

**PENGARUH PERSEPSI ANGGOTA, MOTIVASI DAN  
KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG ANGGOTA DI LKMS  
(Studi Kasus Pada KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**GALUH RATNA SIWI**  
**NIM 4219018**

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

**PENGARUH PERSEPSI ANGGOTA, MOTIVASI DAN  
KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG ANGGOTA DI LKMS  
(Studi Kasus Pada KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**GALUH RATNA SIWI**  
**NIM 4219018**

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

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangandibawahini:

Nama : Galuh Ratna Siwi

NIM : 4219018

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Anggota, Motivasi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung Anggota di LKMS (Studi Kasus pada KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi”** adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 30 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Galuh Ratna Siwi

## NOTA PEMBIMBING

**Imahda Khoiri Furqon, M.Si.**  
**Dusun Jetis RT. 07 RW. 02, Ketitang Kidul, Bojong, Pekalongan**

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Galuh Ratna Siwi

Yth.

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

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini  
kami kirimkan naskah skripsi saudari:

Nama : **Galuh Ratna Siwi**

NIM : **4219018**

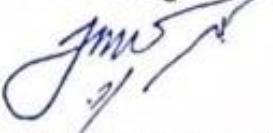
Judul : **Pengaruh Persepsi Anggota, Motivasi dan Kelompok Referensi  
terhadap Keputusan Menabung Anggota di KSPPS BMT (Studi  
Kasus pada KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi**

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 30 Januari 2023

Pembimbing,



**Imahda Khoiri Furqon, M.Si.**  
**NIP. 19831225 201903 1 004**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
[www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id) email: febi@uingusdur.ac.id

### **P E N G E S A H A N**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)  
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

**Nama : Galuh Ratna Siwi**  
**NIM : 4219018**  
**Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Anggota, Motivasi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung Anggota di LKMS (Studi Kasus pada KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi)**

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 13 Maret 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

**Dewan Penguji,**

Penguji I

Penguji II

Dr.AM.M.Khafidz Ma'shum, M. Ag

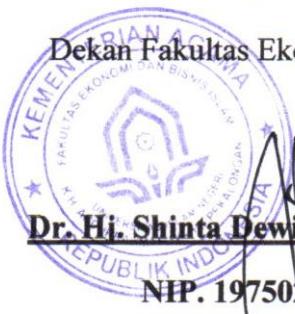
NIP. 197806162003121003

Muh. Izza, M.S.I.

NIP. 19790726201608D1006

Pekalongan, 16 Maret 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

NIP. 197502201999032001

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan  
kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik,  
maka ia akan memanfaatkanmu.”

(HR. Muslim)

“Mari terus berjalan, semuanya akan tersendat jika fase ini tidak terlewati”

*“The most important thing isn’t how fast you walk, but how you walk until  
the finish line. Don’t stop even if you walk slowly”*

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pembaca, terutama bagi dunia pendidikan.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan dan bantuan baik materiil maupun non materiil dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Dengan rasa syukur yang mendalam, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Sidik Kaharjo, S.Pd., dan Ibunda Pariti serta saudara tersayang Prince Rama Saputra, Very Lucky Agustianto dan Galih Julianto Prabowo. Terima kasih atas do'a dan dukungan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
2. Almamater penulis Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Imahda Khoiri Furqon, M.Si, selaku dosen pembimbing penulis yang telah mengarahkan, memberikan masukan, saran, dan motivasi yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.
4. Bapak Drs. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag., selaku dosen pembimbing

akademik penulis yang selalu memberikan nasihat dan motivasi yang sangat berarti selama masa perkuliahan. Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.

5. Direktur Utama KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi yaitu Bapak Harwanto, S.M. dan segenap jajarannya, khususnya Mbak Primis Setyovi yang dengan sabar selalu membantu dan mengarahkan penulis dalam penelitian. Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.
6. Teman dekat seperjuangan penulis yaitu Listiawati, Putri Melinda Sari, Nia Yuliana, Ayu Wulandari dan Risma Novia Dwi Astuti yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan sampai akhir penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat dekat penulis yaitu Diva Ananda Putri, Khomsatun Faizah, Nur Fatmawati, Laely Khoffifah, Atin Prihatini dan Naelur Rohmah yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman angkatan 2019 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Semoga Allah senantiasa memberikan yang terbaik untuk teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2019.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebut namanya satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala do'a baik kembali kepada kalian semua dan senantiasa Allah permudahkan segala urusannya.

## ABSTRAK

### **GALUH RATNA SIWI. Pengaruh Persepsi Anggota, Motivasi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung Anggota di LKMS (Studi Kasus pada KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi).**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh terjadinya peningkatan jumlah anggota yang menabung di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi dari tahun ke tahun, meskipun memiliki banyak pesaing yaitu lembaga keuangan lainnya. Hal ini berkaitan dengan perilaku calon anggota dalam memutuskan untuk menabung. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan menabung anggota demi kelangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat. Secara umum, calon anggota dalam memutuskan menabung tentu memilih lembaga keuangan yang memiliki persepsi baik di matanya. Motivasi juga turut menjadi alasan yang mendorongnya untuk menabung di lembaga tersebut. Selain itu, mereka juga mempertimbangkan informasi yang berasal dari kelompok referensi terkait produk dan layanan dari lembaga keuangan yang bersangkutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi.

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang memiliki rekening tabungan di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi pada tahun 2022 yang berjumlah 6.312 anggota. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 26.0. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji T dan uji F.

Hasil uji T menunjukkan bahwa persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika cabang Sragi dan hasil uji F menunjukkan bahwa persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi, dengan  $F$  hitung  $(22,085) > F$  tabel  $(2,70)$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Serta hasil uji koefisien determinasi sebesar  $0,395$ , hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut mampu menjelaskan variabel keputusan menabung sebesar  $0,395$  atau  $39,5\%$ , sedangkan sisanya yaitu  $60,5\%$  dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Persepsi Anggota, Motivasi, Kelompok Referensi, Keputusan Menabung Anggota

## ABSTRACT

### **GALUH RATNA SIWI. The Influence of Member Perceptions, Motivation and Reference Groups on Member Saving Decisions at LKMS (Case Study at KSPPS BMT Nusa Kartika Sragi Branch).**

The background of this research is the increase in the number of members who save at KSPPS BMT Nusa Kartika Sragi Branch from year to year, even though it has many competitors, namely other financial institutions. This relates to the behavior of prospective members in deciding to save. Therefore, it is important to understand the factors that influence members' savings decisions for the sake of business continuity in the midst of increasingly fierce competition. In general, when deciding to save, prospective members of course choose a financial institution that has a good perception in their eyes. Motivation is also the reason that drives him to save money at the institution. In addition, they also consider information from reference groups regarding the products and services of the financial institution concerned. The purpose of this study was to determine the effect of members' perceptions, motivation and reference groups on members' saving decisions at KSPPS BMT Nusa Kartika Sragi Branch.

This research belongs to the type of field research with a quantitative approach. The type of data used in this study is primary data, which is obtained from the results of distributing questionnaires. The population in this study are all members who have a saving account at the KSPPS BMT Nusa Kartika Sragi Branch in 2022, totaling 6,312 members. The sampling technique in this study used an accidental sampling technique, with a total sample of 98 respondents. The data obtained was then processed with the help of the SPSS 26.0 program. Data analysis in this study used validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, linearity test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, T test and F test.

The results of the T test show that member perceptions, motivation and reference groups each have a significant effect on members' saving decisions at KSPPS BMT Nusa Kartika Sragi branch and the results of the F test show that member perceptions, motivation and reference groups simultaneously influence members' saving decisions at KSPPS BMT Nusa Kartika Sragi Branch, with F count (22.085) > F table (2.70) and a significance level of 0.000 < 0.05. As well as the test results for the coefficient of determination of 0.395, this indicates that the three independent variables are able to explain the saving decision variable of 0.395 or 39.5%, while the remaining 60.5% is explained by other factors outside of this study.

**Keywords:** Member Perceptions, Motivation, Reference Groups, Member Saving Decisions

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan semangat dan motivasi dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shulton, M.A., M.S.I., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drahat Stiawan, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

6. Bapak Imahda Khoiri Furqon, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Drs. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) penulis.
8. Pihak KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi yang telah memberikan izin penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data keperluan penelitian.
9. Orang tua dan keluarga besar penulis yang tiada hentinya memberikan semangat, kasih sayang dan do'a di setiap langkah penulis.
10. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan penulis Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2019.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

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

Pekalongan, 30 Januari 2023

Penulis

Galuh Ratna Siwi  
NIM. 4219018

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
1. Pengertian, Tujuan dan Fungsi Keputusan Konsumen .....	14
2. Teori Pemasaran Bisnis .....	16
3. Persepsi dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian .....	18
4. Kelompok Referensi dan Keputusan Pembelian .....	25
B. Telaah Pustaka.....	29
C. Kerangka Berpikir .....	34
D. Hipotesis.....	35

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Pendekatan Penelitian.....	40
C. Setting Penelitian.....	40
D. Populasi dan Sampel .....	41
E. Variabel Penelitian.....	43
F. Sumber Data.....	45
G. Teknik Pengumpulan Data .....	46
H. Metode Analisis Data .....	48
1. Uji Instrumen Data Penelitian.....	48
2. Uji Asumsi Klasik .....	49
3. Uji Regresi .....	55
4. Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
1. Sejarah Singkat KSPPS BMT Nusa Kartika.....	55
2. Profil KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi .....	56
B. Deskripsi Data Responden .....	65
C. Analisis Data Penelitian .....	69
1. Hasil Uji Instrumen Data Penelitian .....	69
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
3. Hasil Uji Regresi .....	77
4. Hasil Uji Hipotesis .....	80
D. Pembahasan dan Analisis Hasil.....	83
1. Pengaruh Persepsi Angota terhadap Keputusan Menabung Anggota di Keputusan Menabung Anggota di KSPPS BMT Keputusan Menabung Anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika cabang Sragi .....	85
2. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Menabung Anggota di BMT Nusa Kartika Cabang Sragi.....	85
3. Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung Anggota di KSPPS BMT usa Kartika Cabang Sragi.....	87
4. Pengaruh Persepsi Anggota, Motivasi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung Anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika cabang Sragi .....	89

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
A. Simpulan.....	91
B. Keterbatasan Penelitian .....	93
C. Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>

## **PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian 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**

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

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Ša	š	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
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	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)
ڙ	Za	ڙ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ڪ	Kaf	K	Ka
ڻ	Lam	L	El
ڻ	Mim	M	Em
ڻ	Nun	N	En
ڻ	Wau	W	We
ڻ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ڻ	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

## 1) Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـ	Fathah	A	A
ـ	Kasrah	I	I
ـ	Dammah	U	U

## 2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut.

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
...ْي	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...ْو	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كتب kataba
  - فعل fa`ala
  - سُلِّيْلَ su`ila

- كِيفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَيْ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قَلَّ qīlā

### 4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

1) Ta' marbutah hidup

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

2) Ta' marbutah mati

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

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

Contoh:

- رُوضَةُ الْأَطْفَالُ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-Madīnah al-Munawwarah/al-Madīnatul Munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

## 5. Syaddah

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبَرُّ al-birr

## 6. Kata Sandang

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

### 1) Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

### 2) Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

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

Contoh:

- الرَّجُل ar-rajulu
- الْقَلْمَنْ الْقَلْمَنْ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَلُ الْجَلَلُ al-jalālu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa dditransliterasikan sebagai apostrof.

Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah ini terletak di awal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَلْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- الْنَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## 8. 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 harkat 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-rāziqīn/
- وَ بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## 9. Huruf Kapital

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

Contoh:

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

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

Contoh:

- **اللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ** Allaāhu gafūrun rahīm
- **اللَّهُ الْأَمُورُ جَمِيعًا** Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## **10. Tajwid**

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

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Data Pertumbuhan Jumlah Nasabah LKBB Syariah.....	1
Tabel 1.2	Data Pertumbuhan Anggota BMT Nusa Kartika Sragi.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44
Tabel 3.2	Skala Pengukuran.....	47
Tabel 4.1	Pengelompokan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Tabel 4.2	Pengelompokan Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3	Pengelompokan Berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel 4.4	Pengelompokan Berdasarkan Pendidikan.....	67
Tabel 4.5	Pengelompokan Berdasarkan Pendapatan .....	67
Tabel 4.6	Pengelompokan Berdasarkan Lama Menjadi Anggota.....	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi.....	69
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi.....	69
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Referensi.....	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung.....	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas dengan Metode Kolmogorov Smirnov ....	72
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas .....	73
Tabel 4.14	Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glejser .....	75
Tabel 4.15	Hasil Uji Linearitas dengan Deviation From Linearity .....	76
Tabel 4.16	Hasil Uji Linearitas dengan F hitung dan F tabel .....	77
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Linear berganda.....	78
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square) .....	80
Tabel 4.19	Hasil Uji T Parsial.....	81
Tabel 4.20	Hasil Uji F Simultan .....	82

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1	Logo BMT Nusa Kartika.....	56
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas.....	71
Gambar 4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Grafik Scatterplot.....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1	Surat Pengantar Penelitian.....	I
Lampiran 1.2	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	II
Lampiran 1.3	Kuesioner Penelitian.....	III
Lampiran 1.4	Data Penelitian.....	IX
Lampiran 1.5	Hasil Deskripsi Data Responden .....	XIV
Lampiran 1.6	Hasil Uji Instrumen Data Penelitian.....	XVI
Lampiran 1.7	Hasil Uji SPSS: Uji Asumsi Klasik .....	XX
Lampiran 1.8	Hasil Uji SPSS: Uji Regresi .....	XXIII
Lampiran 1.9	Hasil Uji SPSS: Uji Hipotesis .....	XXIV
Lampiran 1.10	Dokumentasi Penelitian.....	XXV
Lampiran 1.11	Daftar Riwayat Hidup.....	XXVI

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah telah tumbuh dan berkembang dengan pesat di Indonesia. Hal ini ditandai dengan maraknya lembaga keuangan syariah baik berbentuk bank maupun non bank di tengah masyarakat. Lembaga keuangan bank meliputi Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sementara lembaga keuangan bukan bank meliputi Lembaga Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, Badan Wakaf & Amil Zakat, DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan) Syariah, Perusahaan dengan Prinsip Syariah, Pasar Modal Syariah, dan Koperasi Syariah (Latifah & Nugroho, 2020).

Tabel 1.1  
Data Pertumbuhan Jumlah Nasabah  
Lembaga Keuangan Bukan Bank Syariah

Nama Lembaga	Jumlah Nasabah		Keterangan
	2019	2020	
Asuransi Syariah	39.846 (46,7 %)	45.453 (53,3 %)	(+)
LKMS	67.360 (45 %)	82.461 (55 %)	(+)
BAZNAS	24.821 (44,7 %)	30.621 (55,3 %)	(+)
Pegadaian Syariah	1.074.680 (41,2 %)	1.531.425 (58,8 %)	(+)

*Sumber: Data diolah Peneliti, 2022*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah nasabah Lembaga Keuangan Bukan Bank Syariah mengalami peningkatan yang

signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa LKBB Syariah turut berkembang dengan baik di Indonesia. Walaupun dikelilingi oleh banyaknya lembaga keuangan konvensional, lembaga keuangan syariah tetap diminati oleh masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen atau nasabah dapat menilai seberapa baik perkembangan suatu lembaga. Begitu juga dengan lembaga Baitul Maal wa Tamwil (BMT), yang tercakup dalam jenis koperasi syariah.

Baitul Mal Wa Tamwil terdiri dari dua kata yaitu "Baitul Mal" dan "Baitul Tamwil". Baitul Mal secara harfiah memiliki arti "rumah dana", sementara Baitul Tamwil memiliki arti "rumah usaha". Kedua definisi tersebut memiliki perbedaan makna. Secara istilah, Baitul Mal artinya tempat untuk mengelola dana zakat, infaq dan shodaqoh yang dilakukan dengan bertujuan sosial dan berdasar pada hukum syariah. Sementara Baitul Tamwil yaitu tempat dimana uang simpanan atau tabungan masyarakat dikelola dan kemudian disalurkan dengan tujuan komersil (Tanjung & Novizas, 2021). Berbeda dengan koperasi simpan pinjam konvensional, BMT berpegang pada prinsip bagi hasil dan jual beli, tanpa adanya bunga atau sistem riba (Sudjana & Rizkison, 2020).

BMT kini telah berkembang pesat menjadi lembaga keuangan alternatif bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah untuk menghindari jeratan rentenir. Diketahui bahwa jumlah BMT di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 1998, jumlah BMT di Indonesia sebanyak 2000 unit.

Selanjutnya, jumlah BMT pada tahun 2008 tercatat sebesar 2.938 unit. Kemudian pada tahun 2012 tercatat sebesar 3.900 unit (Solekha et al., 2021). Dan pada tahun 2015 tercatat sebesar 4.500 unit. Menurut Kementerian, pada tahun 2015, anggota BMT mencapai 3,7 juta orang dan total aset yang dimiliki sekitar Rp. 16 triliun serta dengan pengelola sekitar 20 ribu orang (Permana & Adhiem, 2020). Hal ini menjadi bukti bahwa BMT mampu berkembang dengan baik di Indonesia.

Keputusan menabung anggota dapat menilai seberapa baik suatu lembaga BMT berkembang. Suatu lembaga dinyatakan berkembang dengan baik jika jumlah keputusan menabung anggotanya mengalami peningkatan yang signifikan. Oleh karena itu, keputusan menabung anggota sangat penting bagi perusahaan karena dapat menilai efektif atau tidaknya suatu strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan. Kotler dan Amnstrong mendefinisikan strategi pemasaran sebagai logika pemasaran di mana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen (Astuti & Amanda, 2020). Dengan demikian, perusahaan perlu memahami alasan anggotanya memutuskan untuk menabung di lembaganya agar dapat menarik dan mempertahankan anggotanya. Dimana pengambilan keputusan anggota tercakup dalam pembahasan perilaku konsumen.

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana konsumen memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang atau jasa tersebut memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Untuk dapat

mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, pemasar perlu memahami perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat memberikan pengetahuan kepada para pemasar dengan dasar pengetahuan analisis konsumen (Setiadi, 2019). Jadi, untuk memahami bagaimana anggota memutuskan menabung di suatu lembaga tentunya berkaitan dengan perilaku anggota itu sendiri.

Menurut Siregar (2018), keputusan merupakan proses menentukan pilihan di antara dua atau lebih opsi setelah menetapkan konteks masalah dan mengidentifikasinya hingga menarik kesimpulan berdasarkan kriteria dan faktor tertentu. Keputusan menabung merupakan pilihan yang dibuat secara sadar oleh orang-orang yang menyimpan uangnya di lembaga keuangan dengan berdasarkan pertimbangan atau logika di antara beberapa opsi yang ada (Rahayu et al., 2021). Keputusan menabung anggota diartikan sama dengan keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai suatu pilihan yang akan dibuat konsumen ketika menyukai produk atau jasa dan memutuskan untuk membelinya. Sementara Setiadi (2019) menegemukakan bahwa keputusan konsumen adalah proses integrasi yang menggunakan penggabungan informasi yang dimiliki dalam menilai dua atau lebih opsi tindakan sebelum menetapkan pilihan pada salah satunya.

Anggota dalam memutuskan untuk menabung di suatu lembaga dipengaruhi oleh beberapa aspek. Persepsi anggota mengenai lembaga merupakan aspek pendukung yang sangat penting. Berdasarkan pra riset

yang dilakukan peneliti, ditemukan hasil bahwa anggota memutuskan untuk menabung di suatu lembaga karena didasari persepsi bahwa produk lembaga tersebut memiliki keunggulan dibanding produk lain. Motivasi juga turut menjadi aspek pendukung lainnya. Berdasarkan pra riset yang dilakukan peneliti, ditemukan hasil bahwa anggota termotivasi untuk menabung di suatu lembaga yaitu karena lokasi lembaga tersebut dekat dengan domisili mereka, yang mana faktor ini tercakup dalam faktor lingkungan. Selanjutnya pengaruh dari kelompok referensi juga turut menjadi aspek pendukung bagi anggota dalam memutuskan menabung. Berdasarkan pra riset yang dilakukan peneliti, ditemukan hasil bahwa anggota memutuskan menabung di suatu lembaga yaitu karena terpengaruh dengan ajakan orang terdekat mereka.

Salah satu lembaga BMT yang mengalami perkembangan pesat adalah KSPPS BMT Nusa Kartika cabang Sragi. BMT ini berkantor pusat di Jalan Raya Warulor Wiradesa, dan juga memiliki tiga kantor cabang yang tersebar di Gumawang, Lebakbarang dan Sragi. Sesuai dengan namanya, KSPPS BMT Nusa Kartika memiliki dua bidang usaha, meliputi Baitul Mal yaitu dengan mengumpulkan dan menyalurkan zakat, infaq, sedekah, dan wakaf serta Baitul Tamwil yaitu dengan penghimpunan dan penyaluran dana. BMT Nusa Kartika memiliki beberapa produk tabungan, diantaranya: Sabana, Nuansa, Siqurma, Smart, Safina, Tahajud, dan Smile.

Walaupun dikelilingi oleh banyaknya lembaga keuangan lain, baik berbasis konvensional maupun syariah, KSPPS BMT Nusa Kartika cabang

Sragi tetap mampu bersaing dengan lembaga lain dalam menarik masyarakat untuk menabung di lembaganya. Hal ini dapat dibuktikan dengan pertumbuhan jumlah keputusan menabung anggotanya. Berikut data pertumbuhan jumlah anggota tabungan KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi.

**Tabel 1.2**  
**Data Pertumbuhan Anggota Tabungan**  
**BMT Nusa Kartika Cabang Sragi**

Tahun	Jumlah anggota BMT	Persentase	Keterangan
2018	5.588 orang	19,0 %	(+)
2019	5.698 orang	19,4 %	(+)
2020	5.818 orang	19,8 %	(+)
2021	5.941 orang	20,2 %	(+)
2022	6.312 orang	21,4 %	(+)

*Sumber: Data KSPSS BMT Nusa Kartika Sragi, 2022*

Berdasarkan data di atas, maka diketahui bahwa jumlah keputusan anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2018-2022 sehingga hal ini menarik untuk diteliti. Hal yang perlu diperhatikan yaitu bagaimana masyarakat tetap memilih untuk menabung di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi di tengah banyaknya lembaga keuangan yang ada. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika cabang Sragi agar dapat memaksimalkan jumlah keputusan anggotanya.

Menurut Setiadi (2019), terdapat 4 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Salah satunya adalah faktor psikologis, yang di

dalamnya mencakup persepsi. Mowen (1998) dalam (Sumarwan, 2017) mendefinisikan persepsi sebagai proses di mana seseorang mengetahui suatu informasi, memperhatikannya dan memahaminya. Sementara menurut (Schiffman & Wisenblit, 2019), persepsi yaitu proses di mana seseorang menetapkan pilihan, mengelola dan menafsirkan informasi yang diterima ke dalam sebuah cerminan dunia yang bermakna serta komprehensif. Perusahaan harus bisa menciptakan persepsi baik terhadap produk yang ditawarkan untuk menarik masyarakat agar menggunakan produk yang dipromosikan (Harahap, 2020). Oleh karena itu, penting untuk diteliti apakah KSPPS BMT Nusa Kartika cabang Sragi ini berhasil dalam menciptakan persepsi positif di mata masyarakat sehingga jumlah keputusan anggotanya meningkat secara signifikan.

Selain persepsi, faktor psikologis lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen adalah motivasi (Setiadi, 2019). Motivasi artinya sebuah dorongan guna melakukan sesuatu untuk tujuan tertentu, yang timbul dalam diri individu, baik disadari maupun tidak (Irwansyah et al., 2021). Sementara menurut (Razak, 2016), motivasi merupakan kekuatan enerjik yang menjadi penggerak atas suatu tindakan dan pemberi tujuan dan arah pada tindakan tersebut. Artinya, semua tindakan individu tidak terlepas dari pengaruh motivasi, karena motivasi yang menjadi alasan bagi individu untuk melakukan tindakan tersebut. Perusahaan harus dapat memunculkan motivasi pada diri konsumen guna memutuskan melakukan pembelian produk yang dipromosikan. Oleh karena itu, penting

untuk diteliti ada atau tidaknya motivasi yang mendorong masyarakat untuk menabung di BMT Nusa Kartika Cabang Sragi mengingat banyaknya lembaga keuangan lain di sekitar lokasi tersebut.

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen adalah faktor sosial, yang di dalamnya mencakup kelompok referensi (Setiadi, 2019). Menurut Sumarwan (2017), kelompok referensi merupakan seseorang atau sekelompok orang yang memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku individu. Kelompok ini berperan sebagai titik acuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembentukan perilaku atau tindakan individu. Kelompok referensi meliputi keluarga, tetangga, teman, rekan kerja, dan lain sebagainya. Dari segi pemasaran, kelompok referensi berperan menjadi rujukan bagi individu dalam membuat penilaian tentang apa yang harus dibeli dan dikonsumsi (Sumarwan, 2017). Dengan adanya dorongan dari seseorang atau kelompok, bisa mempengaruhi konsumen agar memilih dan kemudian membeli sebuah produk yang dirasa sesuai kebutuhannya. Oleh karena itu, penting untuk diteliti ada atau tidaknya pengaruh dari kelompok referensi yang mendorong anggota memilih menabung di BMT Nusa Kartika cabang Sragi dibanding lembaga keuangan lain.

Berdasarkan urain tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Anggota, Motivasi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung Anggota di LKMS (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi)".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang bisa dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi anggota berpengaruh terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi?
2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi?
3. Apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi?
4. Apakah persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi anggota terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi
3. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi

4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi secara simultan terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pengetahuan dan wawasan pembaca tentang faktor-faktor yang mempengaruhi anggota dalam memutuskan menabung, khususnya mengenai pengaruh persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika cabang Sragi.

### **2. Manfaat praktis**

#### **a. Bagi KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah bahan masukan atau saran untuk pihak KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi dalam memahami faktor yang mempengaruhi anggota dalam memutuskan menabung sehingga pihak BMT bisa melakukan penerapan strategi yang tepat dalam meningkatkan keputusan menabung anggota di lembaga yang bersangkutan.

#### **b. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dengan pembahasan sejenis untuk dapat

memperbaiki dan menjadi lebih baik lagi dari penelitian terdahulu, serta sebagai sumber informasi untuk pihak yang membutuhkannya.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ditujukan guna membuat gambaran dan pemahaman mengenai hubungan antar bab dalam suatu penelitian, di mana skripsi ini disusun dalam lima bab secara sistematis. Bentuk rancangan sistematika pembahasan pada penelitian yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan ringkasan dari keseluruhan penelitian yang menerangkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Pembahasan dalam bab ini mencakup harapan agar pembaca dapat mengetahui latar belakang atau alasan teoritis peneliti dalam mengambil topik penelitian ini.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Merupakan bab yang memuat teori dan referensi yang dijadikan landasan pada penelitian ini, diantaranya membahas *Theory of Reasoned Action* (TRA), Keputusan Menabung Anggota, Persepsi Anggota, Motivasi, dan Kelompok Referensi. Dengan kata lain, teori-teori yang

disajikan dalam bab ini berkaitan dengan keputusan menabung dan faktor-faktor yang diduga mempengaruhinya. Selain itu, bab ini juga mencakup telaah pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjabarkan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data. Lebih jelasnya, bab ini menerangkan tentang metode yang digunakan untuk menghasilkan penelitian yang bisa dipertanggungjawabkan secara hukum maupun ilmiah.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjabarkan mengenai paparan dan pembahasan data serta hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini mencakup mengenai gambaran umum KSPPS BMT Nusa Kartika Sragi, analisis data responden, analisis data penelitian yang telah diuji, serta pembahasan dan analisis hasil dari data tersebut. Dimana pembahasan dan analisis hasil ini menjelaskan tentang pengaruh persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi terhadap keputusan menabung anggota baik secara parsial maupun simultan.

**BAB V** **PENUTUP**

Merupakan bagian terakhir pada penelitian ini. Bab ini menjabarkan mengenai kesimpulan yang berisi pokok-pokok hasil penelitian yang dikerucutkan, kemudian dilanjutkan dengan penjelasan tentang keterbatasan penelitian, selanjutnya beberapa saran supaya hasil penelitian menjadi lebih bermanfaat, daftar pustaka yang mencakup referensi yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini serta diakhiri dengan lampiran-lampiran lainnya

## **BAB V**

## **PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan pembahasan yang disajikan pada bab sebelumnya, antara lain sebagai berikut:

1. Hasil uji T untuk variabel persepsi diperoleh nilai T hitung  $> T$  tabel yakni  $2,754 > 1,985$  dan tingkat signifikansi  $< 0,05$  yakni sebesar 0,007 maka  $H_1$  diterima, sehingga hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel persepsi anggota memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi. Hal ini berarti semakin baik persepsi anggota maka keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi juga akan semakin meningkat.
2. Hasil uji T untuk variabel motivasi diperoleh nilai T hitung  $> T$  tabel yakni  $2,120 > 1,985$  dan tingkat signifikansi  $< 0,05$  yakni sebesar 0,037 maka  $H_2$  diterima, sehingga hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi. Hal ini berarti semakin tinggi motivasi maka keputusan

menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika juga akan semakin meningkat.

3. Hasil uji T untuk variabel kelompok referensi diperoleh nilai  $T$  hitung  $> T$  tabel yakni  $2,014 > 1,985$  dan tingkat signifikansi  $< 0,05$  yakni sebesar 0,047 maka H3 diterima, sehingga hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kelompok referensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi. Hal ini berarti semakin baik kelompok referensi maka keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika juga akan semakin meningkat.
4. Hasil uji F untuk variabel persepsi, motivasi dan kelompok referensi diperoleh  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $22,085 > 2,70$ ) dan tingkat signifikansi  $< 0,05$  yakni sebesar 0,000 maka H4 diterima, sehingga hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi. Hal ini berarti semakin baik atau semakin tinggi persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi maka keputusan menabung anggota di KSPPS BMT Nusa Kartika juga akan semakin meningkat.
5. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai  $R$  Square sebesar 0,395. Hal ini berarti variabel persepsi, motivasi dan kelompok referensi mampu menjelaskan variabel keputusan menabung anggota

sebesar 0,395 atau 39,5% lalu sisanya yaitu 60,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan. Berikut adalah beberapa keterbatasan pada penelitian ini:

1. Penelitian ini belum sempurna, mengingat peneliti kurang pengalaman dalam menulis karya ilmiah dan peneliti memiliki keterbatasan waktu, pengetahuan dan keterampilan kognitif.
2. Hanya tiga variabel bebas (variabel persepsi anggota, motivasi dan kelompok referensi) yang diuji pada penelitian ini.
3. Peneliti tidak dapat bertemu langsung dengan beberapa responden, sehingga tidak memungkinkan untuk memverifikasi kesungguhan seluruh responden dalam menjawab kuesioner
4. Penelitian ini hanya mengumpulkan sampel dari responden yang ke berkunjung ke kantor KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi, tidak diambil secara menyeluruh dari anggota yang tersebar di beberapa desa sekitar Sragi

## **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah disajikan, berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

### 1. Dari sisi akademis

Untuk mendapatkan informasi yang lebih komprehensif mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan menabung anggota, sebaiknya peneliti selanjutnya memperluas cakupan penelitian yang dilakukan. Dan karena studi ini hanya menggunakan tiga variabel independen, peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan lebih banyak variabel untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan bersifat komprehensif.

### 2. Dari sisi praktis

Pada penelitian ini persepsi, motivasi dan kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung anggota, hal ini didukung dengan persepsi baik yang dimiliki anggota terhadap produk, fasilitas dan pelayanan BMT. Peneliti berharap pihak BMT dapat menerapkan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan persepsi baik yang dimiliki anggota sehingga dapat terus menarik minat anggota untuk menabung di BMT, yaitu dengan memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan serta memperhatikan kebutuhan anggota agar anggota merasa lebih diperhatikan. Dengan demikian dapat menciptakan penilaian yang baik di mata anggota. Jika anggota memiliki persepsi yang baik, maka akan memotivasi dirinya untuk menabung di BMT dan juga menjalankan perannya sebagai kelompok referensi dengan mempengaruhi orang sekitarnya untuk ikut menabung di BMT.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Astuti, M., & Amanda. A.R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., & Butarbutar, M. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Razak, M. (2016). *Perilaku konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior 12th Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarwени, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

## Jurnal

- Almasdi, A., Permata, D., & Kemala, S. (2022). Persepsi, Motivasi dan Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Bukittinggi. *Jurnal BONANZA: Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 60–73.
- Anifah, N. (2019). Pengaruh Sosial Budaya, Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BMT Syariah Sejahtera Kudus. IAIN KUDUS.
- Aryandhana, D., Bintarti, S., & Hidayatullah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 191–206.
- Asiyah, S. (2019). Pengaruh Proses Belajar, Keluarga, dan Kelompok Acusn terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di BTM "Surya Melati Abadi" Jatim Cabang Ngadiluwih. IAIN Tulungagung.
- Dhita, L. E. (2019). Pengaruh Referensi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Mudharabah (Studi Pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung). UIN Raden Intan Lampung
- Dwi, N. A. (2022). Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Nasabah Kspps BMT UGT Sidogiri Kcp. Semboro). UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Fahimah, L. (2018). Pengaruh kelompok referensi, pelayanan dan promosi terhadap keputusan memilih simpanan wadi'ah yad-damanah di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Gelang, P., Djong, K. D., & Uskono, I. V. (2020). Profil Persepsi Siswa terhadap Konsep Materi Himpunan pada Siswa SMP Kelas VII. *ANARGYA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 3(1), 15–24.
- Harahap, T. S. R. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di PT Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda. *AL-INFaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 1–21.
- Lasmana, A. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Produk Simpanan Lebaran Di BMT NU Cabang Galis Pamekasan [PhD Thesis]. Institut Agama Islam Negeri Madura.

- Latifah, N. A., & Nugroho, S. A. (2020). Optimalisasi struktur dan regulasi lembaga keuangan syariah di indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(01), 176–211.
- Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Nurhastuti, E. D. (2023). Pengaruh Persepsi Pengetahuan dan Persepsi Penerapan Nilai Islam terhadap Keputusan Menabung (Studi Empiris Nasabah Simpanan Ummat di KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto). UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Permana, S. H., & Adhiem, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Kajian*, 24(2), 103–112.
- Rahayu, M. A., Widowati, M., & Handayani, J. (2021). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 143–159.
- Rahel, M. (2022). Pengaruh Motivasi Kebutuhan, Pengetahuan Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah: Studi Kasus pada BMT NU Area Bondowoso Kabupaten Bondowoso. UIN KH Achmad Siddiq Jember.
- Reyhan, M., & Moko, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kelompok Referensi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 80–91.
- San Taslim, W., & Felita, N. (2022). Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Pengguna E-Wallet Ovo dan Go-Pay di Pontianak. *Obis*, 4(1), 13–21.
- Siregar, B. G. (2018). Pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4(1), 1–20.
- Solekha, Y. A., Murdianah, A. Q., Lestari, N. S., & Asyutti, R. (2021). Baitul Maal Wa Tamwil Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pemberdaya Ekonomi Umat (Konsep Dan Teori). *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 1(1), 44–58.

- Subandi, I. (2021). Pengaruh Label Syariah, Persepsi Anggota dan Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan Murobahah pada BMT Harum Purwosari Kudus. IAIN Kudus.
- Sudjana, K., & Rizkison, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 175–194.
- Tanjung, M., & Novizas, A. (2021). Ekstistensi Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) dalam Perekonomian Islam. *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 3(1), 27–35.
- Utomo, D. P., Jailani, H., & Cahyati, R. A. (2021). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Koperasi Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB. *Iqtishaduna*, 12(2), 161–170.
- .