

**PENGARUH PROMOSI, KELOMPOK REFERENSI,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA
MENGUNAKAN PRODUK SIMPANAN MERDEKA
(Studi Kasus Pada Anggota KSPPS BMT Istiqlal
Kantor Pusat Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

HIKMAH AULIA

NIM. 40222067

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

2026

**PENGARUH PROMOSI, KELOMPOK REFERENSI,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA
MENGUNAKAN PRODUK SIMPANAN MERDEKA
(Studi Kasus Pada Anggota KSPPS BMT Istiqlal
Kantor Pusat Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

HIKMAH AULIA

NIM. 40222067

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hikmah Aulia

NIM : 40222067

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Kelompok Referensi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Simpanan Merdeka (Studi Kasus Pada Anggota KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan)**

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

Pekalongan, 13 Mei 2026

Yang menyatakan,



10000
METERAI
TEMPEL
DA76FAOX070053021

Hikmah Aulia

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Hikmah Aulia

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 Saudari:

Nama : Hikmah Aulia

NIM : 40222067

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Kelompok Referensi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Simpanan Merdeka (Studi Kasus Pada Anggota KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 13 Mei 2026

Pembimbing,



Drajat Stiawan, M.Si

NIP. 198301182015031001



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

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

PENGESAHAN

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

Nama : Hikmah Aulia
NIM : 40222067
Judul : Pengaruh Promosi, Kelompok Referensi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Simpanan Merdeka (Studi Kasus Pada Anggota KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan)

Dosen Pembimbing : Drajat Stiawan, M.Si

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 29 Juni 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


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

Penguji II


Fitri Kurniawati, M.E. Sv.
NIP. 198706122020122015

Pekalongan, 6 Juli 2026
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(QS. Al-Insyirah: 5-6)

”Ikhlas menerima, sabar menjalani, dan terus melangkah dalam keyakinan kepada Allah. Karena setiap ketentuan-Nya tidak pernah sia-sia, tidak ada kesabaran yang luput dari balasan, dan setiap hati yang mau menerima akan menemukan ketenangan dalam ridha-Nya”
(Ibuku tersayang)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran 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. Cinta pertama dalam hidup penulis, Bapak Junaedi. Beliau memang tidak merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun beliau tak pernah berhenti menyalakan harapan agar putri pertamanya dapat meraih pendidikan setinggi-tingginya. Dari beliau, penulis belajar bahwa cinta tidak selalu hadir dalam bentuk kata-kata, melainkan hadir dalam keringat yang tak pernah beliau keluhkan, pengorbanan yang tak pernah beliau hitung, dan doa yang tak henti-hentinya beliau panjatkan. Terima kasih telah berjuang tanpa lelah demi masa depan dan kebahagiaan putrinya. Beliau adalah alasan utama penulis melanjutkan pendidikan ke bangku perkuliahan. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama agar selalu ada di setiap langkah dan pencapaian penulis.
2. Pintu surga penulis, Ibunda tercinta Umayah. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus dan dukungan yang selalu beliau berikan tanpa henti. Beliau adalah sosok yang paling memahami dan menjadi tempat berkeluh kesah yang paling nyaman, karena tidak ada pelukan yang sehangat pelukan seorang ibu. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama agar selalu ada di setiap langkah dan pencapaian penulis.

3. Adik laki-laki penulis, Muhammad Wildan. Terima kasih telah selalu hadir memberikan dukungan dan motivasi di tengah lelahnya proses penyusunan skripsi ini. Canda tawa dan perhatian kecil yang adik berikan tanpa disadari menjadi penyemangat terbesar bagi penulis untuk terus melangkah hingga akhir.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan saran yang telah Bapak berikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kesabaran dan motivasi dari Bapak menjadi semangat bagi penulis hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi dan meraih gelar Sarjana.
5. Sahabat penulis, Siti Munawaroh, Feby Risqi Pangestu, Mita Lusari dan Ayu Ananda. Terima kasih sudah selalu ada, memberikan saran, dukungan, dan semangat di tengah penyusunan skripsi ini. Perjalanan ini terasa jauh lebih ringan karena ada kalian.
6. Untuk diri penulis sendiri, anak perempuan pertama dalam keluarga. Terima kasih sudah bertahan dan terus melangkah meski tidak selalu mudah. Dulu bahkan tidak pernah terbayangkan bisa duduk di bangku perkuliahan, tapi nyatanya penulis berhasil membuktikan bahwa setiap perjuangan dan doa tidak pernah sia-sia. Terima kasih untuk segala perjuangan, kesabaran, dan ketekunan yang telah penulis lalui di setiap langkah penuh tantangan ini. Untuk setiap air mata dan kegelisahan yang pernah datang, itu semua bagian dari perjalanan yang akhirnya membawa penulis ke sini. Semoga ke depannya selalu ada kebahagiaan yang menanti di setiap langkah.

ABSTRAK

HIKMAH AULIA, Pengaruh Promosi, Kelompok Referensi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Simpanan Merdeka (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan).

Peningkatan jumlah koperasi syariah mendorong persaingan antar lembaga keuangan syariah semakin ketat dalam menyediakan berbagai produk sesuai prinsip syariah sekaligus memenuhi kebutuhan anggota. KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan merupakan salah satu koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah di Pekalongan yang beroperasi sejak tahun 1995. Dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah, KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan terus melakukan inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan fenomena sosial masyarakat. Produk yang dihasilkan dari inovasi tersebut adalah simpanan merdeka, yang meskipun terbilang baru tetapi telah menarik banyak anggota. Hal ini menunjukkan adanya faktor-faktor tertentu yang mendorong keputusan anggota untuk menggunakan produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk simpanan merdeka pada KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Data penelitian diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka, sedangkan variabel kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka. Kemudian secara simultan, variabel promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka.

Kata Kunci: Keputusan Anggota, Promosi, Kelompok Referensi, Kepercayaan, KSPPS BMT.

ABSTRACT

HIKMAH AULIA, *The Influence of Promotions, Reference Groups, and Trust on Members Decisions to Use Merdeka Savings (A Case Study Of The KSPPS BMT Istiqlal Headquarters in Pekalongan City).*

The growing number of Islamic cooperatives has intensified competition among Islamic financial institutions to provide a variety of products that adhere to Sharia principles while meeting the needs of their members. KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan is one of the Islamic savings, loan, and financing cooperatives in Pekalongan that has been operating since 1995. In the face of competition among Islamic financial institutions, KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan continues to innovate products tailored to the needs and social phenomena of the community. The product resulting from this innovation is the merdeka savings account, which, although relatively new, has already attracted many members. This indicates the presence of certain factors driving members decisions to use this product. This study aims to examine the influence of promotion, reference groups, and trust on members decisions to use the merdeka savings product at the KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan City Headquarters.

This study employed a quantitative approach with a sample size of 94 respondents. The sampling technique used was purposive sampling, and data were collected via a questionnaire. The research data were tested using validity tests, reliability tests, and classical assumption tests, which included tests for normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and linearity. Subsequently, the data were analyzed using multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2) with the assistance of SPSS 26.

The results of this study indicate that the variables of promotion and trust have a significant effect on members decisions to use the merdeka savings product, while the reference group variable has no effect on members decisions to use the merdeka savings product. Then simultaneously, the variables of promotion, reference group, and trust have a significant effect on members decisions to use the merdeka savings product.

Keywords: Member Decisions, Promotion, Reference Groups, Trust, KSPPS BMT.

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:

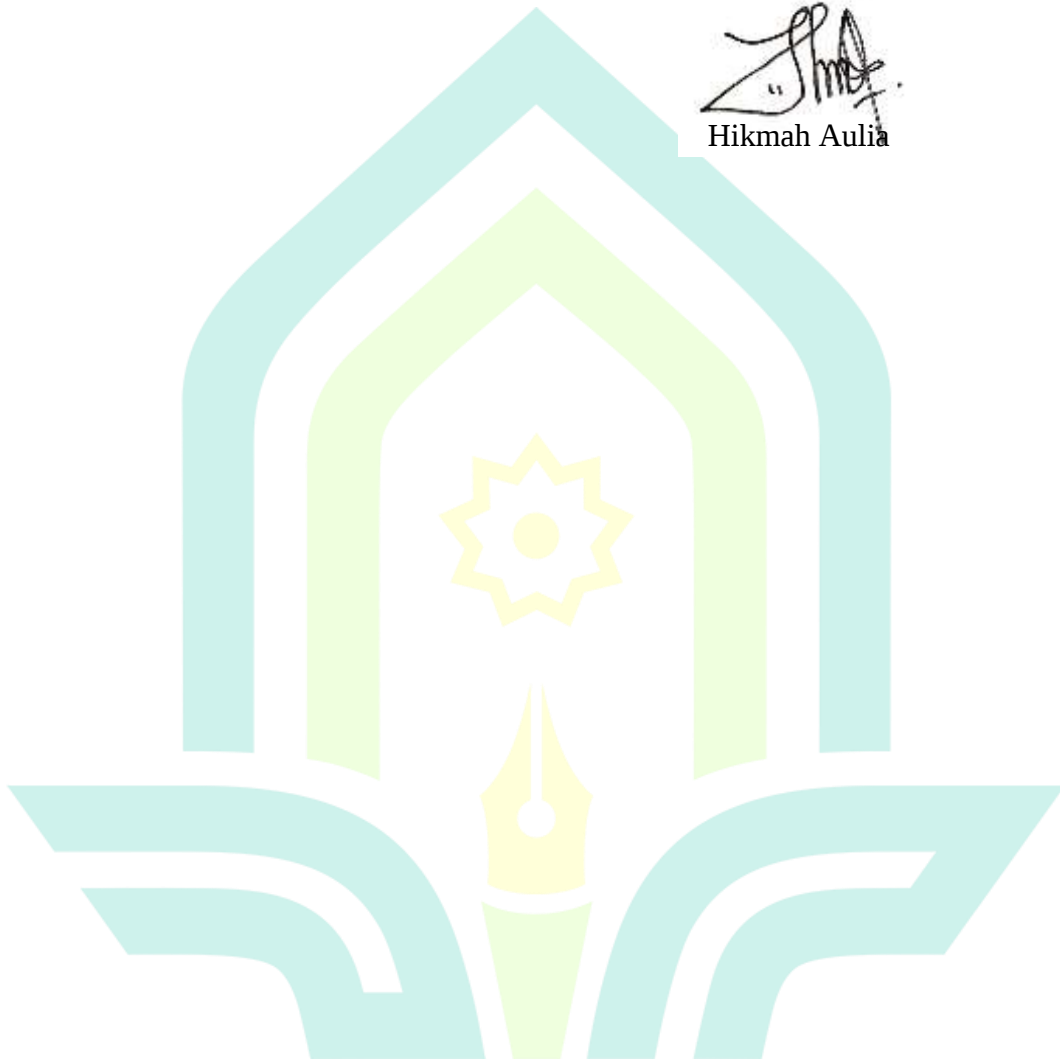
1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah membimbing, memotivasi dan mengarahkan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Pihak KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang diperlukan dalam skripsi ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Junaedi dan Ibu Umayah. Tak lupa adek tersayang penulis, Muhammad Wildan yang senantiasa memberikan dukungan moral dan material.

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

Pekalongan, 13 Mei 2026



Hikmah Aulia



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR BAGAN.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Landasan Teori.....	14
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	14
2. Keputusan Anggota	16
3. Promosi.....	19
4. Kelompok Referensi.....	22
5. Kepercayaan	25
B. Telaah Pustaka	29
C. Kerangka Berpikir.....	32
D. Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Setting Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Variabel Penelitian	39
E. Sumber Data.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis Data.....	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Deskripsi Data.....	49
B. Analisis Data.....	53
C. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP.....	71
A. Simpulan	71
B. Keterbatasan Penelitian.....	72
C. Implikasi.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	I

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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 dimaksudkan sebagai pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

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

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De

ذ	Žal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en

و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, 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:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

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

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh :

كَتَبَ kataba

فَعَلَ fa`ala

سُئِلَ suila

كَيْفَ kaifa

حَوْلَ haula

C. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...يَ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إِ...يَ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...يَ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

قَالَ qāla

رَمَى ramā

قِيلَ qīla

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

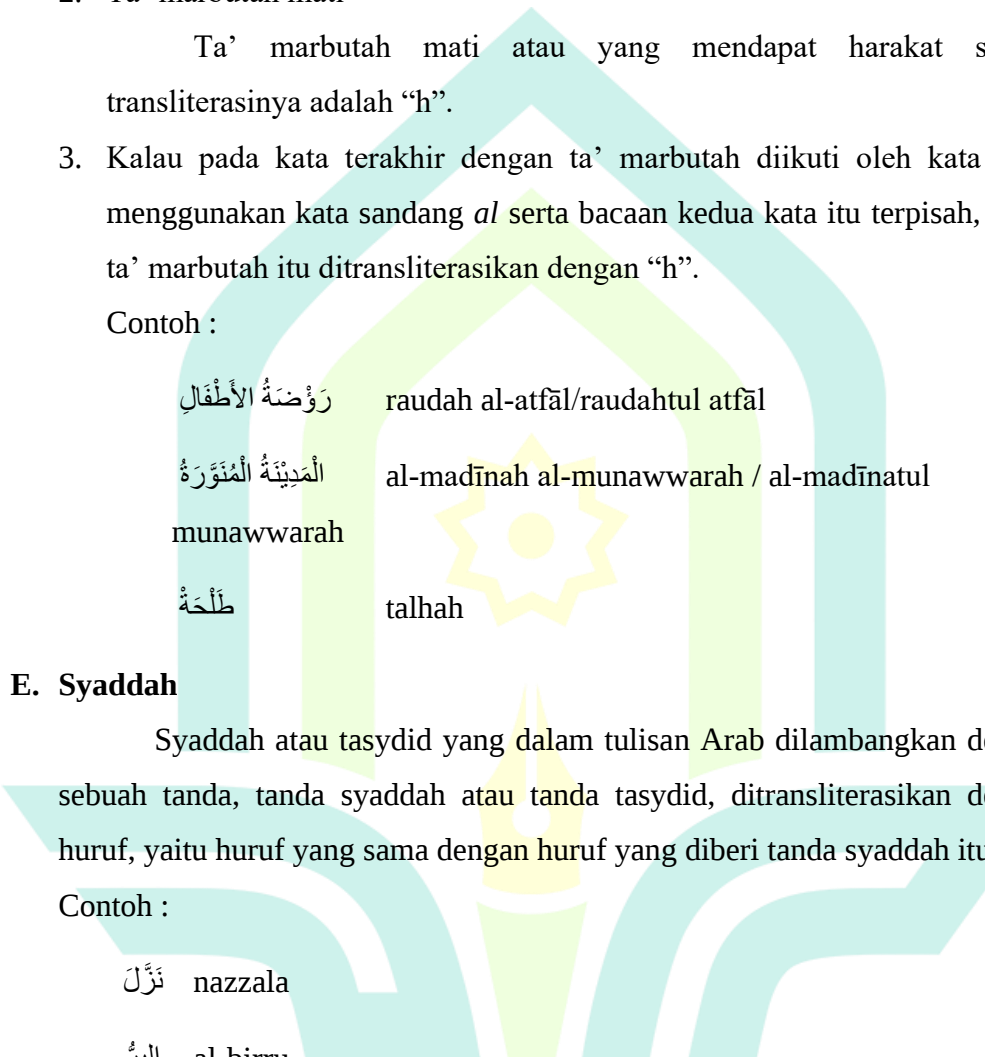
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang 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 :



رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	al-madīnah al-munawwarah / al-madīnatul munawwarah
طَلْحَة	talhah

E. Syaddah

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

Contoh :

نَزَّلَ	nazzala
الْبِرُّ	al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

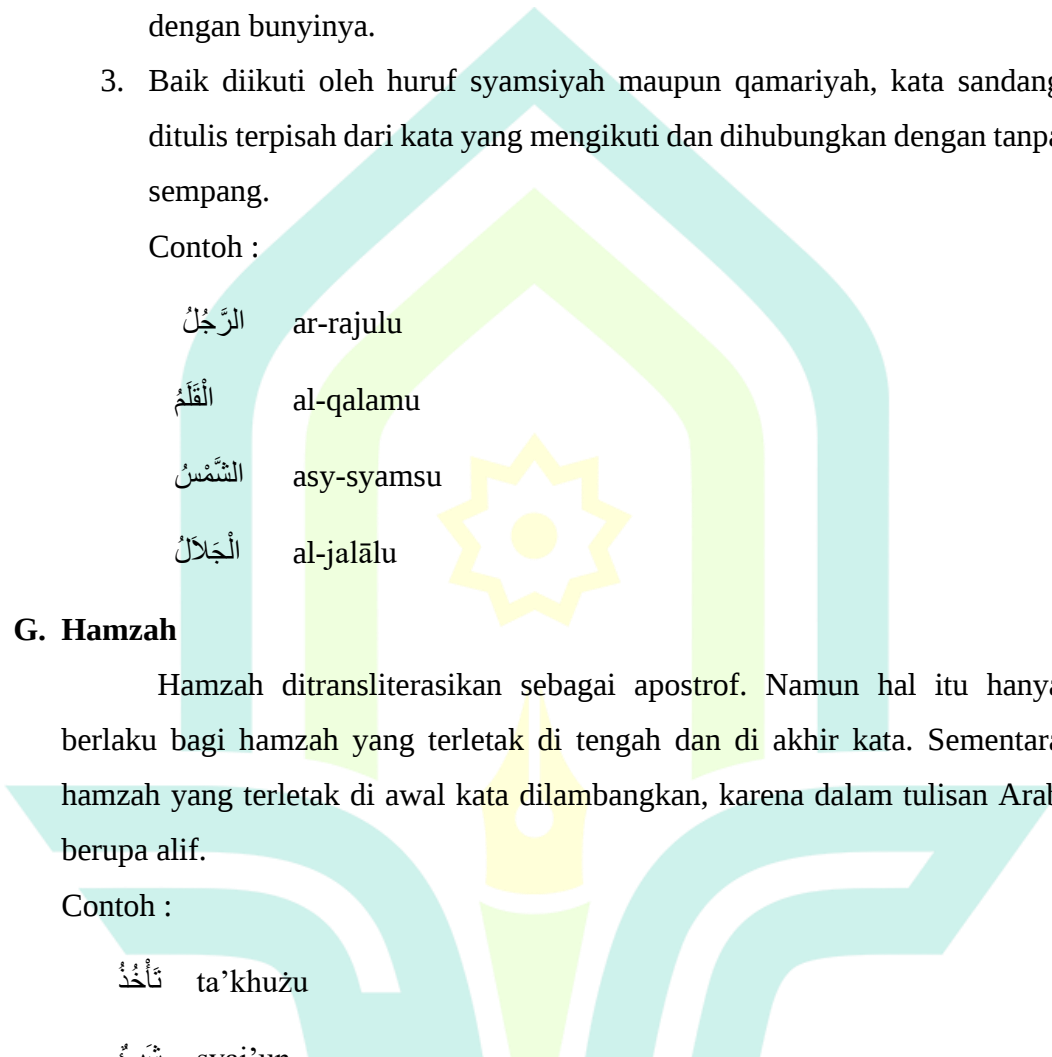
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan 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 :



الرَّجُلُ	ar-rajulu
الْقَلَمُ	al-qalamu
الشَّمْسُ	asy-syamsu
الْجَلَالُ	al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

تَأْخُذُ	ta'khužu
شَيْءٌ	syai'un
النَّوْءُ	an-nau'u
إِنَّ	inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf 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 penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

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

Contoh :

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabbi al-`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 رَحِيمٌ

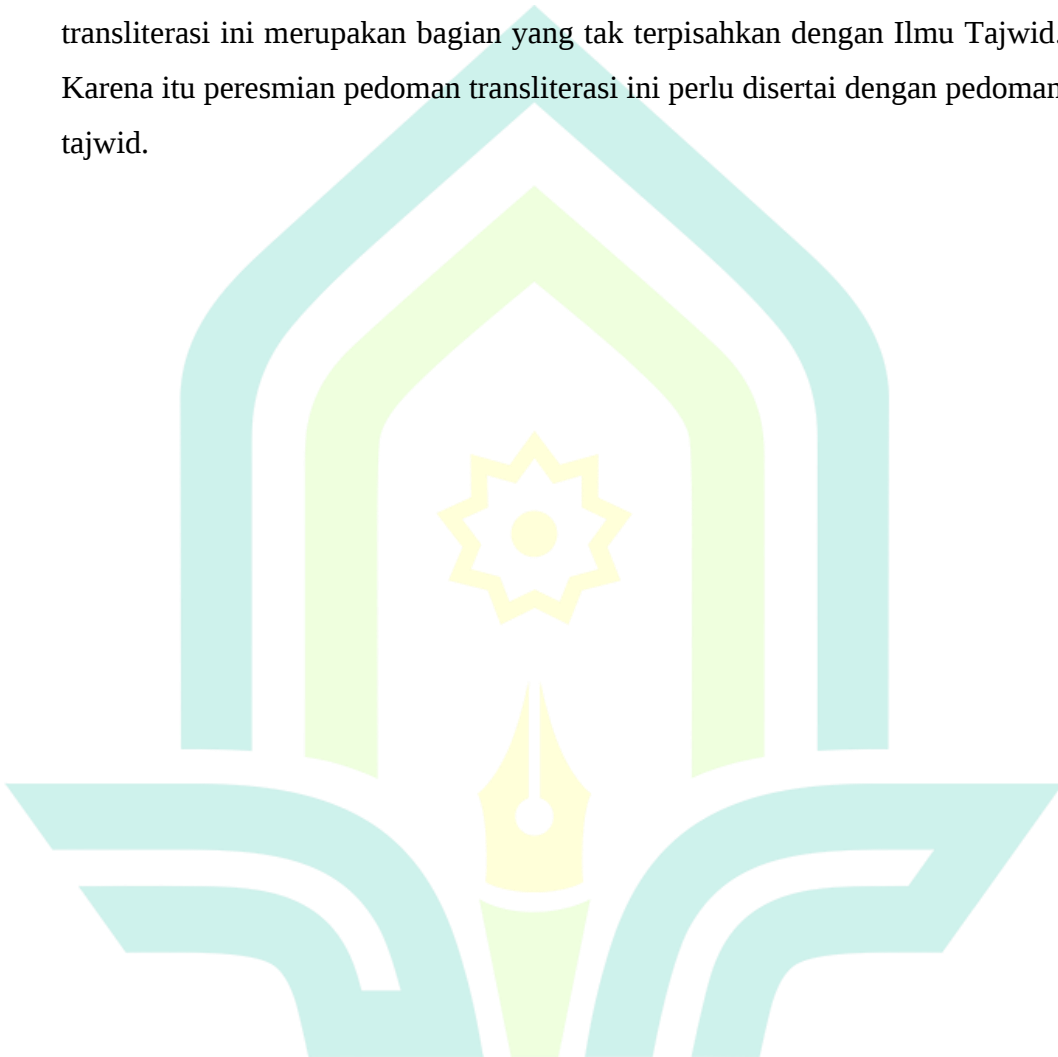
Allaāhu gafūrun rahīm

لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

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

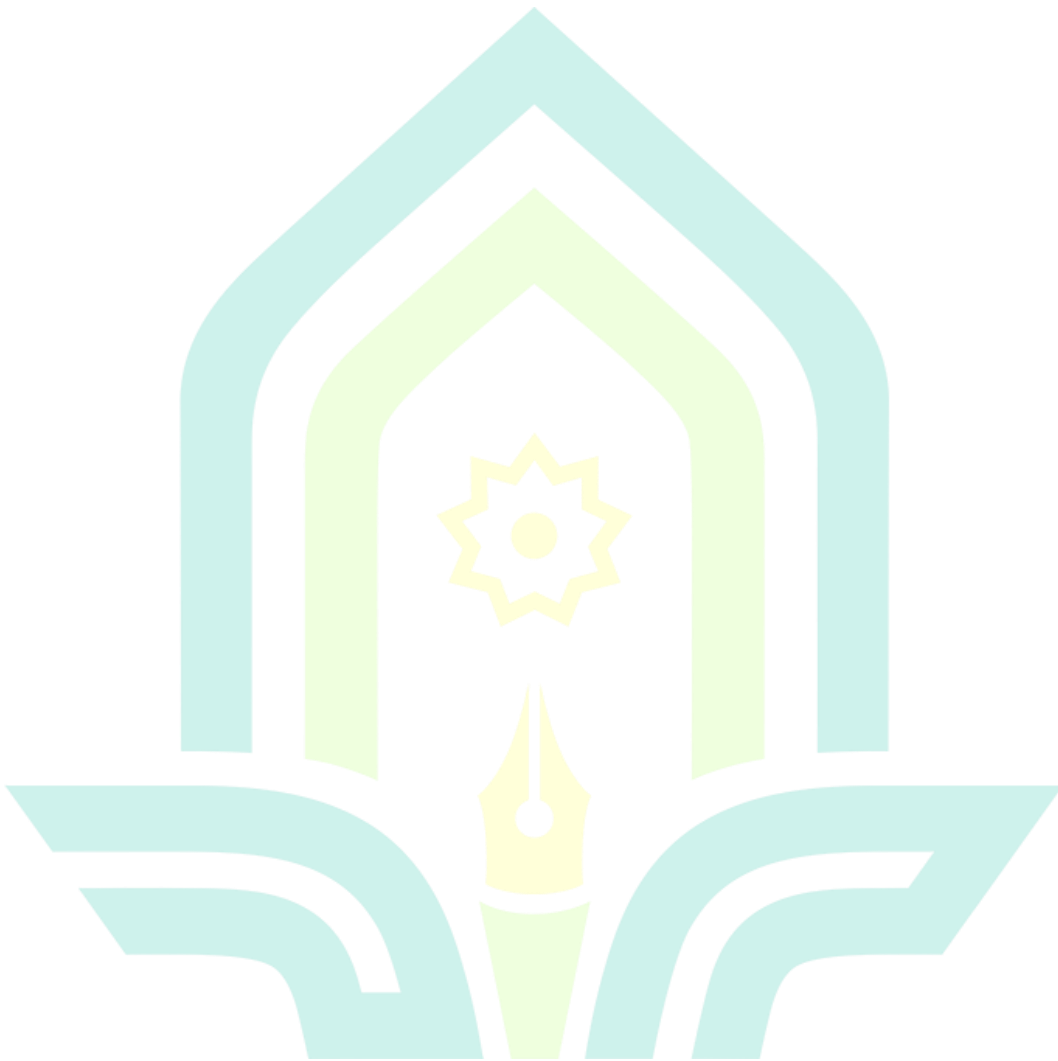


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Koperasi dan Koperasi Syariah di Indonesia Tahun 2020-2023...	2
Tabel 1.2	Koperasi Simpan Pinjam Non Syariah dan Koperasi Simpan Pinjam Syariah di Kota Pekalongan Tahun 2021-2024.....	3
Tabel 1.3	Data Perkembangan Anggota Produk Simpanan Merdeka	4
Tabel 1.4	Data Kemajuan Anggota Simpanan	5
Tabel 2.1	Telaah Pustaka	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2	Skala Likert	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan yang Menggunakan Simpanan Merdeka.....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Linearitas	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.13	Hasil Uji t (Parsial).....	60
Tabel 4.14	Hasil Uji F (Simultan).....	62
Tabel 4.15	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	63

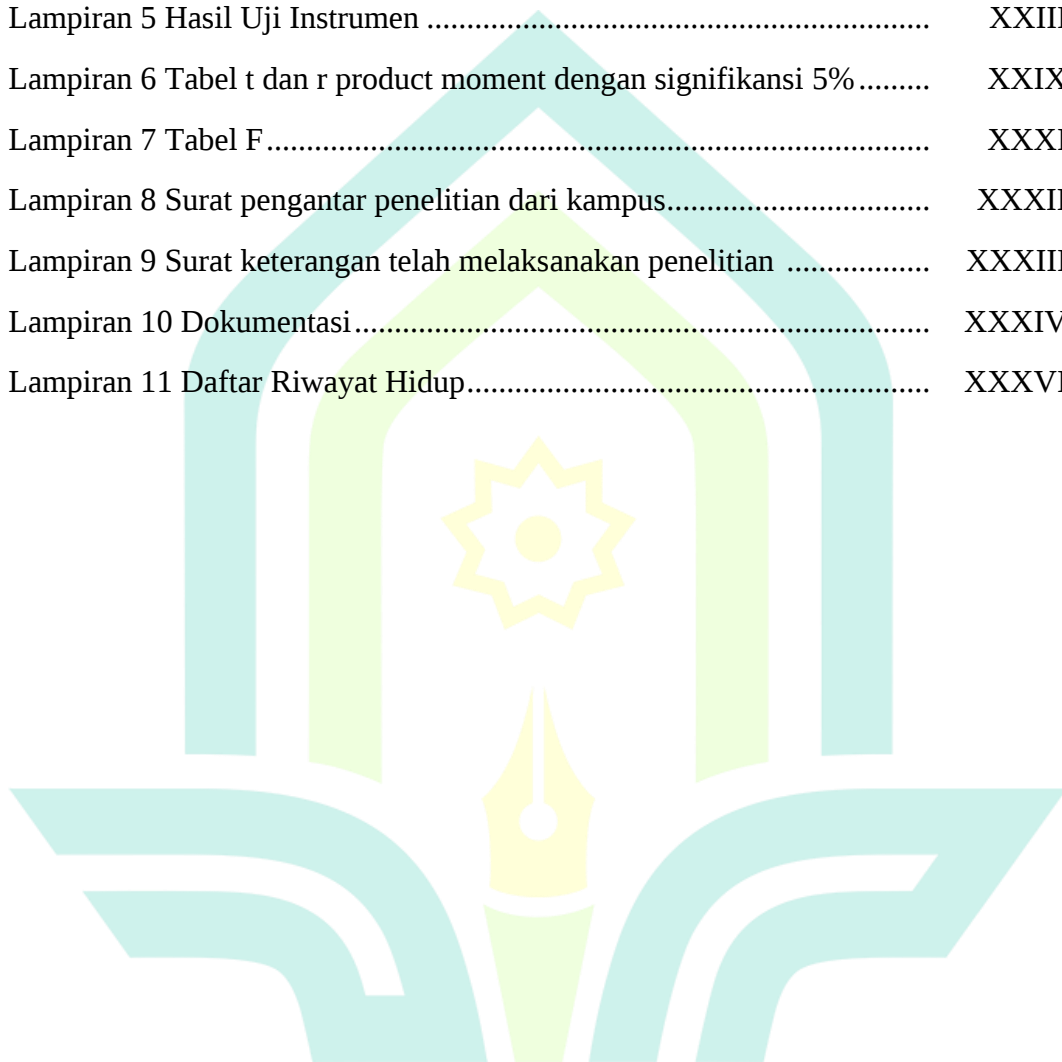
DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	32
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Responden.....	V
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	X
Lampiran 4 Dekripsi Data Responden	XXI
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen	XXIII
Lampiran 6 Tabel t dan r product moment dengan signifikansi 5%.....	XXIX
Lampiran 7 Tabel F	XXXI
Lampiran 8 Surat pengantar penelitian dari kampus.....	XXXII
Lampiran 9 Surat keterangan telah melaksanakan penelitian	XXXIII
Lampiran 10 Dokumentasi.....	XXXIV
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem keuangan suatu negara tidak dapat berjalan tanpa kehadiran lembaga keuangan sebagai pilar utamanya. Lembaga ini berfungsi sebagai penggerak arus dana dalam masyarakat, melalui kegiatan penghimpunan dan penyaluran kembali. Di Indonesia sendiri, lembaga keuangan hadir dalam dua bentuk utama, yakni perbankan dan non-perbankan, yang secara bersama-sama membentuk ekosistem keuangan nasional. Dalam lingkup perbankan, perkembangannya semakin beragam dengan hadirnya dua sistem yang berbeda secara mendasar, yaitu sistem konvensional serta sistem syariah (Ikhsanti et al., 2023).

Lembaga keuangan syariah mencakup bank-bank yang berfungsi mengumpulkan dana melalui deposito dan pinjaman dengan tujuan memperoleh keuntungan sekaligus mendukung pembangunan masyarakat dan kesejahteraan sosial. Selain itu, lembaga non-bank seperti perusahaan asuransi Islam dan Baitul Mal wa Tamwil (BMT) berperan penting dalam penyediaan pengelolaan risiko serta layanan keuangan berbasis nilai-nilai syariah (Mukharom et al., 2024).

Indonesia sebagai negara komunitas muslim terbesar di dunia, pada semester I/2025 dengan jumlah penduduk muslim Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 249 juta jiwa atau sekitar 87,14% dari total populasi nasional yaitu sekitar 284 juta jiwa (BPS, 2025). Hal ini menjadikan peluang untuk

lembaga keuangan syariah untuk semakin meningkat berbagai lembaga keuangan syariah terutama peran sistem berbasis koperasi. Sistem ini, yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 2004 dengan nama Sistem Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), kemudian berkembang dan berganti nama pada tahun 2015 menjadi Sistem Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Perkembangan ini mencerminkan potensi sektor yang terus berkembang dan beragam peluang yang tersedia (Lailiyah et al., 2022).

KSPPS tergolong dalam lembaga keuangan berskala mikro yang beroperasi sesuai dengan prinsip Islam. Berdasarkan Permenkop UKM RI Nomor 11 Tahun 2017 KSPPS yang kegiatan usahanya bergerak sesuai prinsip syariah menyediakan produk simpanan, pinjaman, dan pembiayaan, serta mengelola dana sosial seperti zakat, infaq, sedekah, dan wakaf bagi para anggotanya (Pradana et al., 2025).

Tabel 1.1 Koperasi dan Koperasi Syariah di Indonesia
Tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah Koperasi	Jumlah Koperasi Syariah
2020	127.124	3827
2021	127.846	3851
2022	130.354	3912
2023	147.540	4011

Sumber : Hasil olah data BPS dan kemenkopukm, 2024

Berlandaskan tabel 1.1 tercatat peningkatan jumlah yang cukup signifikan khususnya pada koperasi syariah di Indonesia. Kondisi ini menunjukkan adanya minat yang masih tinggi terhadap bentuk usaha koperasi syariah di tengah masyarakat. Peningkatan jumlah koperasi syariah tersebut juga menciptakan

potensi persaingan antar koperasi syariah khususnya dalam pengembangan produk yang dimiliki. Dalam menghadapi kondisi tersebut, koperasi didorong untuk berinovasi dan menghadirkan produk-produk yang sejalan dengan nilai-nilai syariah sekaligus bisa menjawab dan menyesuaikan dengan kebutuhan anggota secara optimal.

Kondisi serupa juga tercermin di wilayah Kota Pekalongan, Data pertumbuhan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan KSPPS di Kota Pekalongan memperlihatkan tren yang relatif stabil dalam beberapa tahun terakhir. Dengan meningkatnya KSPPS menjadikan koperasi di Kota Pekalongan untuk terus berupaya menciptakan produk-produk keuangan yang kompetitif dan relevan dengan kebutuhan lokal.

Tabel 1.2 Koperasi Simpan Pinjam Non Syariah dan Koperasi Simpan Pinjam Syariah di Kota Pekalongan Tahun 2021-2024

Tahun	Jumlah Koperasi Simpan Pinjam Non Syariah	Jumlah Koperasi Simpan Pinjam Syariah
2021	17	15
2022	18	15
2023	18	17
2024	18	17

Sumber : Hasil olah data Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Pekalongan, 2025

Salah satu lembaga keuangan unit koperasi yakni KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan yang berdiri pada tanggal 7 Agustus 1995, KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan ini memiliki produk pembiayaan dan simpanan, produk pembiayaan yang ditawarkan yakni Pembiayaan Mudharabah, Musyarokah, Murobakhah, Al Qorhul Hasan, Pembiayaan Multijasa, Pembiayaan Kepemilikan Barang Elektronik dan Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor. Selain itu,

beberapa produk simpanan seperti Simpanan SIMAPAN (simpanan masa depan), SIFITRI (simpanan idul fitri), SMESS (simpanan menuju sejahtera plus), Deposito, Pentertaan Modal, TAFAQUN (tabungan manfaat aqiqoh dan qurban). Simpanan Pendidikan, TAHAJUD (tabungan haji dan usia lanjut), SIMPATIQ, UMRAH dan Simpanan Merdeka.

Produk terbaru dari KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan yakni simpanan merdeka kelebihan produk ini yakni karena setorannya hanya sekali tiap bulannya sebesar Rp 50.000,-, dan ada undian berupa satu paket emas, hadiah tersebut diundi sebelum adanya kegiatan penarikan atau pengambilan simpanan merdeka yakni mulai tanggal 8 Agustus sampai 31 Agustus. Selain itu, simpanan merdeka ini salah satu bentuk inovasi produk simpanan yang dikembangkan oleh KSPPS BMT Istiqlal Pekalongan, inovasi ini lahir dari respons terhadap realitas sosial di masyarakat, di mana menjelang momen-momen tertentu seperti peringatan hari kemerdekaan pada bulan Agustus, seringkali muncul berbagai kegiatan sosial, khususnya pasar jajan gratis yang sedang populer di Pekalongan. Jika di seluruh penjuru Indonesia biasanya memeriahkan hari kemerdekaan Indonesia dengan mengadakan berbagai perlombaan, masyarakat Pekalongan khususnya mempunyai tradisi tersendiri selain dari perlombaan agustusan yakni dengan mengadakan pasar jajan gratis (Widayanti et al., 2025).

Tabel 1.3 Data Perkembangan Anggota
Produk Simpanan Merdeka

Jenis Simpanan	Jumlah Anggota 2022	Jumlah Anggota 2023	Jumlah Anggota 2024
Simpanan Merdeka	710	1293	1493

Sumber : Data diolah, 2025

Sebagai mana terlihat pada tabel 1.3 selama produk simpanan merdeka diluncurkan jumlah anggota produk simpanan merdeka selalu mengalami peningkatan jumlah anggota. Pada tahun 2022 tercatat sebanyak 710 anggota, kemudian pada tahun 2023 terjadi peningkatan sebesar 1293 anggota yang artinya bertambah sejumlah 583 anggota dari tahun sebelumnya. Terakhir pada tahun 2024 tercatat sebanyak 1493 anggota, meskipun pada tahun 2024 laju pertumbuhannya melambat dengan hanya terjadi penambahan sebesar 200 anggota dari tahun 2023. Keadaan ini memperlihatkan meskipun pertambahan anggota setiap tahun tidak selalu stabil namun mengalami atusias masyarakat cukup tinggi dalam menggunakan produk simpanan merdeka.

Tabel 1.4 Data Kemajuan Anggota Simpanan

NO	Macam Tabungan	Jumlah Anggota 2024	Presentase (%)
1	SIFITRI	7.124	35,05
2	SIMAPAN	8950	44,03
3	TAF AQUR	355	1,75
4	SIMPATIQ	259	1,27
5	Ziarah	90	0,44
6	Umroh	21	0,10
7	TAHAJUD	73	0,36
8	Pendidikan	271	1,33
9	SMESS	1409	6,93
10	Deposito	281	1,38
11	Merdeka	1493	7,35
Total		20.326	100,00

Sumber : Data diolah, 2025

Pada tabel 1.4 meskipun tergolong produk yang paling baru diluncurkan, jumlah anggota simpanan merdeka pada tahun 2024 yaitu sebanyak 1.493 anggota tercatat berada di posisi ketiga tertinggi dari seluruh produk simpanan yang dimiliki KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan. Kondisi ini

menunjukkan bahwa simpanan merdeka tergolong produk yang berkembang pesat dan cukup diminati oleh anggota dalam kurun waktu yang relatif singkat sejak diluncurkan. Fenomena inilah yang mengindikasikan adanya faktor-faktor tertentu yang mendorong keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka. Oleh karena itu, faktor faktor tersebut akan dipakai sebagai variabel dalam penelitian ini.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan anggota yakni kemampuan lembaga dalam menginformasikan dan mengenalkan produknya melalui berbagai media pemasaran. Promosi berperan penting dalam menyampaikan pesan produk secara menarik dan mudah diakses oleh calon anggota melalui berbagai bentuk media informasi, seperti media sosial (Walida Mustamin & Jasri, 2022). Promosi ialah bentuk komunikasi pemasaran guna menyampaikan informasi, mempengaruhi, serta mengingatkan target pasar agar melakukan pembelian dan tetap setia pada suatu merek atau produk (Bella et al., 2023).

Menurut penelitian yang dilaksanakan Oktaviani et al. (2022) memperlihatkan bahwasanya promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, yang bermakna semakin intensif dan tepat strategi promosi yang diterapkan akan meningkatkan kemungkinan nasabah untuk memutuskan menggunakan produk yang ditawarkan. Namun, hasil ini tidak selaras dengan temuan Winanti et al. (2021) memperlihatkan bahwasanya promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah,

sehingga promosi tidak menjadi faktor dominan bagi nasabah dalam pengambilan keputusannya.

Selain promosi, kelompok referensi juga berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam penggunaan produk simpanan. Menurut Pramudi (2015) Kelompok acuan memainkan peran penting dalam membentuk perilaku individu dengan menetapkan norma, standar, dan nilai-nilai yang membimbing tindakan mereka. Kelompok tersebut dapat memengaruhi anggota dalam menentukan keputusan anggota dalam menggunakan simpanan, baik yang berasal dari kelompok primer seperti keluarga dan teman dekat, maupun kelompok sekunder yang menjadi acuan dalam bertindak.

Dalam Penelitian Laeli (2024) menunjukkan adanya pengaruh antara kelompok referensi dengan keputusan nasabah, yang memperlihatkan bahwasanya individu cenderung mempertimbangkan perspektif, pengalaman, dan rekomendasi dari orang-orang di sekitarnya dalam mengambil keputusan penggunaan produk keuangan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan temuan dari Lissabela (2024) bahwasanya kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota.

Kepercayaan memegang peran krusial dalam membentuk keputusan pelanggan, sebab konsumen cenderung mempercayai janji pemasar dan mengandalkan harapan mereka terhadap keandalan institusional. Ketika kepercayaan sudah terbangun, pelanggan merasa yakin dengan pilihan mereka, sehingga menumbuhkan loyalitas dan memperkuat korelasi keseluruhan antara konsumen dan merek, yang pada akhirnya mendorong perilaku pembelian yang

sukses (Hermawati, 2023). Dalam perbankan syariah, kepercayaan anggota dipupuk melalui pemenuhan harapan secara konsisten dan penyediaan layanan yang memberikan hasil optimal. Ketika nasabah merasakan solusi keuangan yang andal, etis, dan transparan, kepercayaan mereka terhadap lembaga akan menguat, sehingga menumbuhkan loyalitas jangka panjang serta hubungan yang saling menguntungkan antara anggota dan lembaga, yang berlandaskan pada nilai kepercayaan dan integritas (Fatimah et al., 2025).

Penelitian yang dilaksanakan oleh Febiyanti & Wahyudi (2023) menunjukkan kepercayaan secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan nasabah, Peluang nasabah untuk mengambil keputusan dalam memilih produk keuangan akan semakin tinggi seiring dengan meningkatnya rasa percaya mereka terhadap lembaga tersebut. Namun hasil ini bertolak belakang dengan temuan dari Adam (2022) kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

Berlandaskan adanya kesenjangan penelitian serta dinamika masalah yang dijabarkan, penulis memiliki ketertarikan untuk menelaah topik tersebut secara mendalam yang kemudian dirumuskan dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kelompok Referensi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Simpanan Merdeka (Studi Kasus Pada Anggota KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini yakni:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka?
2. Apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka?
4. Apakah promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan pada pertanyaan penelitian, maka tujuan diadakan penelitian ini yakni:

1. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka.
2. Mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka.
3. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka.
4. Mengetahui pengaruh promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, yakni:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di sektor perbankan, serta dapat menjadi acuan dalam memahami promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan dalam mempengaruhi keputusan menggunakan produk.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan ketika menyusun strategi pemasaran, khususnya untuk mengoptimalkan kegiatan promosi, memperkuat peran kelompok referensi, dan membangun kepercayaan anggota sehingga dapat meningkatkan serta mempertahankan anggota.

b. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam peningkatan ketersediaan serta mutu sumber belajar di lingkungan akademik, khususnya bagi mahasiswa yang mempelajari ekonomi islam. Selain itu, dapat membantu meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai prinsip dan praktik perbankan syariah.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memperluas wawasan pembaca sekaligus menjadi rujukan pertimbangan bagi akademisi yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, khususnya yang berkaitan

dengan perbankan, promosi, kelompok referensi, kepercayaan, dan keputusan anggota.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ialah deskripsi mengenai tatanan penulisan penelitian yang disajikan secara kronologis dan sistematis guna membantu pembaca memahami isi penelitian secara lebih jelas. Adapun penyusunannya:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian awal menjabarkan alasan dilaksanakan penelitian beserta fenomena yang melatarbelakngannya terkait perkembangan koperasi syariah di Indonesia yang semakin meningkat dan menyebabkan persaingan antar lembaga keuangan syariah menjadi semakin ketat. Kondisi tersebut mendorong koperasi untuk terus melakukan inovasi produk sesuai kebutuhan masyarakat. KSPSS BMT Istiqlal Pekalongan sebagai salah satu lembaga keuangan syariah menghadirkan produk simpanan merdeka sebagai bentuk inovasi produk simpanan. Pada bab ini juga dijelaskan mengenai identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang terkait pengaruh promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan terhadap keputusan anggota menggunakan simpanan merdeka di KSPSS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian kedua menjabarkan berbagai teori yang dijadikan acuan penelitian, yakni *Theory Planned Behavior (TPB)* sebagai *grand theory* serta teori yang berkaitan dengan promosi, kelompok referensi, kepercayaan, dan keputusan

anggota dalam menggunakan produk simpanan merdeka. Selain itu, memaparkan berbagai penelitian terdahulu yang relevan, membahas kerangka berpikir yang menggambarkan alur keterkaitan antar variabel penelitian, serta hipotesis yang dirumuskan sebagai dugaan sementara atas permasalahan yang diteliti yakni pengaruh promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan terhadap keputusan anggota menggunakan simpanan merdeka baik secara parsial maupun simultan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ketiga menjabarkan metode yang digunakan yakni jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, serta definisi operasional variabel penelitian. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.493 anggota dengan sampel sebanyak 94 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26 melalui uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian keempat memaparkan hasil penelitian meliputi karakteristik responden, hasil penyebaran kuesioner, hasil pengujian instrumen penelitian, hasil analisis data, serta pembahasan terkait pengaruh promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan terhadap keputusan anggota menggunakan simpanan merdeka. Berdasarkan hasil uji, promosi dan kepercayaan berpengaruh

signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan simpanan merdeka, sedangkan kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan simpanan merdeka. Selain itu, secara simultan promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan simpanan merdeka.

BAB V : PENUTUP

Bagian terakhir menjabarkan kesimpulan, memuat ringkasan serta saran yang diberikan kepada pihak terkait. Saran tersebut diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan maupun bagi penelitian selanjutnya agar dapat memberikan kontribusi yang lebih baik di masa mendatang.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan mengenai pengaruh promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk simpanan merdeka pada KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka. Hal ini berarti bahwa promosi melalui periklanan di media sosial, penyebaran brosur, serta adanya undian hadiah mampu menarik perhatian anggota, meningkatkan pengetahuan terhadap produk, serta mendorong anggota untuk menggunakan produk simpanan merdeka di KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan.
2. Variabel kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk simpanan merdeka. Hal ini berarti bahwa meskipun anggota memperoleh saran dan informasi mengenai produk tersebut dari tetangga, teman, maupun anggota lainnya, hal tersebut belum mampu memberikan pengaruh yang kuat dalam menentukan keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka di KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan.
3. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan produk simpanan merdeka. Hal ini berarti bahwa kepercayaan

anggota yang terbentuk karena konsistensi dalam pelayanan, memiliki reputasi yang baik, serta bersikap jujur dengan kesesuaian antara promosi dan produk yang ditawarkan, mendorong anggota untuk menggunakan produk simpanan merdeka di KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan.

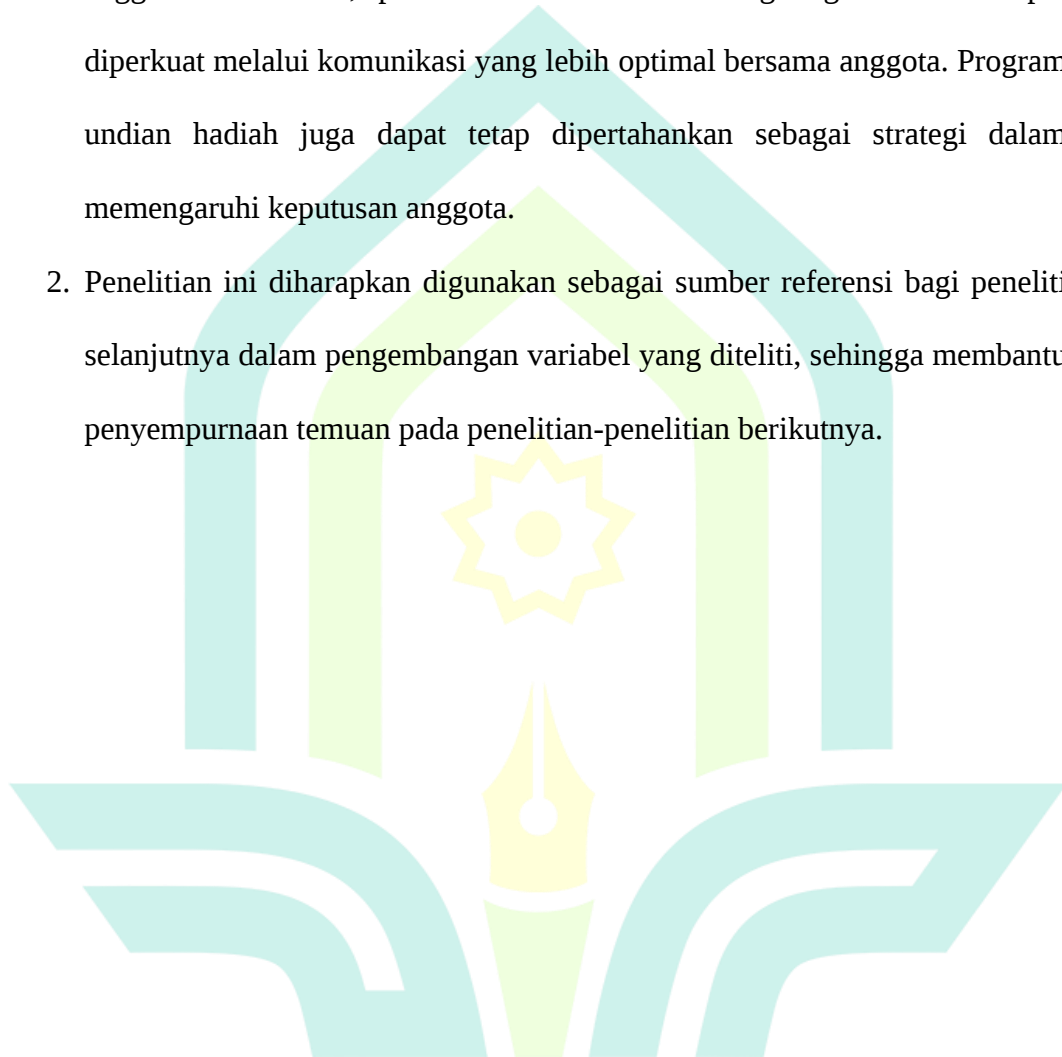
4. Variabel promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk simpanan merdeka. Hal ini berarti bahwa ketiga variabel tersebut secara kolektif menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam menggunakan produk simpanan merdeka di KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel yang diteliti hanya mencakup tiga faktor, yaitu promosi, kelompok referensi, dan kepercayaan. Hal ini menjadikan sejumlah aspek lain yang turut berkontribusi terhadap keputusan anggota dalam menggunakan simpanan merdeka belum dapat ditelaah secara menyeluruh.
2. Cakupan penelitian hanya berfokus pada satu produk, yaitu simpanan merdeka di KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan pengaruh pada produk simpanan lainnya.
3. Jumlah sampel dalam penelitian ini masih terbatas, sehingga belum mampu mempresentasikan keseluruhan populasi anggota KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan secara keseluruhan.

C. Implikasi

1. Diharapkan kepada KSPPS BMT Istiqlal Kantor Pusat Kota Pekalongan untuk terus meningkatkan penyampaian informasi produk serta menjaga konsistensi pelayanan dan operasional untuk mempertahankan kepercayaan anggota. Selain itu, peran rekomendasi dari lingkungan sekitar dapat diperkuat melalui komunikasi yang lebih optimal bersama anggota. Program undian hadiah juga dapat tetap dipertahankan sebagai strategi dalam memengaruhi keputusan anggota.
2. Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai sumber referensi bagi peneliti selanjutnya dalam pengembangan variabel yang diteliti, sehingga membantu penyempurnaan temuan pada penelitian-penelitian berikutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 107–132. <http://doi.org/10.0.220.116/jocis.v1i1.97>
- Addini, S. Z., Fay, F. Della, & Ramadani, S. (2023). Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 161–166. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Afif Ridho, A., Ma'ani, B., & Arifullah, M. (2023). Pengaruh Persepsi, Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah Bank 9 Jambi Syari'ah Kota Jambi. *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 1(2), 95–110. <https://doi.org/10.38035/jhesm.v1i2.73>
- Afriyanti, N. (2021). Theory of Planned Behavior Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. CV. Brimedia Global.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Apriliana, U. (2023). Pengaruh Promosi, Pendapatan Nasabah Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Sifitri (Simpanan Idul Fitri) (Studi Kasus Pada Kspps Bmt An-Najah Kc. Bojong). Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Aziz, M. F., & Jayanto, P. Y. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Dalam Menyimpan Dana Di KSPPS Kota Semarang. *Econbank: Journal of Economics and Banking*, 3(1), 27–36. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i1.120>
- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125–144. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.157>
- BPS. (2025). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa)*, 2025. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Guepedia.

- Farhan, F., Rukmanah, Y. H., Zalzal, G. G., & Prakosa, A. (2024). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Religiositas pada Niat Menggunakan Layanan Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 5(2), 197–210.
- Fatimah, S., Gani, N., & Umar, H. (2025). *Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan melalui Komunikasi Pemasaran sebagai Variabel Moderating terhadap Loyalitas pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Enrekang*. 02(01), 1623–1631.
- Febiyanti, A. I., & Wahyudi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung di BMT Mazaya. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 4(2), 201–218. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v4i2.208>
- Fitri, W. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Kesadaran Brand Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada PT. BSI Cabang Lampriet Disusun. *Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, 1–23.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit - Universitas Diponegoro.
- Gunardi, A. D. (2024). *Pengaruh Kelas Sosial Dan Kelompok Referensi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Skintific di Jawa Tengah)*.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14–28. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18>
- Ikhsanti, N., Sudrajat, A. S. S. N. S., Hergastyasmawan, A., Rusmalinda, S., Sholihah, N. A., Marlin, K., Fitria, N., Jamilah, A. Z., Wahyuni, E., Suhendar, F. R., Awwal, M. A. F., Rohima, S., Meila, K. D., Nengsih, I., Rafsanjani, H., Dewianty, S., & Siregar, M. L. (2023). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (M. Rizal Kurnia (Ed.)). Pt Sada Kurnia Pustaka.
- Islami, S. N., Ningrum, N. P., & Salim, M. N. (2025). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung Produk Simpanan Idul Fitri di BMT Mubarakah Kudus*. 7(2), 1112–1124.
- Kamal, M. N. (2022). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Mudharabah (Studi kasus di BPRS khasanah ummat tambaksari, kembaran, banyumas)*. <http://repository.uinsaizu.ac.id/13221/1>

- Karomah, L. A. K., & Nurhidayati, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro Di Bprs Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(2), 161–174.
- Laeli, R. (2024). *Pengaruh Linerasi Keuangan Syariah, Kelompok Referensi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah BSI KCP Batang*. Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Lailiyah, A., Hakimb, I., & Agustin, A. F. (2022). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menyimpan Dana Di Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Mandiri Sejahtera Jawa Timur*. 197–205.
- Lesmana, A. Z. (2022). *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Mega Syariah KC Iskandar Muda)*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/18238%0Ahttps://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18238/1/188320265> - Athifah Zalfa Lesmana - Fulltext.pdf
- Lestari, I. A., & Awali, H. (2023). Pengaruh Sharia Compliance, Religiositas, Kepercayaan (trust) dan Corporate Image Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(2), 164–174. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i2.1215>
- Lissabela, T. (2024). *Pengaruh Kelompok Referensi, Kepercayaan, Promosi dan Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Simpanan Masyarakat (SIMAS) Di KSPPS Kopsim Nu Batang*. Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maemunah, H., & Mauludin, M. N. (2021). Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus pada BMT Beringharjo Cabang Ponorogo). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 4(01), 1117–1131. <https://doi.org/10.21111/jiep.v4i01.5669>
- Mukharom, M., Nuryanto, A. D., & El Ula, K. A. (2024). Peran Lembaga Keuangan Sosial Syariah Di Indonesia Menuju Tranformasi Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 365–382. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i1.335>
- Mulyanto, anna wulandari heru. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).

<https://publisher.alungcipta.com/books/keputusan-pembelian-konsumen/>

- Oktaviani, R. P., Indriastuti, H., & ZA, S. Z. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji (MABRUR) Studi pada Bank BRI Syariah Cabang Samarinda Seberang. *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(1), 105–114.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. WIDYA GAMA PRESS.
- Pasolong, D. H. (2023). Teori Pengambilan Keputusan. In *Penerbit Alfabeta, Bandung* (x).
- Pradana, A. Y., Koperasi, D., & Kabupaten, P. (2025). *Upaya Membangun Strategi Bagi Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Di Kabupaten Tegal*. 17(2), 485–502.
- Putra, B. D., & Hermanto, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. Bank NTB Syariah KCP Lunyuk). *Journal Of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 1003–1014.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Konsumen Teori*.
- 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. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3201>
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen*. CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Rahman, F., Fajar, A., Efendi, J., & ... (2025). Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Bertransaksi Simpanan Akad Mudharabah di Bprs Pamekasan. *Al-Maqashid: Journal ...*, 05(01), 49–60.
<http://ejournal.unsuda.ac.id/index.php/Maqashid/article/view/2092%0Ahttps://ejournal.unsuda.ac.id/index.php/Maqashid/article/download/2092/1036>
- Rahmawati, S. H. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus Pada Simpanan Serbaguna di KSPPS SM NU Cabang Wiradesa)*. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Ramadhani, H. M., Rahmi, M., & Fathoni, M. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan

Menjadi Nasabah Bank. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(1), 689–704.

Rifa'i, K. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan. *Journal Zifatama Publisher*, 1–191. http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku_Membangun_Loyalitas_Pelanggan_Oleh_Dr._Khamdan_Rifa'i%2c_Se.%2cm.Si.Pdf

Sartika, D. (2020). Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *JIGC: Journal of Islamic Guidance and Counseling*, 4(1), 51–70. <https://jigc.dakwah.uinjambi.ac.id/index.php/jigc/article/view/40>

Satriady, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya). *MINISTAL: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.54259/ministal.v1i1.311>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV ALFABETA.

Sulle, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kapi). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(1), 101–109. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i1.862>

Suprpto, R., Susanti, N. I., & Ferikha, Z. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Sempu. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 28–39. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1280>

Syaifudin, A. A., & Silvia, D. R. (2023). Implementasi dan Peran Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kepercayaan Anggota KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras Bojonegoro. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 22–41. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i1.580>

Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*.

Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In *Multi Pustaka Utama*.

Walida Mustamin, S., & Jasri. (2022). Analisis Pengaruh Quality service dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1689–1698. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4462>

Wardana, M. A., & Juniarta, P. P. (2022). *Pembentukan Niat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah* (E. Yuliani (ed.)). CV. Intelektual Manifes Media.

Widayanti, R. L., Aris, M., & Adinugraha, H. (2025). *Mengeksplor Tradisi Pasar Jajan Gratis : Dampaknya Terhadap*. 17(1), 118–123.

Widyasari, Q., & Sukaris, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Haji Rtjh (Studi Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(2), 174. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15447>

Winanti, W., Bahri, S., Nurbaeti, A., & Novita, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah Di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 5(2), 273–298. <https://doi.org/10.37726/ee.v5i2.172>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

