



**PENGARUH PROMOSI,
KEPERCAYAAN (*TRUST*), LITERASI
KEUANGAN SYARIAH, KEPATUHAN
SYARIAH DAN RELIGIOSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
ANGGOTA TABUNGAN DI KSPPS BMT
AN-NAJAH KC WARUNGASEM**



CABANG WARUNGASEM

SEPTYA WULAN SAVITRI

NIM. 4221006

2025

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN (*TRUST*),
LITERASI KEUANGAN SYARIAH, KEPATUHAN
SYARIAH DAN RELIGIOSITAS TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA TABUNGAN DI
KSPPS BMT AN-NAJAH KC WARUNGASEM**

SKRIPSI

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



Oleh:

SEPTYA WULAN SAVITRI

NIM. 4221006

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN (*TRUST*),
LITERASI KEUANGAN SYARIAH, KEPATUHAN
SYARIAH DAN RELIGIOSITAS TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA TABUNGAN DI
KSPPS BMT AN-NAJAH KC WARUNGASEM**

SKRIPSI

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



Oleh:

SEPTYA WULAN SAVITRI

NIM. 4221006

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

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Septya Wulan Savitri**

NIM : **4221006**

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Kepercayaan (*Trust*), Literasi Keuangan Syariah, Kepatuhan Syariah dan Religiositas terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar asil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis ebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan tbenar-benarnya.

Pekalongan, 06 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Septya Wulan Savitri

NOTA PEMBIMBING

amp. : 2 (dua) eksemplar

jal : Naskah Skripsi Sdri. Septya Wulan Savitri

th.

tekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

g. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

EKALONGAN

assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Septya Wulan Savitri**

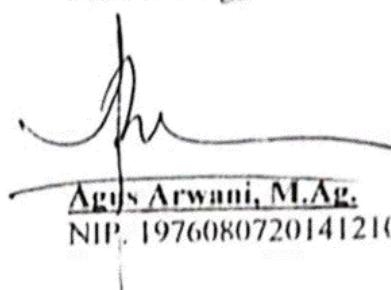
NIM : **4221006**

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Kepercayaan (*Trust*), Literasi Keuangan Syariah, Kepatuhan Syariah dan Religiositas terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem**

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

assalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 06 Oktober 2025
Pembimbing,



Agus Arwani, M.A.
NIP. 197608072014121002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: www.febi.uinusdur.ac.id Email: febi.uinusdur@ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi audari:

Nama : Septya Wulan Savitri
NIM : 4221006
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kepercayaan (*Trust*), Literasi Keuangan Syariah, Kepatuhan Syariah dan Religiositas terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem
Dosen Pembimbing : Agus Arwani, M.Ag.

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 24 Oktober 2025 dan
inyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Pengaji,

Pengaji I

Pengaji II


Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
NIP. 198205272011011005


Mohammad Rosyada, M.M.
NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 31 Oktober 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


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

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka.

- Q.S. Ar-Ra'd: 11 -

You can have results or excuses. Not both.

- Arnold Schwarzenegger -

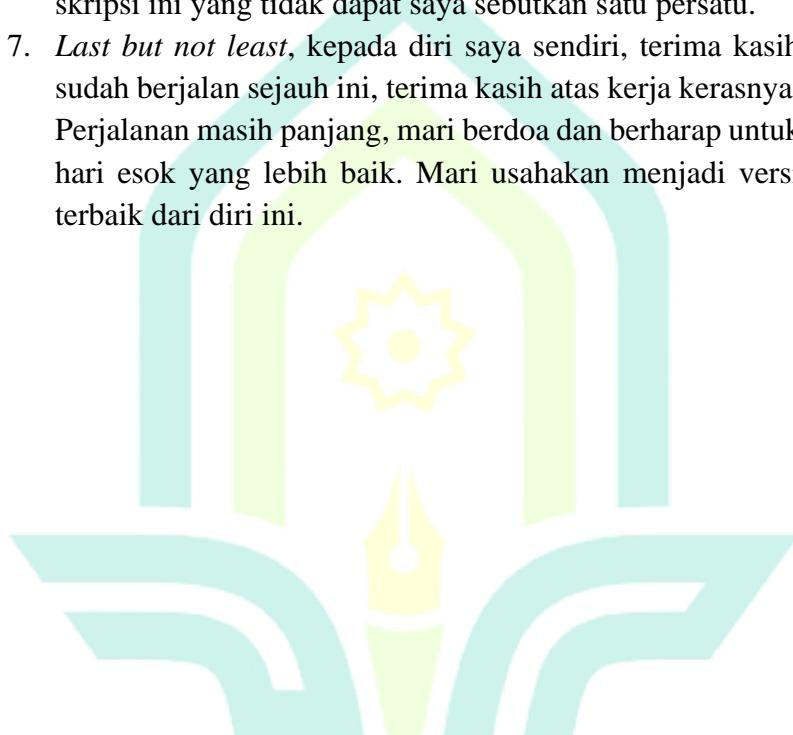


PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiraat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya yang melimpah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya segala keterbatasan dan banyak kesalahan yang perlu diperbaiki sebelum menyerahkan skripsi ini. Temuan penelitian ini hendaknya dapat memberikan informasi dan membantu setiap orang yang membacanya. Penulis banyak menerima bantuan baik materi maupun non materi dari berbagai pihak selama penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Ibu Rukamah dan Bapak Noor Rochim, pahlawan dalam hidup penulis yang senantiasa melimpahi kasih sayang, doa, dan dukungan baik moral maupun material kepada penulis. Terima kasih telah bersabar dalam mendampingi penulis hingga di titik ini.
2. Almamater Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Agus Arwani, M.Ag., yang telah mencurahkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing Akademik saya, Bapak Dr. Tamamudin, S.E., M.M., yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam kelancaran skripsi ini.

5. Teman-teman seperjuangan satu Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021 khususnya Rani Dwi Saputri, Amalia Ayuningtyas, Sabrina Diva Nur Rahmadani dan Salsa Sabila yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan saya. Terima kasih atas persahabatan dan dukungan kalian. Semoga kita bisa meraih sukses kita masing-masing.
6. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
7. *Last but not least*, kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah berjalan sejauh ini, terima kasih atas kerja kerasnya. Perjalanan masih panjang, mari berdoa dan berharap untuk hari esok yang lebih baik. Mari usahakan menjadi versi terbaik dari diri ini.



ABSTRAK

SEPTYA WULAN SAVITRI. Pengaruh Promosi, Kepercayaan (*Trust*), Literasi Keuangan Syariah, Kepatuhan Syariah dan Religiositas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem.

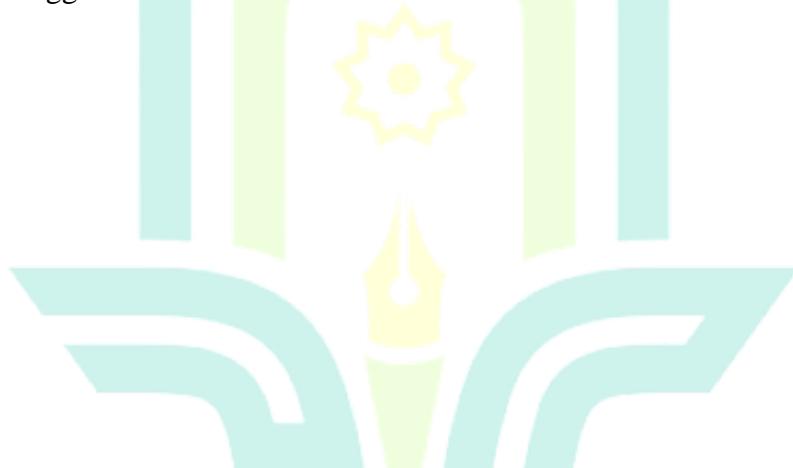
Seiring pertumbuhan ekonomi, peran lembaga keuangan syariah (LKS) semakin penting sebagai penghubung antara pihak yang memiliki surplus dana dengan masyarakat yang membutuhkan modal. Salah satunya adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil (KSPPS BMT), yang tidak hanya beroperasi dengan prinsip syariah, tetapi juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. KSPPS BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem menjadi fokus penelitian ini karena kontribusinya dalam memberikan akses keuangan berbasis syariah, salah satunya dalam bentuk tabungan. Sebelum memutuskan untuk menjadi anggota tabungan, para calon anggota biasanya melalui serangkaian proses pengambilan keputusan secara matang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah, dan religiositas, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan menjadi anggota tabungan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dengan sampel sejumlah 96 responden. Subjek dalam penelitian ini adalah anggota tabungan dan penelitian dilakukan di KSPPS BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan alat SPSS *for windows* versi 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan religiositas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan. Sedangkan kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, dan kepatuhan syariah

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan di KSPPS BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem. Kemudian dilihat secara simultan, promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah, dan religiositas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan di KSPPS BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 62,9% yang berarti bahwa variabel promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah, dan religiositas mampu mempengaruhi keputusan menjadi anggota sebesar 62,9%, sedangkan 37,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Promosi, Kepercayaan (*Trust*), Literasi Keuangan Syariah, Kepatuhan Syariah, Religiositas, Keputusan Menjadi Anggota



ABSTRACT

SEPTYA WULAN SAVITRI. The Influence of Promotion, Trust, Sharia Financial Literacy, Sharia Compliance, and Religiosity on the Decision to Become a Member of Savings at KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem.

Along with economic growth, the role of Islamic financial institutions (LKS) has become increasingly important as a link between parties with surplus funds and communities in need of capital. One such institution is the Baitul Maal wa Tamwil Islamic Savings and Loan Cooperative (KSPPS BMT), which not only operates on Islamic principles but also plays a role in empowering the community economically. KSPPS BMT An-Najah Warungasem Branch Office is the focus of this research because of its contribution to providing Islamic-based financial access, one of which is in the form of savings. Before deciding to become a savings member, prospective members usually go through a series of thoughtful decision-making processes. The purpose of this research is to analyze the influence of promotion, trust, sharia financial literacy, sharia compliance, and religiosity, both partially and simultaneously, on the decision to become a savings member.

This research was conducted using quantitative research methods. The data collection method used in this study was a questionnaire with a sample of 96 respondents. The subjects in this study were savings members, and the research was conducted at the Warungasem Branch Office of KSPPS BMT An-Najah. This study used multiple linear regression analysis with the help of SPSS for Windows version 29.

The results of the research indicate that promotion and religiosity have no significant effect on the decision to become a savings member. Meanwhile, trust, Islamic financial literacy, and Sharia compliance have a positive and significant effect on the decision to become a savings member at KSPPS BMT An-Najah Warungasem Branch Office. When viewed

simultaneously, promotion, trust, Islamic financial literacy, sharia compliance, and religiosity have a significant effect on the decision to become a savings member at KSPPS BMT An-Najah Warungasem Branch Office. The coefficient of determination shows an Adjusted R Square value of 62.9%, which means that the variables of promotion, trust, Islamic financial literacy, sharia compliance, and religiosity are able to influence the decision to become a member by 62.9%, while the remaining 37.1% is influenced by other variables that were not researched.

Keywords: Promotion, Trust, Islamic Financial Literacy, Sharia Compliance, Religiosity and Decision to Become a Member



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi, Kepercayaan (*Trust*), Literasi Keuangan Syariah, Kepatuhan Syariah dan Religiositas terhadap Keputusan menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem". Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri 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. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Agus Arwani, M.Ag., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Tamamudin, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama masa perkuliahan.
7. Pihak KSPPS BMT An-Najah yang telah memberikan izin penelitian dan pengambilan data yang saya perlukan.
8. Orang tua dan keluarga saya yang senantiasa memberikan bantuan dukungan moral dan material yang tidak ternilai harganya.
9. Sahabat serta rekan-rekan seperjuangan yang telah banyak membantu dan memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT berkenan membalas setiap kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini dengan balasan yang terbaik. Saya juga berharap semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu di masa mendatang.

Pekalongan, 06 Oktober 2025



Septya Wulan Savitri

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
A. Landasan Teori.....	19
B. Telaah Pustaka	42
C. Kerangka Berpikir.....	57

D. Hipotesis	60
BAB III METODE PENELITIAN	67
A. Jenis Penelitian.....	67
B. Pendekatan Penelitian	67
C. Setting Penelitian	67
D. Populasi dan Sampel	68
E. Variabel Penelitian.....	70
F. Sumber Data dan Instrumen Penelitian.....	74
G. Metode Analisis Data.....	75
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	83
A. Deskripsi Data.....	83
B. Analisis Data.....	88
C. Pembahasan.....	105
BAB V PENUTUP	120
A. Simpulan	120
B. Keterbatasan Penelitian.....	122
C. Implikasi Teoritis dan Praktis	123
D. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Berikut adalah pedoman transliterasi sesuai dengan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1997 dan No. 054b/U/1987:

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ز	Žal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ڙ	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şad	ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ť	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ż	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
ه	Ha	H	Ha

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـ	Fathah	A	A
ـ	Kasrah	I	I
ـ	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
يَ	fathahdanya	Ai	a dani
وَ	fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ - kataba
- فَعَلَ - fa'ala
- ذَكَرَ - žukira
- يَذْهَبُ - yažhabu
- سُيَّلَ - su'ila
- كَفَ - kaifa
- هَوْلَ - 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

... ؟ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... ؟	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

فَلَ - qāla

رَمَى - ramā

قَلَى - qila

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".

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

Contoh:

رُوضَةُ الْأَطْفَالُ - rauḍah al-afṭāl

الْمَدِينَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

الْمَقْوَرَةُ
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 sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- | | |
|----------|-----------|
| رَبَّنَا | - rabbanā |
| نَزَّلَ | - nazzala |
| الْبَرُّ | - al-birr |
| الْحَجَّ | - al-hajj |

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 ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ 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 kata sempang.

Contoh:

- | | |
|-------------|-------------|
| الرَّجُلُ | - ar-rajulu |
| الشَّمْسُ | - as-syamsu |
| الْقَلْمَنْ | - al-qalamu |
| الْجَلَالُ | - al-jalalu |

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:

تَلْخُذ	- ta'khuzu
النَّوْءُ	- an-nau
شَيْءٌ	- syai'un
إِنْ	- inna
أُمْرُتُ	- umirtu

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:

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	- Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqin/
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرِاًهَا وَ مُرْسَاهَا	Wa innallāha lahuwa khairurrāziqin
	- Bismillahi majrehä wa mursähä

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:

- **الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ** Alhamdu lillāhi rabbi al-'ālamin/
- **الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ** Alhamdu lillāhi rabbil 'alamin
- Ar-rahmānir rahim/Ar-rahmān ar-rahim

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

Contoh:

- **اللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ** Allaahu gafūrūn rahīm
- **لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا** Lillahi al-amru jami an/
- Lillāhil-amru jami'an

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 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem	3
Tabel 2.1 Telaah Pustaka.....	42
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	71
Tabel 3. 2 Skala Likert	75
Tabel 3. 3 Kriteria Koefisien	82
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	85
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan ..	86
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan...	87
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	88
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	92
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	93
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	94
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linearitas.....	95
Tabel 4. 11 Hasil Regresi Linier Berganda	96
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	99
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	103
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	105
Tabel 4. 15 Rekap Hasil Hipotesis	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	57
Gambar 4. 1 Grafik Normal P-Plot.....	91
Gambar 4. 2 Kurva Uji t Variabel X1	100
Gambar 4. 3 Kurva Uji t Variabel X2	100
Gambar 4. 4 Kurva Uji t Variabel X3	101
Gambar 4. 5 Kurva Uji t Variabel X4	102
Gambar 4. 6 Kurva Uji t Variabel X5	102
Gambar 4. 7 Kurva Uji F.....	104



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Tabulasi Data Ordinal	VII
Lampiran 3 Tabulasi Data Interval.....	XIII
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	XIX
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	XXII
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	XXIII
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	XXIII
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	XXIV
Lampiran 9 Hasil Uji Linearitas	XXIV
Lampiran 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda....	XXVI
Lampiran 11 Hasil Uji t.....	XXVII
Lampiran 12 Hasil Uji F.....	XXVII
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	XXVII
Lampiran 14 Tabel R	XXVIII
Lampiran 15 Tabel t	XXXII
Lampiran 16 Tabel F	XXXIII
Lampiran 17 Surat Izin Penelitian	XXXVI
Lampiran 18 Surat Keterangan Selesai Penelitian	XXXVII
Lampiran 19 Dokumentasi Penelitian	XXXVIII
Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup	XLI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Warungasem adalah salah satu kecamatan yang terletak di wilayah Kabupaten Batang, Jawa Tengah. Luas daerah Kabupaten Batang mencapai 78.864,16 Ha. Pada 2023, jumlah penduduk Kabupaten Batang tercatat sebanyak 828.883 jiwa, dan mencapai 853.800 jiwa pada tahun 2024, menunjukkan adanya peningkatan populasi sebesar 24.917 jiwa atau sekitar 3% dibandingkan tahun sebelumnya (M. Rudi Fanani & Zain, 2024). Kabupaten Batang memiliki keanekaragaman wilayah yang mencakup kawasan pesisir, dataran rendah, serta pegunungan, yang memberikan potensi besar di berbagai sektor seperti agroindustri, agrowisata, dan agrobisnis.

Struktur perekonomian Kabupaten Batang ditopang oleh industri pengolahan, pertanian, kehutanan dan perikanan, serta perdagangan besar dan eceran. Indikator keberhasilan pembangunan ekonomi suatu daerah dapat diukur dari tingginya pendapatan penduduk. Pencapaian pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti SDA, penanaman modal atau investasi, SDM, teknologi, efisiensi, dan pertumbuhan penduduk, yang biasanya diukur dengan peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (Liow et al., 2022). PDRB menggambarkan nilai tambah yang dihasilkan oleh unit usaha di suatu wilayah, mencerminkan total nilai barang dan jasa yang diproduksi di daerah tersebut (Tumaleno et al., 2022). PDRB per kapita yang tinggi menandakan besarnya potensi pendapatan suatu daerah, yang mencerminkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut.

Pada tahun 2023, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Batang menurut data Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) tercatat mencapai 27,89 triliun rupiah. Sektor yang memberikan kontribusi terbesar adalah industri pengolahan, dengan kontribusi sebesar 34,56%, diikuti oleh sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan (19,03%), serta perdagangan besar-eceran dan reparasi kendaraan bermotor (12,53%). Selain itu, PDRB atas dasar harga konstan (ADHK) mengalami kenaikan dari 16,70 triliun rupiah pada tahun 2022 menjadi 17,63 triliun rupiah pada 2023, dengan sektor akomodasi dan makan minum mencatatkan laju pertumbuhan tertinggi sebesar 14,31% (BPS Kabupaten Batang, 2024). Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa perekonomian Kabupaten Batang menunjukkan perkembangan yang positif (BPS Kabupaten Batang, 2024). Secara keseluruhan, indikator-indikator ini menunjukkan bahwa perekonomian Kabupaten Batang berada dalam jalur yang baik.

Seiring dengan laju pertumbuhan ekonomi, peran lembaga keuangan, khususnya lembaga keuangan syariah (LKS) sangat penting. Lembaga keuangan syariah adalah suatu perusahaan yang menjelaskan bahwa sistemnya berdasarkan prinsip syariah (Afriyanti & Arwani, 2022). Dalam proses ini, LKS bertindak sebagai penghubung antara pihak yang memiliki surplus modal dengan mereka yang membutuhkan dana (*deficit unit*) (Marni, 2022). Salah satu contoh lembaga keuangan syariah adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tamwil (KSPPS BMT), yang beroperasi dengan prinsip syariah. Baitul Maal wa Tamwil merupakan lembaga keuangan mikro (LKM) non-bank yang operasionalnya berlandaskan pada asas syariah yang

didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat, sehingga memiliki sifat yang lebih informal (Melina, 2020).

Lembaga keuangan mikro berbasis syariah, seperti KSPPS BMT An-Najah, telah mendapat perhatian luas dari masyarakat. Alasan BMT An Najah dipilih sebagai tempat penelitian adalah karena lembaga ini memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui layanan keuangan berbasis syariah. BMT An Najah menyediakan akses keuangan yang terjangkau bagi masyarakat yang tidak dapat dijangkau oleh bank konvensional, serta berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi anggotanya. Penelitian ini relevan dengan topik ekonomi syariah dan inklusi keuangan, serta memberikan peluang untuk menganalisis inovasi produk, tantangan operasional, dan dampaknya terhadap ekonomi lokal. Selain itu, keterbukaan data dan pengalaman panjang BMT An Najah akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami peran lembaga keuangan mikro dalam perekonomian masyarakat.

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem

Tahun	Jumlah Anggota yang Menabung
2017	194
2018	1270
2019	2014
2020	2689
2021	3403
2022	3686
2023	2194
2024	2316

Sumber: KSPPS BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem

Berdasarkan data perkembangan jumlah anggota tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem dari tahun 2017 hingga tahun 2024, terdapat fluktuasi yang signifikan dalam jumlah anggota yang menabung. Pada tahun 2017, jumlah anggota tercatat hanya sebanyak 194 orang. Pada tahun berikutnya, jumlah tersebut meningkat hingga 84%, mencapai 1.270 anggota. Lalu, pada 2019, terjadi lonjakan sebesar 36,9%, sehingga total anggota menjadi 2.014 orang. Pada 2020, jumlah anggota kembali meningkat sebanyak 25%, mencapai 2.689 orang. Pada tahun 2021, jumlah anggota meningkat lagi sebesar 20,9%, dengan total mencapai 3.403 orang. Pada 2022, jumlah anggota terus menunjukkan kenaikan, yaitu sebesar 7,6%, yang menjadikan total anggota mencapai 3.686 orang. Namun, pada 2023, jumlah anggota mengalami penurunan drastis sebesar 68%, sehingga total anggota turun menjadi 2.194. Pada 2024, jumlah anggota kembali meningkat dengan tambahan 5,2%, mencapai 2.316 anggota.

Secara keseluruhan, fenomena ini menggambarkan perjalanan yang dinamis dan tidak linier dalam jumlah anggota tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem. Peningkatan yang tajam di awal menunjukkan potensi besar dari lembaga dalam menarik minat masyarakat, tetapi penurunan yang tajam pada 2023 juga menandakan adanya tantangan besar yang perlu dihadapi. Hal ini bisa disebabkan oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi, termasuk perubahan kebutuhan masyarakat, ketidakstabilan ekonomi, atau kurangnya respons terhadap perubahan tren. Penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi dengan lebih jelas faktor-faktor yang berkontribusi pada fluktuasi ini, seperti analisis mendalam terhadap promosi yang dilakukan, kepercayaan

masyarakat terhadap lembaga, tingkat literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah serta religiositas masyarakat.

Ketika memutuskan untuk menggunakan suatu produk lembaga keuangan syariah, seorang nasabah atau anggota pada dasarnya melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Pada hakikatnya, pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang terstruktur dalam mengidentifikasi inti suatu permasalahan, mengumpulkan informasi dan data yang relevan, mengevaluasi alternatif-alternatif yang ada dengan cermat, serta memilih tindakan yang dianggap paling tepat berdasarkan pertimbangan yang matang. Proses pengambilan keputusan adalah rangkaian tahap pemilihan dari berbagai opsi yang dilakukan oleh pihak-pihak terkait dalam organisasi, dengan tujuan mencapai keputusan yang tepat dan dapat mengatasi masalah yang dihadapi (Maylanie, 2022). Dalam setiap langkahnya, dibutuhkan tingkat keakuratan, ketelitian, dan rasionalitas yang tinggi dari para pemangku kepentingan yang terlibat agar keputusan yang dihasilkan efektif dan tepat sasaran.

Baik dari segi produk maupun dari skema yang dibuat untuk produk itu sendiri, banyak lembaga keuangan lain yang juga membuat produk syariah. Dari sini munculah produk-produk yang menggunakan istilah tabungan syariah. Berbagai macam tabungan syariah yang mempunyai skema dari berbagai akad yang telah dikaji. Minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling terkait. Menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat, KSPPS BMT An-Najah perlu memahami aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk tabungan. Terdapat lima aspek utama yang menjadi fokus utama penelitian, yaitu promosi,

kepercayaan, literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas.

Salah satu faktor yang penting adalah promosi. Promosi dapat berupa strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah (Hakim & Hamdan, 2023). Dalam hal produk tabungan, penerapan strategi pemasaran yang tepat sangat penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, serta mendorong minat mereka untuk menggunakan produk tersebut, baik produk yang baru diperkenalkan maupun produk lama yang telah dikembangkan. Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat esensial dalam mempengaruhi persepsi serta pengetahuan masyarakat tentang sebuah produk. Dalam konteks pemasaran produk keuangan syariah, promosi memainkan peranan kunci dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk tersebut (Vanni & Nadan, 2023).

Promosi dapat berupa berbagai strategi yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran. Dalam hal produk tabungan, strategi pemasaran yang efektif dapat melibatkan berbagai aktivitas seperti periklanan, promosi penjualan, serta hubungan masyarakat, serta pemasaran langsung. Dengan begitu, masyarakat dapat mengetahui dan memahami produk dengan lebih baik, serta memiliki minat untuk menggunakan produk tersebut. Pentingnya promosi dalam mempengaruhi persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, promosi dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk yang ada, sehingga mereka dapat memahami manfaat dan kegunaan produk tersebut. Kedua, promosi dapat membantu masyarakat membandingkan produk dengan produk lainnya, sehingga mereka dapat memutuskan dengan lebih bijak terkait

pemilihan produk sesuai yang mereka butuhkan. Ketiga, promosi dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan sehingga mereka lebih cenderung untuk menggunakan produk tersebut (Sofian, 2023).

Implikasi dari promosi terhadap penggunaan produk dapat dilihat dari beberapa aspek (R. Dewi et al., 2023). Pertama, promosi dapat meningkatkan jumlah pengguna produk, sehingga BMT dapat meningkatkan pendapatannya. Kedua, promosi dapat membantu BMT dalam meningkatkan *market sharenya*, sehingga mereka dapat menjadi lebih kompetitif dalam industri keuangan syariah. Ketiga, promosi dapat membantu BMT dalam meningkatkan loyalitas anggota, sehingga mereka dapat meningkatkan kepuasan anggota dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap produk keuangan syariah.

Penelitian dari Maulana dan Diem (2023), didukung oleh penelitian Fauzi dan Kartiko (2023) serta Hidayat (2020) mengungkapkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi memiliki peran penting dalam proses pembentukan keputusan seseorang. Namun, berbanding terbalik dengan hasil dari penelitian Nur Hamidah dan Nurhuda (2022) yang didukung oleh penelitian Fajar Fahrudin dan Yulianti (2020) yang mengungkapkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Jika gap ini berhasil diisi, kita akan lebih memahami apakah promosi benar-benar memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau layanan, terutama dalam konteks lembaga keuangan syariah atau BMT. Pengetahuan ini

dapat membantu lembaga merancang strategi promosi yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam layanan keuangan syariah. Jika promosi terbukti tidak berpengaruh signifikan, lembaga dapat lebih fokus pada aspek lain, seperti kualitas produk atau layanan yang ditawarkan.

Kepercayaan juga berperan penting dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam penggunaan produk keuangan syariah seperti tabungan (Hasibuan & Nawawi, 2024). Kepercayaan dapat diperoleh melalui pengalaman positif dengan produk keuangan syariah sebelumnya, serta integritas organisasi yang menawarkan produk tersebut. Dalam hal BMT An-Najah, integritas organisasi mempengaruhi Keputusan Menjadi Anggota produk tabungan dengan cara meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut. Masyarakat yang memiliki kepercayaan terhadap BMT An-Najah lebih cenderung memiliki minat untuk menggunakan produk tabungan, karena mereka percaya bahwa produk tersebut sesuai dengan nilai-nilai syariah dan aman untuk digunakan.

Integritas BMT An-Najah dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti transparansi operasional, kepatuhan syariah, dan keterbukaan informasi. Masyarakat yang memiliki kepercayaan terhadap BMT An-Najah lebih cenderung memiliki kepercayaan terhadap produk-produknya sehingga mereka lebih cenderung untuk menggunakan produk tersebut. Kepercayaan ini dapat meningkatkan penggunaan produk tabungan serta meningkatkan loyalitas anggota terhadap BMT An-Najah. Maka integritas BMT An-Najah mempengaruhi Keputusan Menjadi Anggota produk tabungan dengan cara meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut.

Salma et al. (2022) didukung oleh Edyansyah (2019) diperkuat oleh Amri et al. (2023) mengungkapkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Artinya, kepercayaan memengaruhi cara seseorang mengevaluasi informasi, membuat penilaian, dan memilih tindakan yang diambil. Sementara itu, penelitian Rorie et al. (2022) dan Sartika (2021) menunjukkan hasil yang berbeda, kepercayaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap pengambilan keputusan seseorang. Memahami sejauh mana kepercayaan memengaruhi keputusan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya membangun hubungan yang solid dengan konsumen. Jika kepercayaan terbukti berpengaruh, lembaga keuangan syariah dapat lebih fokus pada transparansi, integritas, dan komunikasi yang jujur dengan nasabah. Jika tidak berpengaruh, mungkin lembaga harus lebih mengutamakan inovasi produk atau harga yang kompetitif. Ini juga dapat mempengaruhi cara lembaga mengelola reputasi dan citra di mata masyarakat.

Selain faktor promosi dan kepercayaan, literasi keuangan syariah juga mengambil peran yang krusial dalam menentukan minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah. Literasi keuangan syariah berfungsi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk keuangan syariah dan cara-cara yang efektif dalam memanfaatkan produk tersebut (Ubaidillah & Hasanah, 2021). Masyarakat yang memiliki literasi keuangan syariah lebih cenderung tertarik untuk memanfaatkan produk-produk finansial yang berlandaskan syariah. Literasi keuangan syariah dapat dipahami sebagai kemampuan dan pengetahuan individu dalam mengenali konsep-konsep dasar keuangan syariah serta mengelola sumber daya yang ada untuk mencapai

tujuan finansial. Dalam ranah keuangan syariah, literasi ini sangat esensial karena memungkinkan individu untuk membuat keputusan finansial yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Literasi keuangan syariah meliputi pemahaman keuangan dasar hingga perlindungan sumber daya seperti asuransi syariah.

Pemahaman serta pengetahuan mengenai kaidah-kaidah dasar keuangan syariah memberikan kontribusi penting dalam pengambilan keputusan terkait produk-produk keuangan syariah, yang dapat dilihat dari beberapa perspektif. Pertama, literasi keuangan syariah memungkinkan seseorang untuk memahami kaidah-kaidah dasar pengelolaan finansial mereka (Rurkinantia, 2021). Kedua, literasi ini membantu individu dalam mengelola keuangan mereka dengan memanfaatkan layanan yang tersedia secara optimal (Setiawan, 2023). Ketiga, literasi keuangan syariah memperkenalkan individu pada hak dan kewajiban yang terkait dengan produk-produk keuangan syariah, yang memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih bijak serta berbasis informasi terkait pemilihan produk tersebut (Heriska, 2022).

Literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan, seperti yang diungkapkan dalam penelitian Falevy et al. (2022) yang didukung oleh penelitian dari Minando et al. (2023). Artinya pemahaman dan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan syariah akan mempengaruhi cara seseorang dalam pengambilan keputusan terkait keuangan. Namun, berbanding terbalik dengan hasil temuan dari penelitian Jaelani dan Mutaqin (2023) yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Jika gap ini dapat diatasi dan diketahui apakah

literasi keuangan syariah benar-benar berpengaruh, lembaga bisa lebih fokus dalam meningkatkan program edukasi dan pelatihan tentang keuangan syariah kepada masyarakat. Jika literasi keuangan syariah terbukti penting, lembaga keuangan dapat memfokuskan strategi pada peningkatan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah. Sebaliknya, jika tidak berpengaruh, lembaga bisa mempertimbangkan pendekatan yang lebih praktis dan berbasis pada kemudahan akses.

Aspek lain yang mempunyai pengaruh terkait Keputusan Menjadi Anggota Tabungan adalah kepatuhan syariah. Kepatuhan syariah dapat dilihat sebagai aspek psikologis yang mempengaruhi perilaku dan minat masyarakat (Marni, 2022). Masyarakat yang memiliki kepatuhan syariah lebih cenderung memiliki minat untuk menggunakan produk keuangan syariah yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Kepatuhan syariah dalam konteks penggunaan produk tabungan, sangat relevan karena mempengaruhi persepsi dan keputusan pengguna. Kepatuhan syariah dapat dilihat sebagai aspek psikologis yang mempengaruhi perilaku dan keputusan individu dalam menggunakan produk keuangan syariah (Alfarisi et al., 2024).

Penelitian Harris et al. (2023) menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan. Artinya, keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi dipengaruhi oleh keinginan untuk memastikan bahwa tindakan atau keputusan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Rizkiana (2023) yang menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh negatif signifikan terhadap pengambilan keputusan. Jika

kepatuhan syariah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, lembaga keuangan syariah dapat memfokuskan sumber daya untuk memastikan bahwa seluruh aspek operasional dan produk mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun, jika kepatuhan syariah tidak berpengaruh secara signifikan, lembaga bisa mengalihkan fokus pada aspek lain yang lebih mengarah pada kenyamanan atau manfaat langsung bagi nasabah, sambil tetap menjaga prinsip syariah sebagai bagian dari citra lembaga.

Religiositas sering kali dikaitkan dengan penghayatan dan pengamalan ajaran agama, baik dalam konteks individu maupun kelompok (Falikah, 2021). Keyakinan agama yang kuat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan lembaga keuangan syariah karena melalui hal tersebut mendorong individu untuk membantu sesama, membangun kesejahteraan masyarakat dan memenuhi kewajiban zakat dan sedekah. Nilai kepedulian sosial dan rasa tanggung jawab yang diajarkan agama memotivasi individu bergabung dengan BMT. Selain itu, religiositas juga memberikan kekuatan moral dan spiritual untuk membuat keputusan yang tepat serta mengurangi ketakutan akan risiko.

Penelitian Alfani dan Rifa (2022) serta didukung oleh penelitian Tyara et al. (2023) mengungkapkan bahwa religiositas berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Artinya, tingkat keimanan atau ketiaatan seseorang terhadap ajaran agamanya memengaruhi cara dia dalam membuat keputusan. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Fahrudin (2019) yang didukung oleh Susanti dan Triatmaja (2023) menyatakan bahwa religiositas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Jika religiositas terbukti

berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, lembaga keuangan syariah bisa memperkuat pendekatan berbasis nilai-nilai agama dalam produk dan pemasaran mereka, untuk menarik lebih banyak anggota yang religius. Sebaliknya, jika religiositas tidak berpengaruh, lembaga bisa mengubah pendekatan untuk lebih fokus pada fitur atau manfaat praktis yang lebih relevan bagi masyarakat umum, sambil tetap menjaga kepatuhan pada prinsip syariah.

Penelitian sebelumnya memiliki hasil yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel independen yaitu promosi, kepercayaan, literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas. Sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan menjadi anggota tabungan. Penelitian ini dilakukan pada anggota tabungan di KSPPS BMT An-Najah periode tahun 2024.

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dijelaskan, terdapat berbagai aspek yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota tabungan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya *research gap* yang masih perlu diatasi. Oleh karena itu, penulis meyakini bahwa penelitian lebih lanjut mengenai aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota tabungan sangat diperlukan. Keputusan untuk menjadi anggota tabungan masih menjadi topik yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Keputusan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Keputusan ini dianggap optimal apabila terdapat keseimbangan yang tepat antara manfaat yang diperoleh dan tanggung jawab yang harus dijalankan. Jika keputusan untuk menjadi anggota tabungan tidak selaras dengan prinsip-prinsip keadilan atau mengandung unsur-unsur yang merugikan, maka dapat menimbulkan

dampak negatif yang mengganggu keberlanjutan keuangan seseorang. Jadi, penulis akan mengangkat permasalahan di atas menjadi bahan penelitian untuk menganalisis perbandingan dengan penelitian sebelumnya.

Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan memilih judul **“Pengaruh Promosi, Kepercayaan (*Trust*), Literasi Keuangan Syariah, Kepatuhan Syariah dan Religiositas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota tabungan?
2. Apakah kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota tabungan?
3. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota tabungan?
4. Apakah kepatuhan syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota tabungan?
5. Apakah religiositas berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota tabungan?
6. Apakah promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota tabungan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi anggota tabungan.

2. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap keputusan menjadi anggota tabungan.
3. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan menjadi anggota tabungan.
4. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepatuhan syariah terhadap keputusan menjadi anggota tabungan.
5. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh religiositas terhadap keputusan menjadi anggota tabungan.
6. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas terhadap keputusan menjadi anggota tabungan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang ekonomi yang memberikan informasi mengenai pengaruh promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, dan kepatuhan syariah terhadap keputusan menjadi anggota tabungan pada KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk beberapa pihak, antara lain:

a) Bagi Pembaca

Memberikan pemahaman secara langsung mengenai permasalahan yang diteliti seperti pengaruh promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah, dan

religiositas terhadap keputusan menjadi anggota tabungan serta dapat menambah pengalaman sekaligus keterampilan dalam hal menulis.

b) Bagi Lembaga

Memberikan informasi terkait hal yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota tabungan pada KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem.

E. Sistematika Pembahasan

Berikut ini adalah penataan yang digunakan untuk menulis penelitian ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab satu diuraikan mengenai latar belakang, dimana suatu lembaga keuangan mikro syariah memenuhi kebutuhan anggotanya serta mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota tabungan. Perumusan dalam penelitian ini yaitu adakah pengaruh promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas terhadap keputusan menjadi anggota tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas terhadap keputusan menjadi anggota tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem, serta manfaat dari penelitian dari penelitian ini yaitu memberikan pemahaman secara langsung kepada pembaca dan juga membantu KSPPS BMT An-Najah dengan memberikan informasi terkait hal yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab dua mencakup landasan teori yang berisi beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini

antara lain *Theory of Reasoned Action*, pengambilan keputusan, promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah, dan religiositas, telah pustaka berisi pemaparan dalam riset sejenis sebelumnya yang sudah dilakukan dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, kerangka berpikir berisi mengenai gambaran penelitian pengaruh promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas terhadap keputusan menjadi anggota tabungan, serta hipotesis mengenai adanya pengaruh promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas terhadap keputusan menjadi anggota tabungan secara parsial maupun simultan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab tiga menguraikan mengenai jenis penelitian yaitu penelitian lapangan serta pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, variabel penelitian atau bagian atau bagian apa saja yang digunakan pada penelitian antara lain variabel dependen yaitu keputusan menjadi anggota serta variabel independen yaitu promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas, populasi berjumlah 2316 sehingga diperoleh sampel sejumlah 96 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis data menggunakan uji instrumen, analisis ststistik deskriptif, uji hipotesis, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab empat menguraikan tentang analisis data yang meliputi gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian dan penjelasan

data penelitian, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis meliputi uji parsial, uji simultan dan uji koefisien determinasi.

BAB V: PENUTUP

Bab lima merupakan bab akhir dari penelitian yang meliputi kesimpulan dari seluruh penelitian, saran yang diberikan, daftar pustaka dan lampiran.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem. Diketahui dari nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel, yaitu $0,908 < 1,98667$, dan signifikansi $0,366 > 0,05$. Artinya meskipun promosi dilakukan, pengaruhnya terhadap keputusan tidak cukup kuat secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa naik turunnya promosi tidak serta merta diikuti oleh naik turunnya keputusan menjadi anggota, karena terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut.
2. Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem. Diketahui dari nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel, yaitu $2,623 > 1,98667$, dan signifikansi $0,010 < 0,05$. Artinya memiliki hubungan searah atau dengan kata lain apabila variabel kepercayaan (*trust*) (X_2) sebagai variabel independen meningkat maka variabel keputusan menjadi anggota (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi juga akan meningkat. Sebaliknya, jika variabel kepercayaan (*trust*) turun maka variabel keputusan menjadi anggota (Y) juga akan mengalami penurunan.
3. Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem. Diketahui dari nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel, yaitu $8,177 > 1,98667$, dan signifikansi $<0,001 < 0,05$. Artinya memiliki hubungan searah atau dengan kata lain apabila variabel literasi keuangan syariah (X_3) sebagai variabel independen meningkat maka variabel keputusan menjadi anggota (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi juga akan meningkat. Sebaliknya, jika variabel literasi keuangan syariah (X_3) turun maka variabel keputusan menjadi anggota (Y) juga akan mengalami penurunan.

4. Kepatuhan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem. Diketahui dari nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel, yaitu $4,045 > 1,98667$, dan signifikansi $<0,001 < 0,05$. Artinya memiliki hubungan searah atau dengan kata lain apabila variabel kepatuhan syariah (X_4) sebagai variabel independen meningkat maka variabel keputusan menjadi anggota (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi juga akan meningkat. Sebaliknya, jika variabel kepatuhan syariah (X_4) turun maka variabel keputusan menjadi anggota (Y) juga akan mengalami penurunan.
5. Religiositas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem. Diketahui dari nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel, yaitu $0,534 < 1,98667$, dan signifikansi $0,595 > 0,05$. Artinya tingkat religiositas seseorang tidak secara nyata mempengaruhi keputusan mereka untuk bergabung dengan tabungan di KSPPS BMT An-Najah. Naik turunnya religiositas tidak serta merta diikuti oleh

perubahan pada keputusan menjadi anggota, karena terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut.

6. Promosi, Kepercayaan (*Trust*), Literasi Keuangan Syariah, Kepatuhan Syariah dan Religiositas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem. Diketahui dari nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, yaitu $33,278 > 2,32$. Artinya, kelima variabel tersebut secara bersama-sama memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi menghasilkan nilai 62,9% yang artinya variabel promosi, kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah dan religiositas mampu mempengaruhi keputusan menjadi anggota tabungan sebesar 62,9%. Sedangkan 37,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Penelitian yang hanya menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya memiliki beberapa kelemahan, di antaranya responden tidak dapat memberikan jawaban lain yang tidak dinyatakan dalam kuesioner. Selain itu, responden juga dapat memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Meskipun demikian, peneliti telah berupaya agar kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat

menghasilkan data yang akurat. Di antaranya dengan cara merancang agar setiap pernyataan dalam kuesioner dapat dipahami dengan baik oleh responden. Selain itu, daftar pernyataan dalam kuesioner juga disusun berdasarkan indikator setiap variabel penelitian secara lengkap. Upaya tersebut menunjukkan hasil yang memuaskan. Hal ini didukung oleh uji validitas dan reliabilitas instrumen yang menunjukkan hasil valid dan reliabel.

2. Penelitian ini belum mampu menggunakan data yang diperoleh dari sampel jenuh (keseluruhan populasi) untuk mengukur keputusan menjadi anggota tabungan di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem dikarenakan berbagai keterbatasan yang peneliti miliki. Meskipun demikian, peneliti telah berupaya untuk memperoleh data serepresentatif mungkin dengan cara menggunakan nilai margin of error sebesar 10% dalam perhitungan rumus slovin yang mungkin menyebabkan tingkat ketelitian dan representativitas hasil penelitian berkurang. Namun, peneliti juga menggunakan teknik simple random sampling agar setiap individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, sehingga mengurangi kemungkinan bias dan menghasilkan sample yang representative dari keseluruhan populasi.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memiliki implikasi teoretis sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berhasil menguji hipotesis yang dirumuskan dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen keuangan syariah, khususnya pada bidang perilaku konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, terbukti bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan. Sebaliknya, variabel kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah, dan kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Sedangkan religiositas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan di KSPPS BMT An Najah KC Warungasem.

- b. Penelitian ini memperkuat kerangka teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif. Kepercayaan, literasi keuangan syariah, dan kepatuhan syariah terbukti mampu membentuk sikap positif calon anggota, sehingga mendorong keputusan mereka untuk menjadi anggota tabungan. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa religiositas dan promosi tidak selalu berperan signifikan dalam pengambilan keputusan, sehingga memperluas pemahaman bahwa faktor religiusitas individu belum tentu menjadi determinan utama perilaku finansial.
- c. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa, yaitu mengenai pengaruh faktor-faktor pemasaran, kepercayaan, literasi keuangan, serta nilai-nilai religius terhadap pengambilan keputusan dalam lembaga keuangan syariah, dengan memperhatikan kemungkinan adanya variabel moderasi atau mediasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antar variabel.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini memiliki implikasi praktis sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat bahwa promosi dan religiositas tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem. Adapun kepercayaan (*trust*), literasi keuangan syariah dan kepatuhan syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem.

D. Saran

Setelah melakukan penelitian dan mendapat hasil yang juga telah dijabarkan serta melihat keterbatasan penelitian yang ada, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

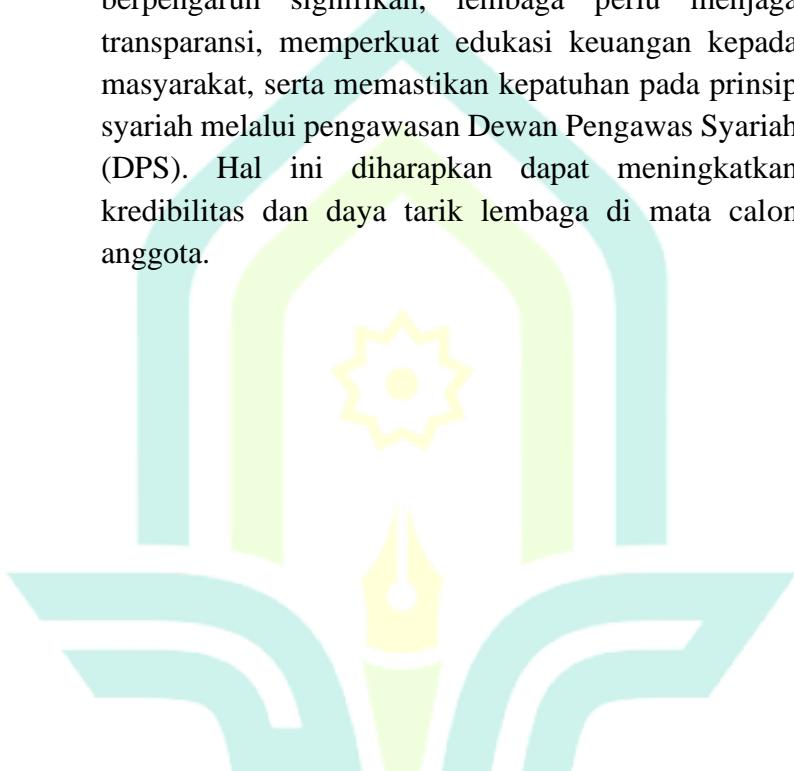
1. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pengetahuan dan referensi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi anggota lembaga keuangan syariah. Pembaca, khususnya masyarakat, dapat memahami bahwa kepercayaan, literasi keuangan syariah, serta kepatuhan syariah menjadi aspek penting yang patut diperhatikan ketika memutuskan untuk bergabung dengan lembaga keuangan syariah. Sementara itu, bagi kalangan akademisi, penelitian ini dapat dijadikan dasar maupun perbandingan dalam mengembangkan kajian serupa pada bidang manajemen, pemasaran syariah, atau perilaku konsumen.

2. Bagi Lembaga

Penelitian ini memberikan masukan praktis bagi lembaga dalam menyusun strategi yang lebih efektif

untuk meningkatkan jumlah anggota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang selama ini dilakukan belum efektif sehingga perlu adanya inovasi promosi, seperti pemanfaatan digital marketing, konten edukasi, maupun program testimoni dari anggota. Selain itu, karena kepercayaan, literasi keuangan syariah, dan kepatuhan syariah terbukti berpengaruh signifikan, lembaga perlu menjaga transparansi, memperkuat edukasi keuangan kepada masyarakat, serta memastikan kepatuhan pada prinsip syariah melalui pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas dan daya tarik lembaga di mata calon anggota.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2). <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>
- Adhitya, T. (2023). Analisis Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pada Gapoktan Mulya Jaya Unit LKMA Amanah Mandiri. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(2). <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i2.1016>
- Afriyanti, I., & Arwani, A. (2022). Determinan Kepercayaan, Lingkungan Sosial, Pendapatan Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Lembaga Keuangan Syariah. *JIEF: Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(2), 36–50. <https://doi.org/10.28918/jief.v2i2.6246>
- Agus Salim Harahap, & Saparuddin Siregar. (2020). Kepatuhan Syariah Aspek Bagi Hasil Perbankan Syariah. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS) 2020*, 573–578. <https://prosiding.seminar-id.com/index.php/sainteks/issue/view/4>
- Aini, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 83–106.

- <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.61>
- Alfani, M. H., & Rifa. (2022). Pengaruh Religiusitas Mahasiswa Universitas Islam Riau Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(X), 98–107.
- Alfarisi, M. S., Rafidah, R., & Budianto, A. (2024). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS Jambi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(2), 657–666. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i2.444>
- Alwi, S. (2014). Perkembangan Religiusitas Remaja. In *Kaukaba Dipantara*.
- Amalia, R., & Firmadhani, C. (2022). Teknik Pengambilan Keputusan. In *CV. Rtujuh Mediaprinting*. CV. Rtujuh Mediaprinting.
<https://doi.org/10.21831/efisiensi.v3i2.3796>
- Amri, S., Mukhdasir, Geta Ambartiasari, & Fitriliana. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Almahirah Lamdingin Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1660–1667.
<https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1429>
- An-Najah, B. (2022). *Profil - Sejarah*.
<https://bmtannajah.com/Profil/Sejarah>
- Aprilia, P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi di KSPPS SM NU Pekalongan. *Skripsi, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan*, 2, 306–312.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan

Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>

Badi'ah, L., Fiandi, M., & Pertiwi, C. (2022). Pengaruh Strategi Word of Mouth (WOM), Sharia Compliance, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Palembang. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi*, 1(2), 1–9.

Bani, A. N., Nurrohmah, N., & Solihin, B. (2024). Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pada Koperasi Syari'ah Masjid Besar Baitul Amanah Kecamatan Ganeas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Politik*, 2(2), 88–94.

BPS Kabupaten Batang. (2024). *Kabupaten Batang dalam Angka* (B. K. Batang (ed.)). BPS Kabupaten Batang.

Candrayani, L. (2021). Pengaruh Sharia Compliance, Religiusitas dan Customer's Trust terhadap Keputusan Menjadi Anggota pada BMT Syari'ah Sejahtera Kudus. *Skripsi IAIN Kudus*.

Choerunnisa, R. A., Dewi, R. R., Bariklana, M., & Widodo, E. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Produksi Jahe Di Indonesia Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(2), 231–242. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v5i2.15958>

Chrisna, H., Hernawaty, & Noviani. (2023). *Literasi Keuangan Syariah Untuk Perkembangan Ukm*. Eureka Media Aksara.

Dessy. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Lokasi dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

- Pada Rumah Sakit Bersalin Jeumpa di Pontianak. *Bisma*, 5(8), 1762–1773.
- Dewi, R., Yuliatti, Y., Maknun, M., Aphar, R. M., Allaamah, D., & Ashar, D. D. P. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3). <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.2931>
- Dewi, S. S. S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus Nasabah BMT An-Najah Wiradesa Pekalongan. *Skripsi, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan*, 71–78.
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 105. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An Examination of The Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 61(2). <https://doi.org/10.1177/002224299706100203>
- Edyansyah, T. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Produk Im3 Dikalangan Masyarakat Kota Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 1–12. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v20i1.386>
- Ellen Mahendra Agatha, D. C. (2023). Program Pendayagunaan Masyarakat Pada Kegiatan Lmi Innovation Weeks 2023. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 234–237. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index

- Erida, M. (2021). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Motivasi Pengidap HIV/AIDS. *Jurnal Ilmiah Bina Edukasi*, 1(1), 18.
- Fahrudin, M. (2019). Hubungan Religiusitas Dengan Pengambilan Keputusan Orang Tua untuk Memilih Sekolah Dengan Sistem Kuttab di Pendidikan Iman dan Qur'an Baitul Izzah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(2), 265–273. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i2.4782>
- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (2020). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.478>
- Falevy, M. I., Suryani, & Prima Dwi Priyatno. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Persepsi Mahasiswa Jabodetabek Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v3i1.345>
- Falikah, T. Y. (2021). Comparative Study of The Concept of Religiusity in The Western and Islamic Perspective. *Al-Misbah (Jurnal Islamic Studies)*, 9(2), 128–139. <https://doi.org/10.26555/almisbah.v9i2.5223>
- Fauzi, I., & Kartiko, A. (2023). Pengaruh Promosi an Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Madrasah. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 242–251. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i2.435>
- Gulo, W. (2002). *METODOLOGI PENELITIAN*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Hakim, L., & Hamdan, A. (2023). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Anggota untuk Memilih Produk KSPPS Al-Hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo. *Jurnal ISECO*, 2(1), 37–48.
- Handayani, S., Aziz, A., & Pratama, N. (2022). Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah Dengan Tingkat Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Al-Iqtishad*, 18(2), 1. <https://doi.org/10.24014/jiq.v18i2.18398>
- Harris, A., Komariah, R., & Sari, N. (2023). Pengaruh Kepatuhan Syariah Dan Transparansi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Bmt Assyafi’Iyah Berkah Nasional Lampung Tengah). *Jseht*, 1(2), 33–38.
- Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–12. <https://media.neliti.com/media/publications/137619-ID-pengaruh-kualitas-produk-harga-dan-lokas.pdf>
- Hasibuan, M., & Nawawi, Z. M. (2024). Peran Etika Bisnis dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 50–68. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2426>
- HERISKA, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Pelayanan Syariah Terhadap Preferensi Tabungan Bsi. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 345–359.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

- rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Ihsan, A., & Shadriyah. (2022). Peran Dan Tanggung Jawab Dewan Pengawas Syariah Pada Lembaga Perbankan Syariah Di Indonesia. *IEB JOURNAL Islamic Economics and Business Journal*, 4(1), 1–16.
- Indriani, B. D. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Anggota Untuk Menabung di BMT Al-Hidayah Ummat Sejahtera Kotaraja Lombok Timur. *Skripsi UIN Mataram*, 2(4), 1147–1152.
- Irawan, D., & Sudewi, S. (2021). Pengaruh Syariah Compliance Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Jurnal Signaling*, 10(2), 72–82. <https://doi.org/10.56327/signaling.v10i2.1125>
- Jaelani, I., & Mutaqin, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan Produk Lembaga Keuangan Syariah. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 03(01), 24–35.
- Karimah, N. (2025). Pengaruh Strategi Promosi, Religiositas, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah (Studi Kasus KSPPS Koperasi Pemuda Buana KC Bojong). *Skripsi, UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan*.
- Kespandiar, T., Fajariah, F., Wakhidah, esti nur, Herawati, H., & Jodi, i wayan gede antok setiawan. (2025). The Influence Of Promotion And Shariah Governance On Service Purchasing Decisions. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(1), 190–203. <http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Khomsah, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung

- Tabungan Simpanan Serbaguna di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan. *Skripsi UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan*, 2, 306–312.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. pandiva buku.
- Lestari, I. A., & Awali, H. (2023). Pengaruh Sharia Compliance, Religiositas, Kepercayaan (trust) dan Corporate Image Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(2), 164–174. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i2.1215>
- Liow, maria omega, Naukoko, A., & Wensy, R. (2022). Pengaruh Jumlah Penduduk dan Investasi Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(2), 140.
- M. Rudi Fanani, & Zain, M. Y. (2024). Estimasi Laju Pertumbuhan Penduduk menggunakan Metode Regresi Linier Berganda di Kabupaten Batang. *Nuansa Informatika*, 18(2), 160–166. <https://doi.org/10.25134/ilkom.v18i2.142>
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*.
- Mak'rifah, Irpan Nurhab, M., & Nurjanah, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan Trust Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 09(01), 232–246. <https://doi.org/10.37366/jesp.v9i01.1335>

- Marni. (2022). Optimalisasi Peran Intermediasi Bank Syariah terhadap Masyarakat Miskin. *Jurnal Al-Tsarwah*, 5(1), 1–16.
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Maulana Ibrahim, A., Ali, H., Rahmadani, M., Josephine Carollina, A., & Syafa Aunila, N. (2025). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Badan Jurnal PT OGZ Research and Publishing. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 6(3), 193–200. <https://doi.org/10.38035/jimt.v6i3.4553>
- Maulana, M. M., & Diem, C. Z. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung Barangan Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 254–267. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7803> DOI:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7803>
- Maylanie, J. T. (2022). Tahapan Pengambilan Keputusan (Kajian Teoritis dari James A. F. Stoner). *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 263–274.
- Melina, F. (2020). Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 269–280. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5878](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5878)
- Minando, H., Handayani, A., & Ekawati, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Pemilihan Produk

- Perbankan Syariah di Kalangan Mahasiswa. *Journal Of Syariah Economic And Halal Tourism*, 2(2), 31–38.
- Moonik, N., & Gilbert Pomantow, W. (2023). Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop. *Jurnal MABP*, 5(2), 77–91.
- Muliana, & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan PT. Pertani (PERSERO) Wilayah Sulawesi. *Jurnal Economix*, 10(2), 67–78.
- Nanda, T. S. F., Ayumiati, A., & Wahyu, R. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(2), 141. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8573>
- Natawibawa, I. W. Y. G. I. R. (2018). Theory of Reasoned Action sebagai Prediktor Whistleblowing Intention Pengelola. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 4(4), 310–319.
- Nur Hamidah, & Nurhuda. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Peserta Didik SMA Kelas XII IPS Di Kecamatan Bungaraya Kabupaten Siak dalam Memilih Universitas Islam Riau. *Peka*, 10(1), 1–11. [https://doi.org/10.25299/peka.2022.vol10\(1\).11066](https://doi.org/10.25299/peka.2022.vol10(1).11066)
- Nurasifa, A., Nurhasanah, E., & Sukmawati, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Islamic Banking*2, 2(2), 231–254.
- Nurlatifah, U. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota BMT Mardhatillah Berkah Purwakarta*. 9–25.
- Octasari, A., Julia, J., & Abubakar, K. (2023). Analisis

Penerapan Sharia Compliance Dalam Produk Pembiayaan Akad Murabahah. *AL HUKMU: Journal of Islamic Law and Economics*, 02(1), 7–19. <https://doi.org/10.54090/hukmu.134>

Pitria Febriana. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laziza Chicken Dan Pizza Di Jambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 744–749.

Prabowo, R. A., Hita, I. P. A. D., Lubis, F. M., Patimah, S., Eskawida, E., & Siska, S. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Hasil Belajar Dribbling Permainan Bola Basket. *Journal on Education*, 5(4), 12648–12658. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2253>

Priyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Экономика Региона*. zifatama publishing.

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. zifatama publishing.

Purwanti, N., & Hidayatul Akbar, Y. (2022). Kepatuhan Syari'ah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syari'ah Masjid Besar Baitul Amanah Kecamatan Ganeas. *Eco-Iqtishodi : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 105–116. <https://doi.org/10.32670/ecoijtishodi.v3i2.1053>

Purwanto, E., Bachtiar, D., Septiani, K. M., Ridhwan, N., Deviny, J., Dahlan, K. S. S., Susanto, D. A., & Marey, D. R. E. (2020). Technology Adoption A Conceptual Framework. In *Yayasan Pendidikan Philadelphia*. YAYASAN PENDIDIKAN PHILADELPHIA. http://link.springer.com/10.1007/978-3-030-50112-9_2

Putra, W., Winarno, & Sari, rianita puspa. (2022). Analisis Pengaruh Periklanan Mobie Terhadap Loyalitas

- Konsumen Kartu Prabayar XL Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(6). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6446981>
- R Torano, S., & Marwa Kharie, S. (2023). Analisis Perilaku Masyarakat Dalam Mengadopsi Layanan Perbankan Syariah: Pendekatan Theory Of Reasoned Action (Tra). *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 199–210. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v8i2.2276>
- Rahmawati, S. H. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus pada Simpanan Serbaguna di KSPPS SM NU Cabang Wiradesa). *Skripsi, UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan*.
- Reifco, H. F., Suryono, R. R., & Megawaty, D. A. (2023). ANALISIS KINERJA WEBSITE PELAYANAN PUBLIK MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0 (Studi Kasus : Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), 340–348. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/2985>
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606>
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.

Rizkiana, rosita dwi. (2023). *Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Wadiah pada PT. Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KK Ambokembang)*.

Rorie, A. G. S., Tumbel, A. L., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com In Noongan Village, Langowan Barat District. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum*, 6(1), 365–370.

Rurkinantia, A. (2021). Peranan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 6(2), 89–96. <https://doi.org/10.21580/jish.v6i2.9023>

Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>

Salma, F. A., Saryadi, S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 758–763. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36079>

Sari, P. P. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Ecommerce. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(3). <https://doi.org/10.31504/komunika.v6i3.1235>

- Sartika, D. (2021). The Effect of Trust and Ease on Online Purchase Decisions in Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 253–262. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Sasambe, G., Massie, J. D. D., & Rogi, M. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Freshmart Superstore Bahu Manado Terkait Penerapan Protokol Kesehatan Dalam Pencegahan Covid19 (Studi Pada Konsumen Freshmart Superstore Bahu Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 186–195. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.48358>
- Setiawan, S. (2023). Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), 240–251. <https://doi.org/10.35313/jaief.v3i2.4858>
- Sofian, muhammad farhan al ghifari. (2023). Kesadaran Merek, Promosi dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Flavorich Dillco Group. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Ekonomi*, 21(1), 855–864.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta*, CV (Cetakan ke, Issue April). Penerbit Alfabeta.
- Sungadi. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta. *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*, 11(1), 15–34. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol11.iss1.art3>
- Suprihati, Sumadi, & Tho'in, M. (2021). Pengaruh

Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>

Suryani Suryani, Sintaini Fi Sholiha, Muhammad Sendi, & Purnama Ramadani Silalahi. (2023). Pengaruh Ipm Dan Pdrb Terhadap Jumlah Penduduk Ekonomi Tingkat Rendah (Miskin) Di Sumatera Utara. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 01–12. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i1.921>

Susanti, L., & Triatmaja, M. F. (2023). Pengaruh Religiusitas Dan Green Consciousness Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Green Wash The Effect Of Religiosity And Green Consciousness On Purchase Decision Of Green Wash. *Jurnal Media Ekonomi*, 23(1), 1–11.

Tiffany, & Tjong, W. (2022). *Pengaruh Theory of Reasoned Action Terhadap Minat Investor dalam Socially Responsible Investment (SRI) di Indonesia*. 5.

Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran. In *Makalah Ilmiah Ekonomika*.

Tumaleno, A. F., Riazis, K. R., & Rosnawintang. (2022). Pengaruh Jumlah Penduduk Terhadap Produk Domestik Regional Bruto di Sulawesi Tenggara. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 189–195. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v2i3.135>

Tyara, R., Mirza, M., Rachmatan, R., & Aprilia, E. D. (2023). Religiusitas dan Pengambilan Keputusan Menikah Pada Mahasiswi. *Seurune : Jurnal Psikologi Unsyiah*, 6(2), 237–249. <https://doi.org/10.24815/s-jpu.v6i2.28709>

Ubaidillah, U., & Hasanah, M. N. (2021). Analisis Tingkat

- Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Sangkanayu Mrebet Kabupaten Purbalingga. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 188. <https://doi.org/10.29103/njiab.v4i2.5160>
- Umam, R. N. (2021). Aspek Religiusitas dalam Pengembangan Resiliensi diri di Masa Pandemi Covid-19. *SANGKéP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 4(2), 148–164. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v4i2.3558>
- Utami, M. G., Dermawan, M., & Yusuf, A. (2023). Analisis Minat Penggunaan Dompet Digital LinkAja Menggunakan Theory of Reasoned Action. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 13(1), 73. <https://doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1058>
- Vanni, K. M., & Nadan, V. S. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 237–248. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.197>
- Waluyani, E. (2010). Studi Tentang Kepercayaan, Hubungan Jangka Panjang, dan Kinerja Outlet (Studi Kasus Outlet Perusahaan Rokok Barito di Jepara). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 166–192.
- Wardhana, A. (2024). Perilaku Konsumen di Era Digital. In *Eureka Media Aksara* (Issue Januari).
- Wijayanti, R. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Program Studi Akuntansi STIE Widya Gama Lumajang*.
- Wulpiah. (2017). Urgensi Penerapan Kepatuhan Syariah Pada Perbankan Syariah. *Asy-Syariyyah : Jurnal Ilmu Syariah Dan Perbankan Islam*, 2(1), 1–23.

Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Septya Wulan Savitri
2. TTL : Pekalongan, 24 September 2003
3. Alamat : Dk. Welahan, Ds. Karangdadap, Kec. Karangdadap, Kab. Pekalongan
5. Nomor *Hp* : 088215090293
6. Email : septyawulansavitri@mhs.uingu sdur.ac.id
7. Nama Ayah : Noor Rochim
8. Pekerjaan Ayah : Buruh
9. Nama Ibu : Rukamah
10. Pekerjaan Ibu : Buruh

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MI Salafiyah Karangdadap (2009–2015)
2. SMP : SMP NU Karangdadap (2015–2018)
3. SMA : SMK Negeri 1 Karangdadap (2018–2021)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

D. PRESTASI AKADEMIK/SENI/OLAHRAGA