

**PENGARUH SHARIA *COMPLIANCE*, RELIGIOSITAS,
KEPERCAYAAN (*TRUST*), DAN *CORPORATE IMAGE*,
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA
DI KSPPS BMT AL-FATAA ULUJAMI**

SKRIPSI

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



Oleh :

INDAH AYU LESTARI
NIM : 4219073

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

2023

**PENGARUH SHARIA *COMPLIANCE*, RELIGIOSITAS,
KEPERCAYAAN (*TRUST*), DAN *CORPORATE IMAGE*,
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA
DI KSPPS BMT AL-FATAA ULUJAMI**

SKRIPSI

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



Oleh :

INDAH AYU LESTARI
NIM : 4219073

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAM WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Ayu Lestari
NIM : 4219073
Judul Skripsi : **Pengaruh *Sharia Compliance, Religiositas, Kepercayaan (trust)*, dan *Corporate Image* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.**

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

Pekalongan, 20 Maret 2023

Yang Menyatakan,



Indah Ayu Lestari

NOTA PEMBIMBING

Husni Awali M.M

Stain Residence Wangandowo, Bojong, Kab. Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Indah Ayu Lestari

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Indah Ayu Lestari**

NIM : **4219073**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Sharia Compliance*, Religiositas, Kepercayaan (*trust*), dan *Corporate Image* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.**

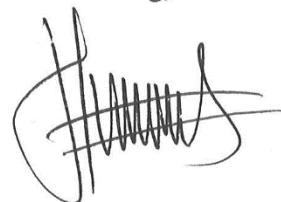
Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 16 Maret 2023
Pembimbing,



Husni Awali M.M

NIP. 198909292019031016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingsdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : Indah Ayu Lestari

NIM : 4219073

Judul Skripsi : Pengaruh *Sharia Compliance*, Religiositas, Kepercayaan (*trust*), dan *Corporate Image* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSSPS BMT AL-FATAA Ulujami.

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 8 Mei 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Pengaji

Pengaji I

Pengaji II

Dr. Kuat Ismanto, M.Ag.
NIP.197912052009121001

Muhammad Sultan Mubarok, M.E.
NIP.199108282019031006

Pekalongan, 30 Mei 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Shinta Dewi Risnawati, S.H. M.H.
NIP.197502201999320

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah seselasi (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain) ”.

(Q.S Al-Insyirah: 6-7)

PERSEMBAHAN

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

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mulyono dan Ibu Usriyah yang selalu mendidik, memberikan do'a, dukungan, semangat, cinta dan kasih sayang yang tulus yang tidak pernah terhenti untuk keberhasilan putrinya.
2. Diriku sendiri yang telah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini.
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing Bapak Husni Awali M.M. yang selalu sabar dan baik hati selama membimbing dalam memberikan masukan dan saran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Sahabat-sahabat saya yang telah membersamai sejak semester 1 (satu), Uye Sarmila, Sarmita dan sardila, ika, nisa, nia dan hanny yang selalu memberikan ruang untuk berbagi cerita keluh kesah selama perkuliahan.
6. Tunangan saya Wandori yang selalu memberikan semangat serta dukungan untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2019.
8. Serta untuk orang-orang yang selalu bertanya “kapan wisuda?”, pertanyaan kalian menjadikan saya semangat untuk cepat menyelesaikan skripsi ini

ABSTRAK

INDAH AYU LESTARI. Pengaruh *Sharia Compliance*, Religiositas, Kepercayaan (*trust*), dan *Corporate Image* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.

Beberapa waktu terakhir perkembangan lembaga keuangan syariah terus mengalami kenaikan. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah BMT yang terus meningkat dan mengalami pertumbuhan yang positif. Hal ini menandakan bahwa masyarakat sudah banyak yang memutuskan untuk menjadi anggota dan menggunakan produk-produk serta jasa lembaga keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *sharia compliance*, religiositas, kepercayaan (*trust*), dan *corporate image* terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. Jenis penelitian yang diambil dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi yang diambil yaitu anggota di KSPPS BMT AL-FATAA sejumlah 6,843 orang, dengan sampel sebanyak 100 responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu probability sampling dengan jenis simple random sampling. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan data yaitu kuisioner atau angket.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t bahwa variabel *sharia compliance* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,371 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,899 < t_{tabel} 1,986$. Variabel religiositas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,759 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,259 > t_{tabel} 1,986$. Variabel kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,235 > t_{tabel} 1,986$. Variabel *corporate image* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,160 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,415 < t_{tabel} 1,986$. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa variabel *sharia compliance*, religiositas, kepercayaan (*trust*) dan *corporate image* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA. Hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} 4,232 > F_{tabel} 2,47$. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2), diketahui bahwa R^2 sebesar 0,151. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh keempat variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat sebesar 15,1%.

Kata kunci : Sharia Compliance, Religiositas, Kepercayaan (*trust*), Corporate Image dan Keputusan Menjadi Anggota.

ABSTRACT

INDAH AYU LESTARI. The Influence of Sharia Compliance, Religiosity, Trust, and Corporate Image on the Decision to Become a Member at KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.

Recently, the devase. This can be seen from the increasing number of BMT which continues to increase and experiences positive growth. This indicates that many people have decided to become members and use the products and services of Islamic financial institutions. This study aims to empirically examine the effect of sharia compliance, religiosity, trust, and corporate image on the decision to become a member of KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. The type of research taken in this research is field research with a quantitative approach. In this study, the population taken was members of KSPPS BMT AL-FATAA totaling 6,843 people, with a sample of 100 respondents and the sampling technique used was probability sampling with simple random sampling. In this study, researchers used data collection techniques, namely questionnaires or questionnaires.

The results showed that based on the t test that the sharia compliance variable had a negative and not significant effect on the decision to become a member of KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. This can be seen from the significance value of $0.371 > 0.05$ and the tcount value of $0.899 < \text{ttable } 1.986$. The religiosity variable has a negative and insignificant effect on the decision to become a member of KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. This can be seen from the significance value of $0.759 > 0.05$ and the tcount $-0.259 > \text{ttable } 1.986$. The trust variable has a significant positive effect on the decision to become a member of KSPPS BMT AL-FATAA. This can be seen from the significant value of $0.002 < 0.05$ and the tcount value of $3.235 > \text{ttable } 1.986$. The corporate image variable has no effect on the decision to become a member of KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. This can be seen from the significance value of $0.160 > 0.05$ and the tcount value of $1.415 < \text{ttable } 1.986$. Based on the F test, it shows that the variables of sharia compliance, religiosity, trust and corporate image simultaneously influence the decision to become a member of KSPPS BMT AL-FATAA. This can be seen from the value of $F_{\text{count}} 4.232 > F_{\text{table}} 2.47$. Based on the test of the coefficient of determination (R^2), it is known that R^2 is 0.151. This shows that the effect of the four independent variables simultaneously on the dependent variable is 15.1%.

Keywords : Sharia Compliance, Religiosity, Trust, Corporate Image and Membership Decision.

KATA PENGANTAR

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E.M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak H. Muhammad Shulthoni, LC., M.A., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Husni Awali, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Bapak Dr. Zawawi, M.A selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Dr. Kuat Ismanto M.Ag selaku dosen penguji 1 dan Bapak Muhammad Sultan Mubarok, M.M selaku dosen penguji 2.

8. Seluruh Dosen Pengampu Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, semoga ilmu ini akan terus bermanfaat.
9. Kedua orang tua, saudara kandung serta keluarga besar atas do;a dan nasihatnya.
10. Semua teman-teman Perbankan Syariah yang telah menemani untuk menimba ilmu di kampus UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

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

Pekalongan, 20 Maret 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hendrik".

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xvi
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori	15
1. <i>Grand Theory</i>	15
2. Lembaga Keuangan Syariah	18
3. Pengambilan Keputusan	20
4. <i>Sharia Compliance</i>	21
5. Religiositas	24
6. Kepercayaan (<i>trust</i>)	25

7. <i>Corporate Image</i>	26
B. Telaah Pustaka	29
C. Kerangka Berpikir	33
D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	40
B. Setting Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi Penelitian.....	41
2. Sampel	41
3. Teknik Pengambilan Sampel	41
D. Variabel Penelitian.....	42
E. Definisi Operasional Variabel	44
F. Sumber Data	46
G. Teknik Pengumpulan Data	46
H. Metode Analisis Data	47
1. Uji Instrumen	47
a. Uji Validitas.....	47
b. Uji Reliabilitas	48
2. Uji Asumsi Klasik.....	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Multikolinieritas	49
c. Uji Heteroskedastisitas	49
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4. Uji Hipotesis	50
a. Uji t (Persial).....	50
b. Uji F (Simultan).....	50
c. Uji Koefisien Determinasi	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51

A. Profil KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.....	51
B. Deskripsi Data	54
C. Analisis Data.....	59
D. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	
1. Lampiran 1	I
2. Lampiran 2	II
3. Lampiran 3	III
4. Lampiran 4	VII
5. Lampiran 5	XVI
6. Lampiran 6	XXV
7. Lampiran 7	XXVI
8. Lampiran 8	XXVII

PEDOMAN TRANSLITERASI

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

1. Konsonan

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

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Sas	š	Es (dengan titik diatas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	„	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a	أي = ai	أ = ā
إ = i	أو = au	أي = ī
ع = u		أو = ū

3. Ta Marbutoh

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة

ditulis

mar'atun jamīlah

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة

ditulis

fātimah

4. Syaddad (Tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut :

Contoh:

ربنا

ditulis

Rabbana

البر

ditulis

al-birr

5. Kata Sandang Artikel

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

Contoh:

الشمس

Ditulis

asy-syamsu

الرجل

Ditulis

ar-rajulu

السيدة

Ditulis

as-sayyidah

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

Contoh:

القمر

Ditulis

al-qamar

البديع

Ditulis

al-badi'

اجلال

Ditulis

al-jalāl

6. Huruf Hamzah

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

Contoh:

امرث

Ditulis

Umirtu

شيء

Ditulis

Syai 'un

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota KSPPS BMT AL-FATAA.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	44
Tabel 3.2 Skala Likert Pada Pernyataan Tertutup	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Anggota.....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Sharia Compliance</i>	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Religiositas	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (<i>trust</i>)	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Corporate Image</i>	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Persial).....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simutan)	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	16
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	I
Lampiran 2 Kuisioner Penelitian	II
Lampiran 3 Angket Kuisioner.....	III
Lampiran 4 Hasil Penelitian.....	VII
Lampiran 5 Data Mentah Hasil Penelitian.....	XVI
Lampiran 6 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	XXV
Lampiran 7 Dokumentasi.....	XXVI
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	XXVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya lembaga industri keuangan yang terus meningkat tidak terlepas dari beberapa industri yang lain, hal ini disebabkan karena perkembangan zaman dan bertambahnya kebutuhan semakin meluas. Salah satu fungsi lembaga keuangan adalah mendistribusikan dan menghimpun dana kepada publik secara efisien dan efektif. Bertambahnya kantor baru lembaga keuangan syariah di sekitar kita seperti, Bank Syari'ah, BMT, hingga BPRS yang terus mengalami kemajuan menjadi salah satu bentuk perkembangan pada lembaga keuangan syariah (Abdul Haris Rohmdhoni dan Dita Ratnasari, 2018).

Perkembangan jasa lembaga keuangan syariah yang dilihat dari persaingan dalam pemberian layanan yang sangatlah ketat, serta menjadi perhatian masyarakat, adanya lembaga keuangan dengan berlandaskan prinsip syariah adalah bukti ekonomi syariah mengalami perkembangan. Terdapat sebagian kategori yang termasuk dalam lembaga keuangan syariah antara lain adalah BMT. BMT mengelola usahanya dalam sektor keuangan seperti pembiayaan serta simpan pinjam (Andespa, 2018).

Kelompok lembaga keuangan syariah diantaranya yaitu Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992, UJKS dari KJKS, KSU, dan KSPPS merupakan salah satu organisasi hukum yang membentuk Baitul Maal Wa Tamwil. Sesuai UU No. 1 Tahun 2013,

BMT harus mematuhi aturan koperasi yang berkaitan dengan lembaga keuangan mikro (Ridwan, 2014).

Terdapat beberapa lembaga yang termasuk ke dalam lembaga keuangan mikro salah satunya yaitu koperasi. Koperasi terdiri dari koperasi syariah serta umum yang mempunyai perbedaan dalam sistem pelaksanaan serta produknya, koperasi syariah serta BMT pelaksanaan dan anggaran sesuai pada prinsip syariah salah satunya adalah larangan mengenai riba (Hasyim, 2018). Sebagaimana dijelaskan dalam QS Al- Baqarah ayat 275-276: (Al-quran, n.d.).

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الْرِّبَوًا لَا يَقُولُونَ إِلَّا كَمَا يَقُولُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الْرِّبَوِ وَأَحَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَمَ الْرِّبَوَ فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَأَنْتَهَى إِلَيْهِ مَا سَلَفَ وَأَمْرَهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَلِدُونَ يَمْحَقُ اللَّهُ الْرِّبَوَا وَيُرَبِّي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ
كُلَّ كَفَّارٍ أَنِيمٍ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa yang mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka mereka kekal didalamnya (275) Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah, Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan bergelimang dosa (276) (Al- Baqarah: 275-276).

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa orang yang mengkonsumsi atau bertransaksi dengan riba, mengambil atau memperoleh kelebihan modal dari orang yang membutuhkannya. Kehidupan mereka dalam ketakutan, jiwanya gelisah dan selalu bingung serta bimbang karena akal serta hatinya selalu tertuju pada materi dan tambahannya. Mereka

bangkit dari kubur dengan kondisi goyah, tanpa mengetahui arah tujuan mereka akan kemana, dan akan menghadapi azab di akhirat, karena mereka mengklaim jual beli itu sama dengan riba, dan sama-sama menghasilkan keuntungan.

Beberapa masyarakat Indonesia sudah mengenal serta paham mengenai lembaga keuangan syariah, akan tetapi kurang mengetahui mengenai produk-produk apa saja yang ditawarkannya. Masyarakat yang kurang paham akan hal tersebut akan berpendapat bahwa lebih unggul produk yang dimiliki lembaga keuangan konvensional dari pada produknya lembaga keuangan syariah, dengan kurangnya pemahaman dan pengetahuan mengenai lembaga keuangan syariah sehingga sedikit ketertarikan publik untuk menggunakan jasa pada lembaga keuangan syariah (Prastiwi, 2018). Salah satu penyebabnya yaitu wawasan masyarakat yang masih kurang tentang ekonomi syariah. Beberapa masyarakat muslim belum paham akan pentingnya ekonomi syariah karena masih sedikit sosialisasi yang dilakukan lembaga keuangan syariah untuk memaparkan serta memperkenalkan produk serta pemberian layanan kepada nasabah (Abdul Haris Rohmdhoni dan Dita Ratnasari, 2018).

Pengambilan keputusan merupakan proses memilih beberapa opsi berdasarkan minat dengan mengidentifikasi opsi yang dianggap menguntungkan (Ida Nurlaeli, 2017). BMT harus mempertimbangkan hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan anggota agar dapat memilih BMT sebagai tempat menyimpan dana. Anggota akan mencari yang terbaik untuk

memenuhi kebutuhan mereka, yang semakin besar dan kompleks dari hari ke hari. Salah harapan anggota adalah produk yang digunakan dapat memenuhi kebutuhannya. Keputusan anggota membantu BMT untuk mengembangkan dan menjalankan kegiatannya secara berkelanjutan. Dengan keputusan anggota yang baik menunjukkan bahwa BMT memiliki posisi kompetitif yang lebih baik dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya (Lailatul Badi'ah dkk, 2022).

Salah satu tantangan yang harus dihadapi lembaga keuangan syariah adalah adanya argumen atau pendapat bahwa hanya lembaga keuangan biasa dengan ikatan syariah, atau lembaga keuangan syariah. Tantangan yang lain mengenai strategi dalam menonjolkan keunggulan karakteristik lembaga keuangan syariah yang membangun pasar sesuai dengan prinsip keadilan, *sharia compliance* merupakan dasar penting bagi lembaga keuangan syariah. Dalam hal ini, *sharia compliance* sebagai perbedaan utama antara lembaga keuangan syariah dan konvensional (Afridawati, 2017).

Dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan syariah suatu lembaga keuangan harus menerapkan *sharia compliance* atau kepatuhan syariah. *Sharia compliance* adalah implementasi dari semua prinsip syariah dalam lembaga dengan ciri, kredibilitas, dan integritas, pada lembaga keuangan syariah, Penerapan peraturan dan ketentuan lembaga keuangan syariah, khususnya pentingnya *sharia compliance* sebagai sarana untuk mematuhi Fatwa DSN (Adrian Sutedi, 2009). Transaksi dengan dasar

prinsip syariah diantaranya adalah produk yang ditawarkan oleh KSPPS BMT AL-FATAA tanpa riba yaitu menggunakan prinsip nisbah atau bagi hasil, transaksinya jelas atau tidak gharar, serta terhindar dari judi atau maisir, melaksanakan investasi secara halal dan atas dasar hukum Islam. Semakin baik kepatuhan syariah (*sharia compliance*) diterapkan oleh lembaga keuangan syariah, nasabah akan semakin stabil serta percaya bahwa transaksi yang akan dilakukan sudah sesuai pada prinsip syariah (Masni H, 2019).

Religiositas yakni keadaan pada diri seseorang yang mendorong untuk berpendapat, sikap serta tindakan sesuai dengan apa yang diajarkan dalam agamnya. Tindakan dan pandangan hidup seseorang akan terpengaruh jika perlakunya sejalan dengan prinsip-prinsip keimanannya. Semakin taat seseorang dengan hukum-hukum agamanya apabila religiositas manusia semakin menigkat, sehingga mampu menggerakkan keputusannya untuk memakai atau memilih menjadi anggota di KSPPS BMT (Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda, 2018).

Kepercayaan merupakan kunci dalam berbisnis. Transaksi bisnis dapat berlangsung jika kedua belah pihak saling percaya. Kepercayaan akan tercipta ketika KSPSS BMT Al-FATAA dapat menyajikan dan menjelaskan dengan baik produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah. Rasa percaya diri juga akan terbangun seiring dengan kegigihan KSPPS BMT Al-FATAA untuk terus memberikan yang terbaik bagi nasabah. Dengan memiliki kompetensi dan integritas yang baik serta mampu selalu jujur kepada

nasabah maka besar kemungkinan seseorang akan memutuskan untuk menjadi anggota di BMT serta selalu menjunjung tinggi amanah nasabah. Ketika seseorang dapat merasakan manfaat dari produk di BMT, maka ketertarikan terhadap produk di KSPPS BMT Al-FATAA tentu akan semakin besar.

Corporate image atau citra perusahaan adalah kesan, ide serta keyakinan konsumen pada suatu perusahaan setelah pembelian produk oleh konsumen terhadap perusahaan tersebut (Seftiani, 2017). BMT pada dasarnya adalah perusahaan keuangan yang menyediakan layanan syariah. sehingga diharapkan setiap BMT dapat memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada pelanggan baik produk maupun jasa untuk menciptakan kepuasan tersendiri. Dengan kata lain, BMT harus memiliki citra yang baik di mata (calon) anggota, nilai tambah ini nantinya akan membuat perbedaan antara satu lembaga keuangan syariah dengan lainnya (Surayani, 2008).

Setelah peneliti melakukan wawancara kepada bapak Mashudi S.H selaku general manager KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami, yang mengatakan bahwa KSPPS BMT AL-FATAA mendapatkan penghargaan dari Dinas Koperasi dan UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) kabupaten Pemalang sebagai BMT terbaik di Kabupaten Pemalang pada tahun 2021 dan 2022, serta terus mengalami perkembangan dari segi jumlah anggota pada setiap tahunnya. Berdasarkan pada data berikut:

Tabel 1.1 Perkembangan jumlah anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami 4 tahun terakhir.

Tahun	Jumlah Anggota
2018	6.183 Anggota
2019	6.376 Anggota
2020	6.555 Anggota
2021	6.692 Anggota
2022	6.843 Anggota

Sumber : Buku RAT (Rapat Tahunan Anggota).

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018 jumlah anggota sebanyak 6.183 dan tahun 2019 sejumlah 6,378 yang artinya mengalami kenaikan sebesar 3% pada tahun 2019. Kemudian tahun 2020 sejumlah 6.376 anggota mengalami kenaikan sebesar 2,8%, tidak hanya itu pada tahun 2020 juga mengalami kenaikan sebesar 2% dengan jumlah anggota sebanyak 6.555. Sedangkan pada tahun 2021 sebanyak 6.692 anggota serta tahun 2022 sebanyak 6.843 anggota artinya juga mengalami kenaikan jumlah anggota sebesar 2,2% pada tahun tersebut.

Hal tersebut menjadikan penulis tertarik melakukan penelitian di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. Hasil ini nantinya menjadi petunjuk bagi KSPPS BMT AL-FATAA untuk dapat merumuskan strategi pemasaran yang akan dilakukan di waktu mendatang.

Salah satu tolak ukur keberhasilan suatu BMT adalah bagaimana pelayanan yang diberikan BMT kepada anggota apakah sudah mbaik atau bahkan kebalikannya., sehingga nasabah dapat memutuskan untuk menjadi anggota dan bertransaksi di BMT. Akan tetapi, realitanya sekarang ada beberapa BMT yang masih lalai atau kurang dalam melayani calon anggotanya, akibatnya calon anggota akan berpikir ulang untuk memutuskan menjadi anggota dan melakukan transaksi di BMT tersebut (Andespa, 2018). Peneliti melakukan pengamatan serta dialog dengan beberapa anggota dari KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami, dapat disimpulkan bahwa *sharia compliance*, religiositas, kepercayaan (*trust*), dan *corporate image* ada beberapa yang belum sesuai, misalnya layanan yang diberikan KSPPS BMT AL-FATAA bahwa layanan tersebut pada umumnya sama dengan layanan bank biasa dengan penambahan peruntukan syariah. Maka akan berpengaruh pada anggota maupun calon anggota dalam melakukan transaksi di KSPPS BMT AL-FATAA.

Iin Emy Prastiwi pada penelitiannya membuktikan bahwa adanya pengaruh *sharia compliance* secara positif signifikan pada keputusan penggunaan jasa lembaga keuangan syariah (Prastiwi, 2018), sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zamroni bahwa syariah compliance berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Umum Syariah di Kudus (Zamroni, 2019). Berbeda dengan penelitian Alfi Ayu Tantriyan, yang membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh *sharia compliance* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah (Tantriyan, 2019),

serta penelitian yang dilakukan oleh Lia Candrayani 2021 yang menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh sharia compliance terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Sejahtera Kudus (Candrayani, 2021).

Penelitian Afrian Rachmawati dan Gusti Oka Widana membuktikan bahwa religiositas tidak adanya pengaruh signifikan pada keputusan menjadi nasabah bank syariah (Rachmawati, 2020), sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda dengan hasil religiositas berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah (Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda, 2018). Dalam Penelitian lain oleh Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman membuktikan bahwa adanya pengaruh religiositas secara positif signifikan pada keputusan nasabah (Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman, 2017) dan penelitian yang dilakukan oleh Afrian Rachmawati bahwa religiositas tidak berpengaruh pada keputusan menjadi nasabah bank syariah (Rachmawati, 2020).

Selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan Rika Yulianti, mendefinisikan bahwa Kepercayaan terdapat pengaruh secara positif signifikan pada keputusan menjadi nasabah bank syariah di Banjarmasin (Yulianti et al., 2016) hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harahap yang menunjukkan bahwa kepercayaan (trust) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung pada BMT Mashlahah Cabang Kebonagung Pausruan (Harahap, 2019). Berbeda dengan penelitian yang dilaksanakan Faishol Lutfi dan Arif Pujiyono membuktikan tidak adanya

pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap keputusan santri menabung di perbankan syariah (Pujiono, 2017).

Kemudian penelitian oleh Chandra Kartika dan Yusuf dkk, menyimpulkan bahwa adanya pengaruh *Corporate image* secara positif signifikan pada minat menabung nasabah pada bank syariah mandiri Surabaya (Kartika et al., 2020) serta penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh *corporate image* terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Nurul Khotimah, 2018). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Husny dan Arafah dengan hasil tidak adanya pengaruh *corporate image* terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Sumut Syariah (Husny &Arafah, 2020) dan penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Hunaing yang juga mendapatkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh *corporate image* terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan pada BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik (Hunaing, 2018).

Dengan keberagaman hasil yang telah didapatkan dari literatur penelitian tersebut diperlukan adanya penelitian ulang. Melalui penelitian ini, peneliti hendak menguji timbulnya pengaruh diantara variabel *sharia compliance*, religiositas, kepercayaan (*trust*) dan *corporate image* kepada variabel dependen, yakni keputusan menjadi anggota.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Sharia Compliance, Religiositas, Kepercayaan (*trust*) dan Corporate Image**

terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami Pemalang.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah *sharia compliance* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA?
2. Apakah religiositas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA?
3. Apakah kepercayaan (*trust*) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA?
4. Apakah *corporate image* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA?
5. Apakah *sharia compliance*, religiusitas, kepercayaan (*trust*), dan *corporate image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dijangkau pada pengkajian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *sharia compliance* secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA

2. Untuk mengetahui pengaruh religiositas secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (*trust*) secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA
4. Untuk mengetahui pengaruh *corporate image* secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *sharia compliance*, religiositas, kepercayaan (*trust*), dan *corporate image* terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Kajian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pemahaman dan informasi mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA lebih khusus di wilayah Ulujami.
 - b. Dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya dengan pembahasan yang sejenis dalam hal pengaruh *Sharia Compliance*, Religiositas, Kepercayaan (*trust*), dan *Corporate Image*, terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.
2. Secara akademis

Dapat memperluas serta meningkatkan pemahaman instruktur dan siswa yang tertarik pada studi pemasaran mengenai perilaku konsumen dalam masalah penelitian yang sedang dipertimbangkan.

3. Secara praktis

Memberi informasi serta menjadi acuan pihak lembaga mengenai karakteristik anggota untuk menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA, sehingga menjadi bahan pertimbangan lembaga dalam meningkatkan strategi pemasarannya.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : Bab satu memaparkan Latar Belakang Masalah, yakni uraian mengenai konteks permasalahan sesuai kondisi lapangan.

BAB II : Bab ini memaparkan, yaitu konsep-konsep yang diaplikasikan dalam penelitian ini. Teori diletakkan pada awal bagian setelah bab Pendahuluan agar diketahui teori yang hendak diujikan serta dikonfirmasi dalam penelitian kuantitatif ini.

BAB III : Bab ini membahas beberapa jenis metodologi penelitian, lingkungan penelitian, variabel

penelitian, populasi, sampel, dan sampling, serta teknik pengumpulan data penelitian, metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV : Bab ini memaparkan ulasan perolehan data, yakni penjabaran data setelah dikelola kemudian disajikan menggunakan narasi.

BAB V : Bab ini memuat kesimpulan dan saran penulis atas topik penelitian. Saran yang diberikan dapat dijadikan masukan bagi pihak atau subjek yang terlibat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan beberapa hal seperti berikut:

1. Variabel *sharia compliance* (X1) secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.
2. Variabel religiositas (X2) secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.
3. Variabel kepercayaan (*trust*) (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dan bersifat positif terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami
4. Variabel *corporate image* (X4) secara parsial berpengaruh negatif terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.
5. Variabel *sharia compliance*, religiositas, kepercayaan (*trust*) dan *corporate image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami.

B. Saran

1. Disarankan bagi peneliti lain untuk mengidentifikasi variable yang berada di luar variable penelitian ini jika ingin mengambil topik yang sama.
2. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebesar 100 responden, maka dari itu penelitian selanjutnya untuk memberikan sampel yang beragam lagi, dan untuk respondennya juga sebaiknya menggunakan responden yang berasal dari lembaga keuangan syariah yang berbeda.
3. Dari hasil kesimpulan menjelaskan bahwa variable kepercayaan (*trust*) berpengaruh signifikan pada keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT AL-FATAA sehingga pihak Lembaga harus mempertahankan atau mampu meningkatkan kualitas pelayanannya lagi. Karena dengan kepercayaan anggota meningkat maka anggota tidak akan beralih pada Lembaga keuangan syariah yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an (n.d.a) *Al-Baqarah* :275-276
- Abdul Haris Rohmdhoni dan Dita Ratnasari. (2018). No Title "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, 4, 136.
- Adrian Sutedi. (2009). *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Ghilia Indonesia.
- Afridawati, G. dan. (n.d.). *Sharia Compliance on Customers' Decision to Save in Sharia Bank Study on Customers at a Branch Office of Bank Sharia Mandiri in Batusangkar*. 192.
- Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid. (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Zikrul Hakim.
- Akhadiyah, S. K. (2020). *Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah dengan Pengetahuan Konsumen sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KC Surakarta)*. 138.
- Alifuddin & Razak, (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta : MAGNAscript Publishing.
- Andespa, R. (2018). No Title "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah,". *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3, 181.
- Arfain Nurrohman, Febri Rismaningsih. (2021). *Pengantar Statistik*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Cahyaningrum, R. D. (2016). *Pengaruh Kepatuhan Syariah, Promosi Dan Nilai Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BSI KCP Pekalongan Kajen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. July, 1–23.
- Candrayani, L. (2021). *PENGARUH SHARIA COMPLIANCE, RELIGIUSITAS, DAN CUSTOMERS TRUST TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA PADA BMT SYARI'AH SEJAHTERA KUDUS*.
- Dhani Vyrda Anggraita Putri. (2019). "Studi Empiris Theory of Planned Behavior Terhadap Intensi Mahasiswa Menjadi Akuntan." *Behavior Accounting Journal (BAJ)*, 2, 30.
- Dwi Setyowati. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Pengajuan Pembiayaan Ulang Nasabah. *Naskah Publikasi. UIN Syarif Hidayatullah*, 25.
- Faishol Luthfi dan Ariif Pujiyono (2017). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Preferensi Menabung Mahasiswa Santri di Perbankan Syari'ah (Studi Kasus: Pondok Pesantren Madinah Munawwara, Pondok Pesantren

- Luhur Wahid Hasyim, Pondok Pesantren Darul Falah). *Diponegoro Journal Of Economics*, 6, 9.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Handayani, A. (n.d.). *Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable*. 5-6.
- Harahap, J. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Padabmt Maslahah Cabang Kebon Agung Pasuruan*. 1–80. <http://etheses.uin-malang.ac.id/16608/>
- Hayatul Maemunah dan Mohammad Nufaiz Mauludin. (n.d.). (2021). *Analisis Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah*. *journal of Islamic Economic and Philanthropy (JIEP)* 04. 01. 1129.
- Hunaning Kharisma Prihandini, (2018). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Nurul Jannah Petkimia Gresik. *skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.
- Husny, R., & Arafah, S. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah. *Jurnal FEB*, 1(01), 103–112.
- Kartika, C., Yusuf, Hidayat, F., Efina, K., Fauzi, S. N., Sari, A. P., Firmansyah, E., & Wahyudi. (2020). *Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah*. 4(2), 53–82.
- Laitatul Badi'ah, Mufti Fiandi, dan Citra Pertwi (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
- Machali, Imam.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Peneltian Kuantitatif*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen PendidikanIslam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dn Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. Diakses dari <https://play.google.com/id.kubuku.ppdclilacap>
- Masni H. (2019). “Analisis Penerapan Sharia Compliance dalam Produk Bank Syariah.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3, 120.
- Masykur, S. Z. N. and R. (2017). Jurnal Manajemen Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17, 166.
- Miti Yarmunida. (2018). Dimensi Syariah Comliance Pada Operasional Bank Syariah. *AL-INTAJ*, 4, 143–151.

- Muhammad. (2018). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2018)
- Muhammad Ridwan. (2014). *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*. UII Press Yogyakarta.
- Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. (2018). “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah.” *Al-Amwal*, 10, 51.
- Novitasari, D., Studi, P., Syariah, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2017). *Pengaruh Corporate Image , User Image , Dan Product Image Terhadap Keputusan*.
- Nur Komalasari. (2020). Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank BNI Syariah Kota Cilegon. *Skripsi UIN SMH BANTEN*.
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Nurlatifah, U. (2018). *pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas dan lokasi terhadap keputusan menjadi anggota BMT Mardhatillah Berkah Purwakarta*.
- Nurul Khotimah, (2018). "Pengaruh Religiositas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah menabung dan loyalitas di Bank Syariah Mandiri." *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05. 38.
- Prastiwi, I. E. (2018). “Pengaruh Persepsi Anggota Terhadap Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer’s Trust yang Berdampak Pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4, 29.
- Priyatno Duwi, (2010). Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS. Yogyakarta, MediaKom.
- Putra, Gagah B, Setyo, S. K. & K. H. (n.d.). “Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26, 2015.
- Rachmawati, A. (2020). Pengaruh Religiusitas , Consumer Knowledge Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5, 6.
- Ridwan, M. (2014). *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*. UII Press Yogyakarta.
- Riska Septifani. (2014). “Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13,

- 205.
- Rocmat ALdy Purnomo. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Rokhman, Z. and. (n.d.). *Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus*.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Edisi 1). Deepublish.
- Seni dan Ratnadi, (2017). THEORY OF PLANNEDBEHAVIOR UNTUK MEMPREDIKSI NIAT BERINVESTASI. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6.
- Sadewi, D. I. dan. (2021). PENGARUH SYARIAH COMPLIANCE TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT). *Jurnal Signaling*, 10.
- Seftiani. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan dan Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC. Teluk Betung Bandar Lampung). *Naskah Publikasi. UIN Raden Intan Lampung*.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. H. .(2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. D. Nabila (e.d.)). Deepublish Publisher.
- Sudiro, P.I & Asandramitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 10.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alphabet.
- Tatik Surayani, (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*,. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tantriyan, A. A. (n.d.) (2019). *Pengaruh Strategi Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place, People, Proces, Physical Evidence) dan Sharia Compliance Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Skripsi. IAIN Salatiga
- V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto. (2012). *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Yulianti, R., Sangen, M., & Rifani, A. (2016). Pengaruh Nilai-nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4 (2), 130
- Zamroni (2016). Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusaan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kota Kudus. Masters Thesis. STAIN Kudus.