bagi hasil. Dalam perkembangannya, KSPPS BMT Bahtera Pekalongan dapat mengakomodasi semua lapisan masyarakat, dari pengusaha kecil, menengah bahkan sampai masyarakat ekonomi kelas atas terutama dibidang pemupukan modal/dana. Selain itu, wilayah kerja operasional KSPPS BMT Bahtera tidak hanya di wilayah Pekalongan saja tetapi dapat menjangkau seluruh wilayah Propinsi Jawa Tengah. Pada Desember 2015 anggota sebesar 7.995 orang. Saat ini KSPPS BMT Bahtera sudah memiliki satu kantor pusat, lima

kantor cabang dan satu kantor kas yang tersebar di Pekalongan, Batang, hingga Tegal. Hal ini merupakan upaya KSPPS BMT Bahtera untuk lebih dekat dengan para anggotanya (Bahtera, 2025).

Kepercayaan merupakan keyakinan anggota kepada mitra bisnisnya (lembaga keuangan) bahwasanya dengan bermitra kepada lembaga keuangan tersebut dia akan menemukan sesuatu yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Kepercayaan merupakan kemauan dan ketersediaan anggota dan lembaga keuangan, maka kedua belah pihak tersebut akan dapat saling mengandalkan dan menguntungkan satu sama lain, dan kepercayaan tersebut muncul atas persepsi anggota kepada lembaga keuangan jika lembaga keuangan dapat memenuhi semua janji-janji dan kewajiban-kewajiban yang telah dijanjikan sebelumnya.

Kepercayaan merupakan ketersediaan perusahaan bergantung pada mitra bisnis, kepercayaan juga tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antarorganisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati perusahaan. Kepercayaan dari anggota juga didapatkan ketika anggota mengetahui objek, atribut dan manfaat produk. Dalam mendapatkan suatu minat dari anggota, perbankan perlu melakukan suatu cara untuk membangun kepercayaan dari anggota, kepercayaan dari anggota akan muncul ketika perusahaan mampu menyajikan dengan baik produk-produk yang ditawarkan kepada anggota. Kepercayaan juga akan muncul seiring dengan kegigihan BMT dalam memberikan yang terbaik untuk anggota. Berdasarkan beberapa

pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwasanya kepercayaan merupakan keyakinan anggota terhadap mitranya (lembaga keuangan) dengan harapan anggota tersebut akan menemukan apa yang diinginkan dan mereka berharap lembaga keuangan akan menepati semua janji yang telah dijanjikan sebelumnya.

Selain faktor kepercayaan, adapun faktor kualitas layanan yang dapat mempengaruhi minat menabung. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam perbankan karena menyangkut penjualan jasa yang mengutamakan keramahan kepada nasabah. Industri perbankan syariah berusaha meningkatkan pelayanan, namun manajemen bank syariah kesulitan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan nasabahnya. Nasabah sudah familiar dengan layanan perbankan dan harus berhati-hati dalam memilih dan menggunakan layanannya. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan atau hubungan yang kuat dengan perusahaan (Kasmir, 2017).

Menurut Tjiptono (2017), kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan jasa tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi diukur dari sudut pandang penilaian pelanggan. Menurut Kasmir (2017) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan bagi pelanggan. Implikasi baik buruknya

kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Indrasari (2019) menyatakan kualitas pelayanan lebih menitik beratkan pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting yang dapat mempengaruhi kepuasan dari para nasabah.

Faktor pendukung lainnya seperti citra perusahaan juga sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung di sebuah bank. Masyarakat Indonesia pastinya akan melihat citra suatu perusahaan dalam menentukan dimana mereka dapat menjadi nasabah. Apabila citra suatu perusahaan itu buruk, pastinya masyarakat akan enggan untuk menjadi nasabah di perusahaan tersebut, begitupun sebaliknya. Citra perusahaan juga sangat diperlukan sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan kepada masyarakat. Citra merupakan persepsi publik mengenai sebuah perusahaan yang menyangkut mengenai pelayanan, kualitas, budaya dan perilaku perusahaan yang lainnya. Hingga pada akhirnya persepsi tersebut akan mempengaruhi sikap publik apakah akan netral, mendukung, atau bahkan memusuhi.

Munculnya kasus koperasi BMT Mitra Umat Pekalongan yang berdampak menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga non bank, dimana kepercayaan merupakan pondasi utama untuk mendapatkan anggota yang lebih banyak dan loyal terhadap perusahaan. Terciptanya kepercayaan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya memberikan kesan yang baik bagi nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari nasabah satu ke nasabah yang lain (Fitriani, 2019).

Minat adalah bagian dari wujud ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa ada paksaan (Yudrik, 2018). Minat juga dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan sebuah perhatian dan tindakan terhadap seseorang, aktivitas atau situasi yang telah menjadi objek dari minat tersebut. Minat menabung dan kepercayaan menjadi salah satu faktor lain yang mempengaruhi nasabah, dimana kepercayaan menjadi motivasi terpenting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah. Jika kepercayaan sudah timbul maka usaha untuk kerja sama akan lebih mudah. Kepercayaan merupakan pondasi dari suatu bisnis, suatu transaksi bisnis akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui orang atau mitra bisnis, melainkan harus dapat mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan merupakan hubungan sosial yang dibangun atas dasar percaya dan rasa memiliki bersama (Alifuddin & Mansur, 2020). Apabila seorang nasabah telah mempercayakan lembaga perbankan syariah sebagai lembaga yang dapat dipercaya maka ia akan selalu mempercayakan keuangannya pada bank tersebut

serta akan sulit bagi nasabah tersebut untuk menggunakan jasa perbankan yang lain.

Tidak cukup dengan kepercayaan, citra perusahaan juga menjadi pertimbangan masyarakat dalam memantapkan hatinya agar mau bergabung di lembaga non bank. Dengan upaya menarik minat nasabah menggunakan produk-produk yang sudah tersedia didalam lembaga, salah satunya memberikan citra yang baik kepada para nasabah. Citra merupakan salah satu aset penting dalam perusahaan yang seharusnya terus menerus dibangun dan dipelihara. Dengan demikian citra suatu perusahaan merupakan konsep/ide dari suatu lembaga dengan harapan dapat mendorong citra perusahaan dengan hasil yang bernilai positif (Putra, 2020). Citra perusahaan juga memegang peran yang sangat penting dalam mengambil keputusan saat menggunakan jasa, dimana perusahaan perbankan harus memiliki citra yang baik untuk menimbulkan kepercayaan pada konsumen dan berujung pada keputusan menggunakan jasa tersebut.

Minat menabung merupakan salah satu aspek penting dalam dunia keuangan, khususnya dalam mendorong peningkatan inklusi keuangan masyarakat. Dalam konteks lembaga keuangan syariah seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT), minat menabung memiliki peranan strategis karena menjadi indikator kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam sistem keuangan yang berbasis syariah. Meningkatnya minat menabung pada lembaga keuangan syariah dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi umat, peningkatan kesejahteraan, dan stabilitas keuangan mikro di tingkat akar rumput.

Namun demikian, minat menabung dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kepercayaan nasabah, kualitas layanan, dan citra perusahaan. Ketiga variabel ini sering kali menjadi objek kajian dalam penelitian perilaku nasabah terhadap lembaga keuangan. Sayangnya, hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan adanya ketidakkonsistenan. Misalnya, hasil studi Etmawati (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada Credit Union Kusapa di Sanggau. Begitu pula Saputra (2022) dalam penelitiannya di Bank Syariah Indonesia Tangerang Selatan, yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan citra merek berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat menabung.

Sebaliknya, Puspitasari (2022) dalam penelitiannya di BMT Maron justru menemukan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun variabel-variabel tersebut banyak dianggap memengaruhi perilaku menabung, hasil penelitian tidak selalu sejalan satu sama lain. Perbedaan ini bisa jadi dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik lembaga, kondisi geografis, budaya lokal, atau profil demografis nasabah.

Selain itu, terdapat pula gap kontekstual, di mana sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan di bank syariah besar atau lembaga keuangan formal berskala nasional, seperti Bank Syariah Mandiri, BSI, maupun BPRS. Penelitian pada lembaga keuangan mikro seperti BMT masih sangat terbatas,

khususnya di daerah-daerah seperti Kota Pekalongan, yang memiliki karakteristik ekonomi kerakyatan dan basis nasabah dari kalangan pedagang pasar, UMKM, dan masyarakat bawah. Padahal, BMT memainkan peranan vital sebagai lembaga yang menjangkau kelompok masyarakat yang tidak terlayani oleh bank umum, sehingga penting untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor tertentu memengaruhi minat menabung di lingkungan tersebut.

Di sisi lain, terdapat pula gap teoritis dalam kajian sebelumnya. Beberapa penelitian hanya menguji pengaruh langsung antara variabel-variabel seperti kepercayaan dan kualitas layanan terhadap minat menabung, tanpa memperhatikan mekanisme teoritis yang mendasari hubungan tersebut secara lebih mendalam. Misalnya, variabel seperti religiositas, kepuasan, atau loyalitas yang berpotensi menjadi mediator atau moderator, masih jarang dilibatkan dalam model penelitian. Hal ini menyebabkan pemahaman terhadap proses terbentuknya minat menabung menjadi kurang komprehensif.

Berdasarkan paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat berbagai celah (gap) dalam penelitian terdahulu, baik secara empiris, kontekstual, maupun teoritis. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap minat menabung pada nasabah BMT, khususnya di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan, yang merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang aktif beroperasi di wilayah pasar tradisional Kota Pekalongan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu

pengetahuan serta menjadi acuan praktis bagi BMT dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan partisipasi nasabah dalam kegiatan menabung.

BMT Bahtera Pekalongan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah banyak dan mendapat kesetiaan (loyal) terhadap perusahaan apabila terciptanya kepercayaan, kualitas layanan yang baik dan citra perusahaan yang positif dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah serta membentuk suatu rekomendasi dari nasabah satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan. KSPPS BMT Bahtera Pekalongan telah mampu melayani berbagai segmen masyarakat, mulai dari pelaku usaha kecil, menengah, hingga kelas ekonomi atas, khususnya dalam urusan penghimpunan modal. Wilayah operasional lembaga ini pun terus berkembang, tidak hanya terbatas di Pekalongan, tetapi juga meluas ke berbagai daerah di Provinsi Jawa Tengah. Pada akhir tahun 2015, tercatat jumlah anggota mencapai 7.995 wong (Bahtera, 2025).

Uraian diatas menunjukkan bahwa untuk menarik minat masyarakat dalam menabung di BMT perlu memerhatikan bagaimana meningkatkan kepercayaan setelah kasus BMT Mitra Pekalongan yang sudah terjadi, kualitas layanan yang akan selalu dilakukan dengan baik dan menjaga citra perusahaan untuk selalu positif kedepannya. Penelitian ini akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada KSPPS BMT Bahtera Pekalongan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul

“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan (Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Sorogenen Pekalongan).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan?
3. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan?
4. Bagaimana kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan?

C. Batasan Penelitian

Batasan penelitian dilakukan agar pembahasan yang dibahas lebih fokus dan tidak terlalu luas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Objek penelitian ini adalah Pedagang di Pasar Sorogenen Pekalongan yang termasuk nasabah di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan

2. Data yang dikumpulkan peneliti berasal dari kuesioner yang didistribusikan langsung kepada anggota nasabah KSPPS BMT Bahtera Pekalongan di Pasar Sorogenen Pekalongan
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Minat Menabung

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan
3. Untuk memahami pengaruh citra perusahaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan
4. Untuk mengetahui kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat lebih memperjelas permasalahan yang mungkin berdampak pada minat masyarakat dalam menabung di KSPPS BMT Bahtera di wilayah Pekalongan, dan juga diharapkan penelitian ini dapat mencari referensi untuk penelitian- penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis : Melalui penelitian ini dimaksudkan agar pengetahuan dan keahlian penulis dalam melakukan penelitian tentang pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan.
- b. Bagi BMT : Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan informasi serta sebagai bahan pertimbangan dan mengevaluasi kekurangan dan kelebihan pada strategi pemasaran yang dipakai KSPPS BMT Bahtera Pekalongan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan pemikiran dan perencanaan penelitian berkaitan dengan kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap minat menabung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Tingkat kepercayaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan memperoleh hasil positif. Hal ini dibuktikan secara parsial bahwa terdapat pengaruh secara signifikan kepercayaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan dengan masing-masing t_{hitung} $2,412 > t_{tabel}$ $2,013$ dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepercayaan, maka akan mudah mempengaruhi minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan.
2. Kualitas layanan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan memperoleh hasil positif. Hal ini dibuktikan secara parsial, terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan dengan masing-masing diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,436 > t_{tabel}$ $2,013$ dan nilai signifikansi $0,025 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila semakin baik kualitas layanan maka akan menumbuhkan rasa ketertarikan untuk menabung.
3. Citra Perusahaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan memperoleh hasil positif. Hal ini dibuktikan secara parsial,

terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan dengan masing-masing diperoleh nilai $t_{hitung} 2,836 > t_{tabel} 2,013$ dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila semakin baik citra perusahaan maka akan menumbuhkan rasa ketertarikan untuk menabung.

4. Tingkat kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan memperoleh hasil positif. Hal ini dibuktikan secara simultan, terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Bahtera Pekalongan dengan F-hitung sebesar 0,356 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila semakin tinggi kepercayaan, semakin baik kualitas layanan dan semakin bagus citra perusahaan maka akan menumbuhkan rasa ketertarikan untuk menabung.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memiliki beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitiannya sebagai berikut :

1. Komponen variabel terbatas hanya mencakup kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap minat menabung padahal banyak faktor yang mempengaruhi minat menabung.

2. Peneliti melakukan penyebaran data kuesioner kepada responden berjumlah 50 responden di Pasar Srogenen Pekalongan yang hanya merupakan nasabah KSPPS BMT Bahtera Pekalongan
3. Keterbatasan dalam waktu yang membatasi kemampuan untuk melakukan data yang lebih mendalam atau melakukan analisis yang lebih komprehensif.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut :

1. Bagi lembaga keuangan khususnya KSPPS BMT Bahtera Pekalongan diharapkan agar terus memanfaatkan perkembangan zaman dan memaksimalkan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dan membangun kepercayaan nasabah, serta menjaga citra perusahaan demi mempertahankan loyalitas para nasabahnya. Kepercayaan yang tinggi, kualitas pelayanan yang baik dan citra perusahaan yang bagus dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan menciptakan siklus berkelanjutan dari pertumbuhan dan keunggulan kompetitif bagi bank.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian pada lingkup lain yang lebih luas agar mampu menjadi pembanding penelitian yang telah dilakukan. Kemudian diharapkan untuk mengembangkan atau

menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, sehingga mampu menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, J. &. (2019). *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square)*. BPFE.
- Aco, N. A., & Natasya, N. (2022). Pengaruh Religiusitas, Promosi, Dan Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan menjadi Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 1–10.
- Akbar. (2019). *Instrumen Perangkat Pembelajaran Remaja Rosdakarya*.
- Alifuddin, & Mansur, R. (2020). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Magna Serip Publishing.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3 (3), 232.
- Etmawati, K. (2023). *Bisma, Vol 8. No 5, September 2023 ANALISIS PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG PADA CREDIT UNION KUSAPA KABUPATEN SANGGAU*. 8(5), 1114–1125.
- Farida, N. (2019). Pengaruh Citra Merk dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7–21.
- Firdian. (2022). Aplikasi Metode Serqual dan Six Sigma dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Pesrsero). *Ilmu Pengetahuan Dan Rekayasa*, 13.
- Fitriani. (2019). *Kepercayaan Nasabah terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2019). Kajian Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 26.
- Herwandi, R. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Pada Credit Union Usaha Kita Di Sungai Ayak Kecamatan Belitang Hilir Kabupaten Sekadau. *Bisnis Manajemen*, 8 No 7.

- Hidayat, M. H., Masharif Al-Syariah, J., Ekonomi, J., & Syariah, P. (2022). Analisis Pengaruh Service Quality, Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pada Bmt Nu Pragaan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 1121–1132. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i2.22564>
- Inayah, N. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, VII(No 1), 1–20.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya). Unitomo Press.
- Karima, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Personal Selling Terhadap Minat Menabung Sembako (Studi Kasus pada KSPPS BMT An-Najah Pekalongan Cabang Kajen)*. UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Raja Grafindo Persada.
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jurnal Lmu Ekonomi Dan Manajemen*, 5.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Erlangga.
- Meilani, A., & Dian, S. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *JIEI*, 8(2).
- Pambudi, T. W. S., & Soliha, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2020). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Putra, B. S. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26 No 2, 2.
- Qayyimah, F. D. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Islam Negeri Salatiga.

- Ridwan, M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). How Trust and Quality of Information Affection Buying Interest and Purchasing Decisions? (Study on Shopee Customers in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4 (1), 95–102.
- Rohman, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Anggota pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan*. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Rusydi, A. (2017). *Manajemen Pemasaran* (S. Mahdi (ed.)). ALFABETA.
- 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_YOGI_SAPUTRA-FEB.pdf)
- Soemirat. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya.
- Sudirman. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung pada produk Tabungan BSM. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Sugioyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (cet. 26). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwarman, U. (2019). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Quality and Satisfaction*. Andi Offset.
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8, 1987–1996.
- Wulandari, S. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. UIN Raden Fatah Palembang.

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Nama | : Ari Catur Wahyudi |
| 2. Tempat Tanggal Lahir | : Batang, 11 Mei 2000 |
| 3. Jenis Kelamin | : Laki-Laki |
| 4. Agama | : Islam |
| 5. Alamat | : Jl. Kanfer 2 RT02/RW01 Kalisalak, Kab. Batang |
| 6. Email | : aricatur655@gmail.com |
| 7. Nomor Handphone | : 085712779593 |
| 8. Nama Ayah | : Achmad Abdul Aziz |
| Pekerjaan | : - |
| 9. Nama Ibu | : Sri Rejeki |
| Pekerjaan | : Ibu Rumah Tangga |

B. Riwayat Pendidikan

- | | |
|------------|-----------------------------|
| 1. TK | : TK Negeri Pembina |
| 2. SD/MI | : SD Negeri Kalisalak Batng |
| 3. SMP/MTs | : SMP Negeri 7 Batang |
| 4. SMA | : SMA Negeri 2 Batang |

Pekalongan, 10 Juli 2025



Ari Catur Wahyudi
NIM. 4218031