

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PENGETAHUAN PRODUK  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG DI KSPPS SM NU CABANG SRAGI**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**FINA NURUL IZAH**

**NIM. 4219086**

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

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PENGETAHUAN PRODUK  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
MENABUNG DI KSPPS SM NU CABANG SRAGI**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**FINA NURUL IZAH**

**NIM. 4219086**

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fina Nurul Izah

NIM : 4219086

Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth*, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya 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, 27 September 2023

Yang menyatakan



**Fina Nurul Izah**  
NIM. 4219086

## NOTA PEMBIMBING

**Husni Awali, M.M.**

Stain Residence Wangandowo, Bojong, Kab. Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Fina Nurul Izah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : FINA NURUL IZAH

NIM : 4219086

Judul Skripsi : **PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PENGETAHUAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI KSPPS SM NU CABANG SRAGI**

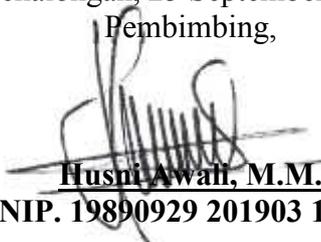
Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 25 September 2023

Pembimbing,



**Husni Awali, M.M.**  
**NIP. 19890929 201903 1 016**



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

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [febi.umgawidur@uic.id](mailto:febi.umgawidur@uic.id)

**PENGESAHAN**

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

Nama : **Fina Nurul Izah**  
NIM : **4219086**  
Judul : **Pengaruh *Word Of Mouth*, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di KSPPS SM NU Cabang Sragi**  
Dosen Pembimbing : **Husni Awali, M.M**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 26 Oktober 2023 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Aenurofik M.A.

NIP. 19820120 201101 1 001

Penguji II

Versiandiko Xudha Pratama M.M.

NIP. 19910116 201903 1 006

Pekalongan, 1 November 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

NIP. 19750220 199903 2 001

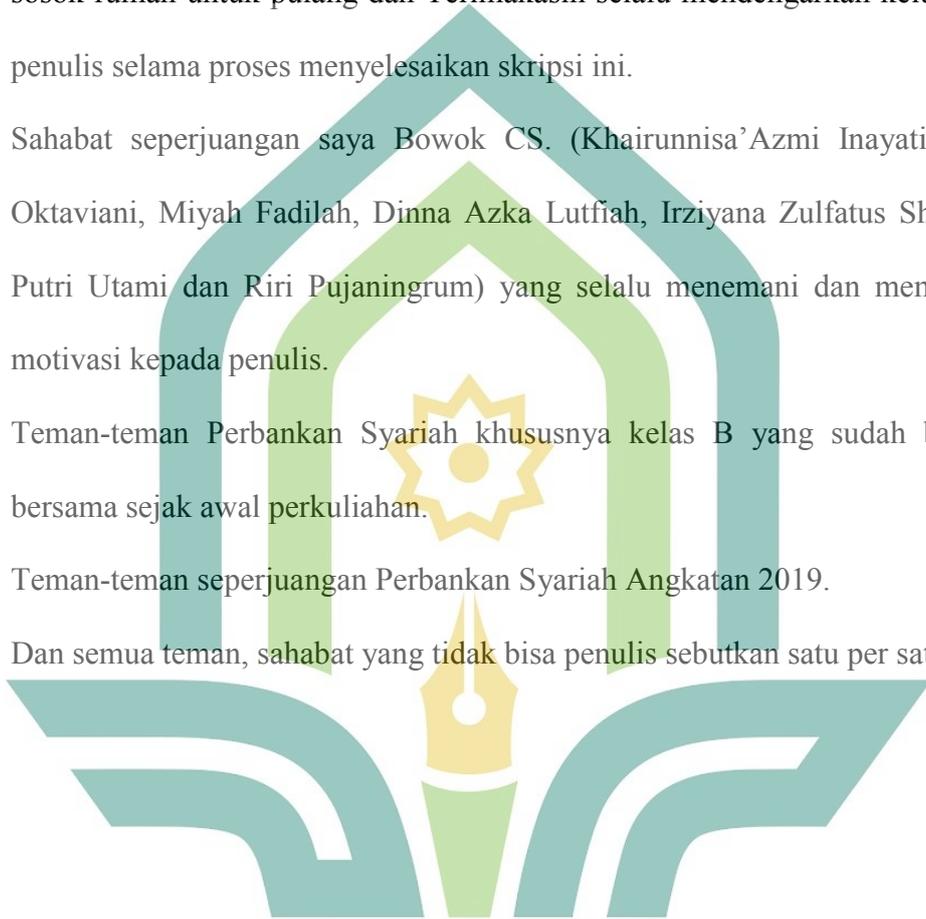
## PERSEMBAHAN

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. Kedua orang tua tercinta, Bapak Muchtar Abas dan Almarhumah Ibu Khumidah yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang yang tulus yang tidak terhenti untuk keberhasilan putri terakhirnya.
2. Teruntuk diri saya sendiri yang sudah berjuang, bersabar dan bertahan sampai sejauh ini.
3. Kakak dan Adikku (Mas Farid, Mba Lida, Mba Nana, Musa) yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
4. Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Husni Awali, M.M yang sangat peduli dengan anak didiknya untuk lulus tepat waktu dan pastinya selalu sabar dalam

membimbing, memberi masukan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Nur Faizin seseorang yang sudah kebersamai penulis, selalu memberikan motivasi, cinta, kasih sayang, kepedulian, dan doa. Terimakasih telah menjadi sosok rumah untuk pulang dan Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat seperjuangan saya Bowok CS. (Khairunnisa'Azmi Inayati, Risma Oktaviani, Miyah Fadilah, Dinna Azka Lutfiah, Irziyana Zulfatus Shiyamah, Putri Utami dan Riri Pujaningrum) yang selalu menemani dan memberikan motivasi kepada penulis.
7. Teman-teman Perbankan Syariah khususnya kelas B yang sudah berjuang bersama sejak awal perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2019.
9. Dan semua teman, sahabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.



## **MOTTO**

**“Setiap orang ada masanya, Setiap masa ada orangnya”**

Allah tidak akan meletakkanmu pada situasi yang tak mampu kamu selesaikan.



## ABSTRAK

### **FINA NURUL IZAH. Pengaruh *Word Of Mouth*, Pengetahuan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di KSPPS SM NU Cabang Sragi.**

Sebagian besar masyarakat yang beragama Islam sekarang lebih hati-hati dalam menjalankan berbagai perintah dan ajaran agamanya untuk menghindari kerja sama maupun negosiasi dengan lembaga keuangan konvensional yang berjalan dengan sistem riba, walaupun mereka tahu bahwa lembaga ini mempunyai andil dalam memajukan pembangunan ekonomi bangsa. Lembaga keuangan yang bukan konvensional menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Salah satunya adalah yang berbentuk Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Saat ini perkembangan Lembaga Keuangan Syariah terus mengalami kenaikan. Salah satunya Koperasi Syariah, KSPPS sendiri tentunya memiliki persaingan yang ketat antar Lembaga Keuangan Syariah lainnya. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah berbagai macam Koperasi Syariah yang berkembang dan terus meningkat dalam hal positif. Hal ini menandakan bahwa masyarakat mulai banyak yang memutuskan untuk menggunakan produk dan jasa yang ada di Koperasi Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *word of mouth*, pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.

Jenis penelitian yang diambil dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi yang diambil yaitu anggota yang menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi sejumlah 767 orang, dengan sampel sebanyak 90 responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner atau angket.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Word Of Mouth* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi. (2) Pengetahuan Produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi. (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi. 4) *Word Of Mouth*, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.

**Kata kunci : *Word Of Mouth*, Pengetahuan Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Menabung.**

## ABSTRACT

**FINA NURUL IZAH. The Influence Of *Word Of Mouth*, Product Knowledge, and Service Quality On Saving Decisions at KSPPS SM NU Pekalongan Sragi Branch.**

Most people who are Muslim are now more careful in carrying out the various commands and teachings of their religion to avoid collaborating or negotiating with conventional financial institutions that run on a usury system, even though they know that these institutions have a role in advancing the nation's economic development. Non-conventional financial institutions are a solution to this problem. One of them is in the form of a Sharia Savings and Loans and Financing Cooperative (KSPPS). Currently, the development of Sharia Financial Institutions continues to increase. One of them is the Sharia Cooperative, KSPPS itself, of course has tight competition between other Sharia Financial Institutions. This can be seen from the increasing number of various types of Sharia Cooperatives which are developing and continuing to increase in positive terms. This indicates that many people are starting to decide to use the products and services available at the Sharia Cooperative. This research aims to empirically test the influence of word of mouth, product knowledge and service quality on savings decisions at KSPPS SM NU Sragi Branch.

The type of research taken in this research is field research with a quantitative approach. In this study, the population taken was 767 members who saved at KSPPS SM NU Sragi Branch, with a sample of 90 respondents and the sampling technique used was probability sampling with the type of accidental sampling. In this research, researchers used data collection techniques, namely questionnaires.

The results of this research show that (1) *Word of Mouth* has a significant and positive effect on savings decisions at KSPPS SM NU Sragi Branch. (2) Product knowledge has a significant and positive effect on savings decisions at KSPPS SM NU Sragi Branch. (3) Service quality has a significant and positive effect on savings decisions at KSPPS SM NU Sragi Branch. 4) *Word of Mouth*, Product Knowledge and Service Quality jointly (simultaneously) influence the decision to save at KSPPS SM NU Sragi Branch.

**Keywords : *Word Of Mouth*, Product Knowledge, Service Quality, and Saving Decisions.**

## KATA PENGANTAR

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin S.E., M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak H. Muhammad Shulthoni, LC., M.A., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Husni Awali, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
7. Bapak Ali Amin Isfandiar, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu serta bimbingan kepada penulis.

9. Seluruh staff dan karyawan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan khususnya bagian Akademik Program Studi Perbankan Syariah atas pelayanannya.
10. Pihak KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Sragi yang telah memberikan izin untuk penelitian skripsi ini.
11. Seluruh responden dalam penelitian saya yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Pekalongan, 27 September 2023



*Fina Nurulizah*  
Fina Nurulizah  
NIM. 4219086

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	14
A. Landasan Teori .....	14
B. Telaah Pustaka.....	27
C. Kerangka Berpikir .....	32
D. Hipotesis .....	33

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
B. Setting Penelitian .....	37
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	38
D. Variabel Penelitian .....	40
E. Sumber Data .....	42
F. Teknik Pengumpulan Data .....	42
G. Metode Analisis Data .....	44
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	50
A. Gambaran Umum .....	50
B. Deskripsi Data .....	52
C. Analisis Data .....	56
D. Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	73
A. Kesimpulan .....	73
B. Keterbatasan Penelitian .....	73
C. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	81
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	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 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 itu adalah sebagai berikut.

### 1. 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 :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
س	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُ = ū

## 3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة      ditulis      *fātimah*

## 4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddad tersebut. Contoh:

ربنا      ditulis      *rabbānā*

البر      ditulis      *al-birr*

## 5. Kata sandang (artikel)

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

الشمس      ditulis      *asy-syamsu*

الرجل      ditulis      *ar-rajulu*

السيدة      ditulis      *as-sayyidah*

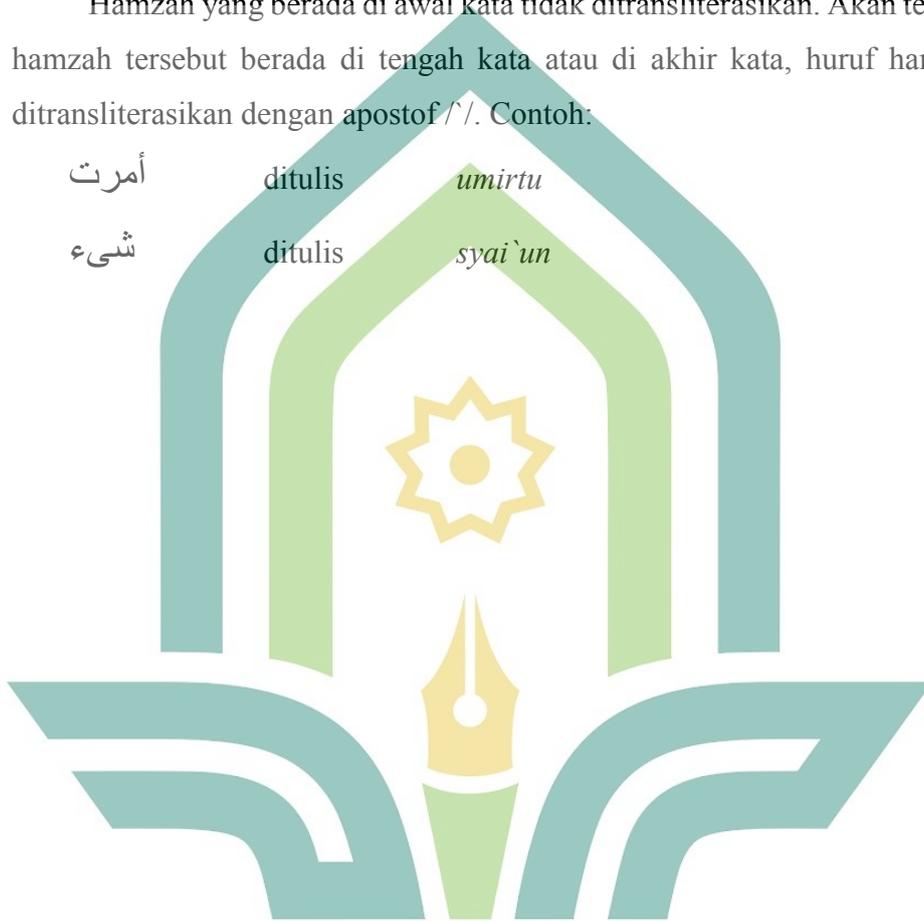
Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

## 6. Huruf hamzah

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

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Anggota.....	3
Tabel 2.1	Telaah Pustaka .....	27
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	54
Tabel 4.5	Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	55
Tabel 4.6	Karakteristik Berdasarkan Lama Menjadi Anggota .....	55
Tabel 4.7	Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Tabungan .....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas .....	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	60
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.14	Hasil Uji T ( Parsial) .....	63
Tabel 4.15	Hasil Uji F (Simultan).....	64
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	65

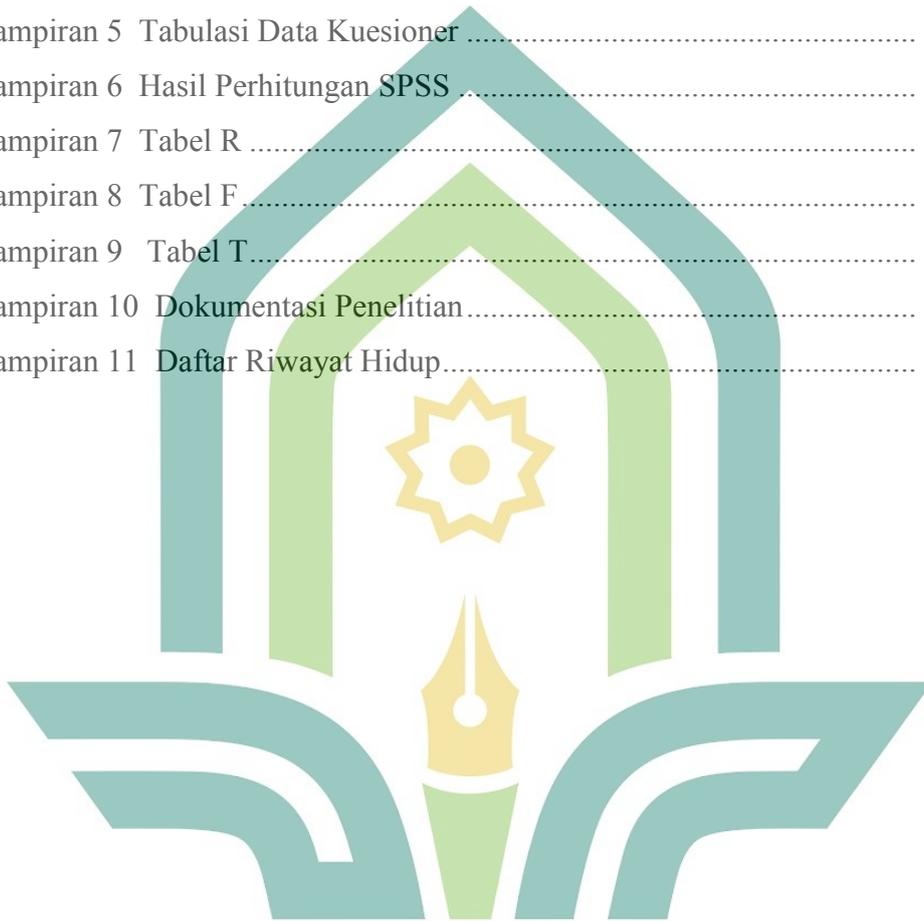
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 4.1	Gambar Scatterplot Uji Heterokedastisitas .....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	I
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	II
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	III
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden.....	X
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner .....	XV
Lampiran 6 Hasil Perhitungan SPSS .....	XIX
Lampiran 7 Tabel R .....	XXVII
Lampiran 8 Tabel F.....	XXVIII
Lampiran 9 Tabel T.....	XXIX
Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian.....	XXIX
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup.....	XXX



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam. Sebagian besar masyarakat yang beragama Islam sekarang lebih hati-hati dalam menjalankan berbagai perintah dan ajaran agamanya untuk menghindari kerja sama maupun negosiasi dengan lembaga keuangan konvensional yang berjalan dengan sistem riba, walaupun mereka tahu bahwa lembaga ini mempunyai andil dalam memajukan pembangunan ekonomi bangsa. Dalam situasi ini hanya sedikit dari umat Islam yang tertarik untuk menggunakan fasilitas kredit berbunga dari lembaga konvensional, sebaliknya mereka lebih suka mencari jalur alternatif di luar Lembaga perbankan untuk segala kebutuhan yang terkait dengan bisnis (Annida, 2019).

Lembaga keuangan yang bukan konvensional menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Salah satunya adalah yang berbentuk Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Koperasi adalah suatu bentuk badan usaha bersama yang bermaksud guna meningkatkan kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip syariah yang dilandasi konsep tolong menolong dan diharapkan mampu membangun dan memajukan perekonomian masyarakat. KSPPS sendiri memiliki cara yang spesifik dalam menjalankan kegiatan usahanya dalam menghimpun simpanan dan menyalurkannya, yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota untuk memajukan usaha dan kesejahteraannya (UU No. 25 Tahun 1992).

Tentunya Koperasi Syariah memiliki persaingan ketat antar Lembaga keuangan syariah yang lain. Oleh sebab itu, KSPPS harus mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah anggota dan mempertahankan anggota lama. Upaya yang dapat dilakukan dalam menunjang hal tersebut adalah dengan menumbuhkan sikap yang ramah dan santun terhadap anggota. Lembaga keuangan syariah pada saat melakukan kegiatan pemasaran pastinya tidak terlepas dari suatu hal yang bisa mengusahakan untuk menarik minat nasabah. Dalam hal ini perusahaan memiliki karakteristik tersendiri untuk melakukan berbagai macam strategi pemasaran yang ada dengan konsisten. Media komunikasi yang paling umum digunakan adalah berbagai alat seperti brosur, pamflet, iklan, spanduk dan metode lainnya. Kenyataannya, ada bentuk media komunikasi lain seperti *word of mouth* atau biasa disebut dengan komunikasi dari mulut ke mulut yang sejauh ini adalah kegiatan pemasaran yang paling efektif (Maulana, 2020).

Di Pekalongan sendiri sudah berkembang beberapa koperasi syariah, salah satunya adalah KSPPS SM NU yang sudah memiliki beberapa cabang dan beberapa produk tabungan syariah sebagai wadah penghimpun dana masyarakat. Berdasarkan berdirinya KSPPS SM NU bermula keinginan beberapa pengurus Cabang Nahdlatul Ulama kota Pekalongan yang dimotori oleh H. Abdullah Sjatory, S.E., M.M, H. Abu al Mafachir dan H. Ahmad Rofik, B.A mereka beringinan mendirikan badan usaha yang dikelola secara professional, yakni mendirikan koperasi syariah.

KSPPS SM NU telah mengalami kemajuan karena dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah anggota dari tahun ke tahun dan pendirian cabang dimana-mana. KSPPS SM NU sudah memiliki 13 cabang diantaranya KCU Kota Pekalongan, Cabang Kradenan, Cabang Wiradesa, Cabang Siwalan, Cabang Comal, Cabang Pemalang, Cabang Sragi, Cabang Kesesi, Cabang Bojong, Cabang Kajen, Cabang Warungasem, Cabang Batang, dan Cabang Kedungwuni. Berikut adalah data jumlah anggota KSPPS SM NU Cabang Sragi dari tahun 2018 hingga 2022.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Anggota**  
**Pada Produk Tabungan KSPPS SM NU Cabang Sragi**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>
2018	308
2019	364
2020	415
2021	484
2022	767

*Sumber : Data KSPPS SM NU Cabang Sragi*

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa perkembangan jumlah anggota sejak tahun 2017-2022 yang menggunakan produk tabungan mengalami peningkatan jumlah anggota setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa KSPPS SM NU Cabang Sragi mampu bersaing dengan Lembaga koperasi yang lain ditengah-tengah gencaran pesaing yang juga tidak bisa diabaikan.

Dari segi jumlah nasabah, memang lebih unggul KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi daripada KSPPS SM NU Cabang Sragi. Disini bisa dilihat dari data jumlah nasabah KSPPS BMT Nusa Kartika dari tahun ke tahun. Tahun 2018 sejumlah 312 anggota, tahun 2019 sebanyak 588 anggota, tahun 2020

sebanyak 698 anggota, tahun 2021 sejumlah 818 dan tahun 2022 sejumlah 914 anggota. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah nasabah KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi dengan KSPPS SM NU Cabang Sragi jauh berbeda. Namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan masyarakat untuk mencoba mengambil keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi karena dari segi macam-macam produknya dapat membuat masyarakat untuk mempertimbangkannya kembali. Dengan banyaknya macam produk maka akan banyak juga pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan nantinya masyarakat tidak kebingungan akan hal produk mana yang akan digunakan.

Dengan adanya *word of mouth* yang berkualitas dan berjalan dengan baik maka dapat menarik minat anggota untuk memutuskan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi. Selain itu pengetahuan produk yang dimiliki oleh setiap anggota dapat mendukung untuk memutuskan menabung, karena jika pengetahuan produk yang dimiliki oleh setiap anggota rendah maka akan sulit dan tidak tepat atas keputusannya nanti untuk menggunakan suatu produk di KSPPS SM NU Cabang Sragi. Kualitas pelayanan yang diberikan secara terarah dan positif akan memberikan dampak positif terhadap setiap anggota dalam memutuskan menabung.

Salah satu contoh Lembaga keuangan yang telah menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam yaitu KSPPS SM NU Cabang Sragi. KSPPS SM NU Cabang Sragi terbukti mampu bersaing dengan koperasi lain untuk mengambil hati masyarakat sehingga banyak dari mereka tertarik memutuskan untuk

menabung di KSPPS tersebut. Alasan peneliti memilih KSPPS SM NU Cabang Sragi sebagai tempat penelitian karena dengan beragamnya produk tabungan yang dimiliki oleh KSPPS SM NU Cabang Sragi bisa menjadikan alasan untuk masyarakat bisa memilih menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi sesuai dengan yang mereka butuhkan. Banyaknya produk yang ditawarkan oleh KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Sragi yaitu seperti Simpanan Berguna (SIGUN), Simpanan Pendidikan (SIDIK), Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI), Simpanan Wadiah Berhadiah (SIDIA), Simpanan Kurban Sunah Idul Adha (SIKURNIA), Simpanan Wisata Religi, dan Simpanan Multiguna Berjangka (SANTIKA).

Melihat dari perbandingan Koperasi Syariah yang lain, dalam hal ini membandingkan dengan KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi dari segi keberagaman produknya. KSPPS BMT Nusa Kartika Cabang Sragi sendiri juga memiliki beberapa macam produk simpanan sama halnya dengan KSPPS SM NU Cabang Sragi. Tetapi dilihat dari macam-macam produknya tetap unggul KSPPS SM NU Cabang Sragi karena jumlah produknya sendiri pun berbeda. Dan pastinya Koperasi Syariah memiliki keunggulan produknya masing-masing. Macam-macam produk yang ada di KSPPS BMT Nusa Kartika diantaranya NUANSA (Nusa Kartika Arisan Sejahtera), SAFINA (Simpanan Musafir Nusa Kartika), SMART RENCANA (Simpanan Rencana Nusa Kartika) dan SI QURMA (Simpanan Qurban dan Walimah).

Persaingan yang tinggi saat ini ditandai dengan banyaknya produk-produk yang dikeluarkan oleh Lembaga Keuangan Syariah dalam hal ini yaitu Koperasi

Syariah dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan anggota disamping itu nilai suatu produk akan dapat dirasakan oleh anggota melalui manfaat yang ditawarkan oleh produk tersebut jika dibandingkan dengan produk dari Lembaga lain (Dwi Rika, 2021).

Walaupun prinsip syariah yang diterapkan pada KSPPS SM NU Cabang Sragi sangat bagus. Namun, belum menjamin bahwa jumlah nasabah yang menabung akan selalu bertambah. Hal ini karena nasabah secara umum mempunyai beberapa pilihan untuk memastikan lingkungan sekitar tempat atau lokasi, produk, serta bank atau koperasi mana yang akan digunakan jasanya. Satu-satunya cara yang paling efektif untuk digunakan bagi perusahaan bank atau koperasi untuk menarik minat nasabah adalah melalui promosi, terutama yang berhubungan pada barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan begitu, dapat memudahkan beberapa calon nasabah atau anggota untuk lebih mengenal produk atau jasa tersebut (Safitri, 2022).

KSPPS SM NU Cabang Sragi sendiri terletak pada daerah yang berdekatan dengan Lembaga Keuangan yang lain baik itu syariah maupun non syariah. Akan tetapi banyak masyarakat sekitar yang justru tertarik untuk menabung pada KSPPS SM NU Cabang Sragi padahal terdapat beberapa kekurangan dari segi promosi dengan menggunakan strategi word of mouth. Kemudian dari berbagai jenis produk tabungan yang ditawarkan oleh KSPPS SM NU Cabang Sragi menjadikan anggota bingung untuk memilih produk mana yang sesuai dengan kebutuhan. Kebanyakan masyarakat, mereka menabung hanya ikut-ikutan saja dari anggota yang sebelumnya melainkan tidak begitu memahami tentang

pengetahuan produk di Lembaga tersebut. Sebagai perusahaan yang tidak ingin kehilangan para anggotanya, maka perusahaan dapat memberikan pelayanan yang bermutu dibandingkan pesaingnya.

Untuk dapat lebih meningkatkan jumlah anggota yang menabung, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Di KSPPS SM NU Cabang Sragi sendiri menggunakan strategi pemasaran yang lebih ditekankan pada metode secara tradisional seperti *Word of Mouth*. Hal tersebut juga harus diperhatikan karena mereka mendapatkan informasi tentang Lembaga keuangan syariah dari keluarga atau saudara atau kerabat mereka yang sudah menggunakan produk atau jasa layanan dari koperasi, kemudian dalam persoalan ini akan mempengaruhi tentang persepsi mereka tentang perusahaan atau koperasi itu sendiri. Menurut Poewarti dan Zakaria (2014), *Word of Mouth* merupakan metode komunikasi promosi dari pelanggan ke pelanggan. Dimana pelanggan atau nasabah yang sudah menggunakan sejenis produk atau layanan perusahaan dan sudah mendapatkan kepuasan hingga merekomendasikannya kepada orang lain tentang pengalamannya (Latief, 2018).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Veny Puspita (2020), mengenai pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan menabung diperoleh hasil *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (Puspita, 2020). Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syifa Zakia (2019), terdapat pengaruh positif antara *word of mouth* terhadap keputusan menabung (Syifa Zakia Nurlatifah, 2019). Tetapi berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Rohana (2019),

bahwa *word of mouth* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung (Rohana, 2019).

Pada hakikatnya, sebagian besar masyarakat akan menentukan Lembaga Keuangan Syariah yang memberikan akses keamanan, keuntungan dan kemudahan, maka dari itu bank atau koperasi harus mewujudkan keinginan dan harapan masyarakat dari waktu ke waktu sehingga terjadilah suatu kesepakatan antara kedua belah pihak. Berdasarkan hasil tanya jawab dengan anggota koperasi yaitu tingkat pengetahuan tentang produk yang ada di koperasi relatif rendah, hal ini disebabkan banyak dari anggota yang kurang mengetahui tentang produk tabungan yang ada di Koperasi, sebaliknya anggota yang benar-benar menabung hanya mengikuti yang sebelumnya saja. Dalam menggunakan produk, anggota perlu tahu akan seluk beluk, informasi, manfaat dan pemakaian dari sebuah produk Lembaga Keuangan Syariah. Apabila pengetahuan produk yang dimiliki anggota itu sangat luas, maka akan lebih efisien untuk proses penentuan apakah produk dapat memenuhi kebutuhan dan harapannya. Apabila dianggap telah sesuai keinginan dan kebutuhannya, maka hal tersebut dapat mendorong mereka untuk menggunakan produk yang dimaksud (Maulana, 2020).

Hal itu diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Ayun Widowati (2018) terkait pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menabung memperoleh hasil bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (Widowati, 2018) . Kemudian Ida Nurlaeli (2019) juga melakukan penelitian yang sama dan memperoleh hasil

pengetahuan tentang produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah (Nurlaeli, 2019). Namun hal tersebut berbeda dengan Nia Yolanda, dkk (2022) yang melakukan penelitian yang sama, menunjukkan bahwa pengetahuan produk tabungan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung (Yolanda, 2022).

Ketika ingin menjadi bagian dari koperasi atau Lembaga keuangan lainnya yaitu menjadi nasabah atau anggota di dalam Lembaga tersebut, maka harus mempunyai pegangan dalam artian informasi mengenai produk atau jasa yang akan digunakan. Dalam hal ini kualitas pelayanan memegang peranan penting untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada sembari memikat pelanggan baru di pasar yang begitu ketat persaingannya. Sikap pelanggan dalam menilai, memilih dan membentuk opini atas pelayanan yang diterima dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang didapatkannya. Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan anggotanya secara konsisten. Jadi, tingkat kualitas layanan ini juga dapat dilihat sebagai perilaku pihak koperasi terhadap anggotanya sebagai produsen yang memenuhi keinginan konsumen, yang mengarah pada persepsi yang baik tentang layanan yang diberikan dari pihak koperasi kepada para anggotanya (Efi, 2021).

Penelitian yang dilakukan Almaz & Fuad (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung (Almas Azhar & Fuad, 2023). Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Efi Endang (2021) yang memperoleh

hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung (Efi, 2021). Namun berbeda dengan Yusuf, dkk (2023) meneliti bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung (Yusuf & Rangkuti, 2023).

Melihat berbagai fenomena dan research gap pada penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan pengujian kembali pada variabel *word of mouth*, pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung dengan objek dan setting penelitian yang berbeda.

Dengan demikian peneliti memilih ketertarikan untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh *Word of Mouth*, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Berdasarkan latar belakang di atas, masalah-masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi?
2. Apakah Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi?
4. Apakah *Word of Mouth*, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi?

### C. Tujuan Penelitian

Mengacu rumusan masalah yang sudah dikemukakan, didapat tujuan penelitian, yaitu:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Word Of Mouth terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Word of Mouth*, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.

### D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini berguna bagi semua pihak, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan mampu menjadi sumber referensi dan sebagai rujukan, terutama mengenai pengaruh *word of mouth*, pengetahuan produk dan kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan keputusan menabung sebagai variabel terikat.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi KSPPS SM NU Cabang Sragi, mampu menjadi acuan dalam merencanakan strategi yang tepat dalam meningkatkan nasabah untuk

menabung dan kebijakan perusahaan terutama yang berhubungan dengan *word of mouth*, pengetahuan produk dan kualitas pelayanan sehingga dapat mempertahankan jumlah nasabah.

- b. Bagi Peneliti selanjutnya, dimaksudkan untuk menjadi rujukan untuk melakukan penelitian yang sejenis mengenai strategi yang tepat dalam menarik minat nasabah untuk memutuskan menabung.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika yang ada untuk mendapatkan garis besar serta informasi yang jelas tentang penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti.

#### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang peristiwa dari sebuah permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti dan perumusan masalah yang kemudian dilanjutkan dengan adanya batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

#### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang penjelasan dari teori-teori yang digunakan peneliti sebagai landasan, telaah pustaka, kerangka berfikir dan hipotesis.

#### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

#### **BAB IV Analisis Data dan Pembahasan**

Di dalam bab ini berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

#### **BAB V Penutup**

Dalam bab ini penulis akan mengemukakan kesimpulannya berdasarkan dari data yang sudah diperoleh dan dari simpulan yang sudah dikemukakan tersebut penulis mencoba menyampaikan saran yang nantinya dapat bermanfaat bagi masyarakat dan peneliti.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.
2. Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.
4. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth*, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi.

#### B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut diantaranya:

1. Responden penelitian hanya berjumlah 90 dari 767 anggota KSPPS SM NU Cabang Sragi dan peneliti membutuhkan waktu selama berminggu-minggu untuk mengumpulkan sebanyak 90 responden.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup tiga variabel diantaranya variabel *word of mouth*, pengetahuan produk dan

kualitas pelayanan. Yang artinya masih banyak variabel-variabel lainnya yang perlu diteliti.

3. Penelitian hanya dilakukan di Wilayah Kabupaten Pekalongan.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan jumlah sampel yang lebih luas lagi dikarenakan agar dapat mewakili populasi yang diketahui.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel baru, misalnya variabel kepercayaan, citra lembaga dan kualitas produk, dll. Guna mengetahui hasil penelitian yang lebih luas mengenai permasalahan yang diteliti.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjangkau setting penelitian yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almas Azhar, I., & Fuad, N. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi. Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 3(1), 2775–6084. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1>
- Amelia, M. R., Indriani, F., & Mudiantono. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth dan Sales Promotion terhadap Brand Attitude dan Dampaknya terhadap Keputusan Menabung dengan Tabungan Bima (Survei di PT BPD Jawa Tengah Cabang Salatiga)*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Annida, Hasna Farah. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah*. Skripsi. UIN Walisongo Semarang.
- Arfain N, Febri R. (2021). *Pengantar Statistik*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Assegaf, A. S. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan Masyarakat Jakarta Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Issue 1996)*.
- Darmastuti, I. Nahriyah & Ardian, Y. (2022). *Etika Bisnis (Konsep, Teori, dan Implementasi)*. CV Media Sains Indonesia.
- Darmawi, H. (2016). *Manajemen Perbankan*. PT. Bumi Aksara.
- Dergibson Siagian, S. (2006). *Metode Statistika: Untuk Bisnis dan Ekonomi*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Efi, E. (2021). *Pengaruh Pelayanan Dan Produk Tabungan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan. An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 168–176. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v2i2.287>
- Fahmi, A. mustika. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Pemakaian Dan Pembelian Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Bni Syariah*. In *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*.
- Fenanda, Z. I., & Solekah, N. A. (2018). *Analisis Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Dengan Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi. Iqtishoduna*, 14(2), 103–122. <https://doi.org/10.18860/iq.v14i2.4961>

- Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Deepublish.
- Ghozali Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghodang, H. (2020) Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS (S.H. Fiona Ghodang (ed.)). PT. Penerbit Mitra Group.
- Handoko T. (2012). *manajemen (edisi kedua)*. BPFEE.
- Hariputra, R. P & Sumijan. (2022). Analisis Sistem Antrian dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Menggunakan Metode Accidental Sampling. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*. 4 70-75. <https://doi.org/10.37034/jsisfotek.v4i2.127>.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Pressindo.
- Hidayatulloh, R., Koesmawan, M., Muftie, A., Kunci, K., Produk, :, Kualitas, D., & Keputusan Anggota, T. (2019). Pengaruh Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Menabung (Studi Kasus KSPPS BMT Al-Fath Ikmi Di Kota Tangerang Selatan). In *Jurnal Liquidity* (Vol. 8, Nomor 2).
- Indahsari, L. N. & Roni, M. (2022). Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Pemasaran Esensi & Aplikasi. 1, 52-60.
- Kotler, Phillip dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. PT. INDEKS.
- Latief. (2018). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Media Sahabat Cendekia.
- Maulana, R. F. (2020). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Pengetahuan Produk Terhadap Memilih Bank Syariah*. *file:///C:/Users/VERA/Downloads/Askep\_Agregat\_Anak\_and\_Remaja\_Print.docx*, 21(1), 1–9.
- Muhammad Ridwan. (2014). *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*. UII Press Yogyakarta.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Alfabeta.
- Nurlaeli, I. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas. *Islamadina*, 18(2), 75. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v18i2.1922>

- Peter, O. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Priyatno Dwi, (2010). *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta. MediaKom.
- Puspita, V. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, Vol. 3(1), 41–50.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Edisi 1)*. Deepublish.
- Rohana, S. (2019). *Pengaruh Iklan, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*.
- Saida Zainur. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik*. 30.
- Safitri. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pada Nasabah Memilih Asuransi Unit Syariah dalam Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Raden Intan Lampung.
- Saibantono, F., Triastity, R., Susanti, R., Program, ), Manajemen, S., Ekonomi, F., Slamet, U., & Surakarta, R. (2018). *Keputusan Anggota Untuk Menabung (Survei pada Anggota KSPPS Bina Insan Mandiri Cabang Jeruksawit Karanganyar)*.
- Sari Titis Wulan. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan*. UIN Purwokerto.
- Sernovitz, G. (2012). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Amacom.
- Sigit Setyo. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah*. UIN Yogyakarta.
- Simarmata, M. H., Revida, E. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Subando, J. (2021). *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS (M.P. Lailla Hidayatul Amin, S.Pd)*. Lakeisha.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indoensia.
- Suprpto, R. dan Wahyudin, Z. . (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.

- Suryani Lilis. (2022). *The Relationship Of Multimedia The Internet to The Development*. 2 No 2.
- Suwarman, D. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indoensia.
- Syifa Zakia Nurlatifah, R. M. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 219–226. <https://doaj.org/article/ea65eba20c7045858878b2aec206fa10>
- Syuhada. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur (Studi Kasus pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan)* (Nomor March).
- Tatik Surayani, (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.
- Ulfa, D. & Sulistyorini, U. T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA). *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 62-72.
- Welta, F. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Tamwil (BMT) Surya Barokah. *Islamic Economic*, 12, 129–148.
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi dan Tesis*. Araska Publisher.
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>
- Wiyono. G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS 2.0*. Percetakan STIM YKPN.
- Yusuf, R., & Rangkuti, M. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Bagi Hasil & Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa*. 11(1), 68–77.

Yolanda, N. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan Dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung*. 2(5), 2161–2180.

Zebua, B. J. & Andronicus, M. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Sumut. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*. 3(1), 65-79. <https://doi.org/10.34012/jebim.v3il.1793>.



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
*Lampiran 1. Surat Izin Penelitian*

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Pahlawan KM. 5 Rowobaku Kapan Kab. Pekalongan Kode Pos 51151  
www.uisu.iau.ac.id email: febi@uisu.iau.ac.id

Nomor : B-370/Un.27/F.IV/TL.00/03/2023 01 Maret 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan izin penelitian

Yth. Pimpinan KSPPS SM NU Cabang Sragi  
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dibertahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Fina Nurul Izah  
NIM : 4219066  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul "pengaruh Word of mouth dan pengetahuan produk terhadap keputusan menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi"

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

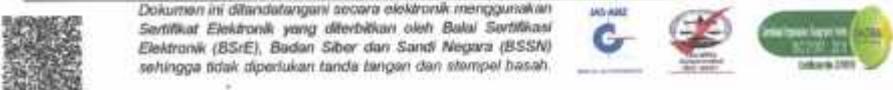
Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:  
  
Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.  
NIP. 197502201999032001  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH  
**KSPS SYARIAH SM NU KOTA PEKALONGAN**  
BADAN HUKUM NOMOR : 180 / 135 / 2004 / TANGGAL 1 OKTOBER 2004  
Kantor Pusat : Gedung Asswaja Jl. Sriwijaya No. 2, Pekalongan, Telp / Faks (0285) 4415700, (0285) 4460518  
E-mail : smpskota@gmail.com

Nomor : 001/D4/SMNU/VI/2023  
Perihal : Surat Pemberitahuan

Pekalongan, 22 Juni 2023

Kepada Yth :  
UIN KH. ABDURROHMAN WAHID PEKALONGAN  
Di  
Pekalongan

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Salam silaturahmi kami sampaikan, semoga bapak/ibu tetap dalam lindungan Allah SWT Amin.

Selhubung dengan Mahasiswa/i UIN KH. ABDURROHMAN WAHID PEKALONGAN yang melakukan penelitian di KSPPS SM NU PEKALONGAN CABANG SRAGI, maka kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut :

Nama : Fina Nurul Izah  
NIM : 4219086  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Prodi : Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam

Telah melakukan penelitian skripsi dengan judul " *Pengaruh Word Of Mouth, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung* " di KSPPS SM NU CABANG SRAGI pada bulan Juni 2023. Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan. Terima kasih

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

KSPPS SM NU PEKALONGAN  
CABANG SRAGI

M Faizal Mubarak, S.Pd  
Marketing Senior

*Lampiran 3. Kuesioner Penelitian*

**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/I Anggota KSPPS SM NU Cabang Sragi

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, sehubungan dengan penyelesaian tugas skripsi sebagai mahasiswi Strata satu (S1) Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, saya sebagai peneliti :

Nama : Fina Nurul Izah

NIM : 4219086

Jurusan : Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Word of Mouth*, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi”. Untuk itu peneliti sangat berharap kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuesioner ini dengan lengkap. Seluruh informasi yang diberikan sangatlah berarti dalam penyelesaian penelitian ini, identitas Bapak/Ibu/Sdr/I saya jamin kerahasiaannya dan hanya untuk kepentingan ilmiah saja. Atas bantuan dan Kerjasama yang baik peneliti mengucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Peneliti

Fina Nurul Izah



8. Jenis tabungan yang di miliki anggota KSPPS SM NU Cabang Sragi  
[ ] Simpanan Berguna (SIGUN)    [ ] Simpanan Hari Raya Idul Fitri  
(SIHARFI)



## DAFTAR PERTANYAAN RESPONDEN

### *Word of Mouth*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	<b>Talkers (Pembicara)</b> Saya mengetahui produk tabungan KSPPS SM NU Cabang Sragi melalui informasi yang saya peroleh dari orang-orang (keluarga, teman atau kerabat, saudara) yang terlebih dahulu menjadi anggota di KSPPS tersebut					
2.	<b>Topics (Topik)</b> Pada saat memberi informasi, seseorang tersebut menyampaikan bahwa pelayanan di KSPPS SM NU Cabang Sragi terkait produk tabungan sangat memuaskan					
3.	<b>Tools (Alat)</b> Pada saat menyampaikan, seseorang tersebut menjelaskannya dengan menunjukkan brosur atau pamflet yang berhubungan dengan produk tabungan KSPPS SM NU Cabang Sragi					
4.	<b>Taking Part (Partisipasi)</b> Adanya pihak KSPPS SM NU Cabang Sragi maupun informan lainnya yang juga ikut berpartisipasi dan menceritakan hal-hal positif tentang produk tabungan KSPPS yang nantinya akan menambah keyakinan saya atas informasi yang disampaikan.					
5.	<b>Tracking (Pengawasan)</b> Menurut saya, pihak KSPPS SM NU Cabang Sragi perlu menyediakan layanan konsumen yang mudah dihubungi agar anggota dapat dengan mudah dalam memberikan masukan atau kritik dan saran kepada perusahaan					

## Pengetahuan Produk

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>1.</b>	<b>Pengetahuan Atribut Produk</b>					
	Saya mengetahui macam-macam produk tabungan yang ada di KSPPS SM NU Cabang Sragi					
<b>2.</b>	<b>Pengetahuan Manfaat Produk</b>					
	Saya mengetahui manfaat yang didapat jika menggunakan produk tabungan yang ada di KSPPS SM NU Cabang Sragi					
<b>3.</b>	<b>Pengetahuan Kepuasan Produk</b>					
	Saya mengetahui kepuasan yang akan didapat jika menggunakan produk tabungan di KSPPS SM NU Cabang Sragi					

## Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>1.</b>	<b>Tangible (Bukti Fisik)</b> Saya memutuskan untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi karena pegawai berpenampilan sopan dan rapi					
<b>2.</b>	<b>Reliability (Keandalan)</b> Saya memutuskan untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi karena pelayanan yang diberikan cepat dan tepat					
<b>3.</b>	<b>Responsiveness (Ketanggapan)</b> Saya memutuskan untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi karena kemampuan pegawai yang cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah/keluhan anggota					
<b>4.</b>	<b>Assurance (Jaminan)</b> Saya memutuskan untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi karena pengetahuan dan kemampuan pegawai yang terpercaya dalam melayani anggota					
<b>5.</b>	<b>Empathy (Empati)</b> Saya memutuskan untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi karena					

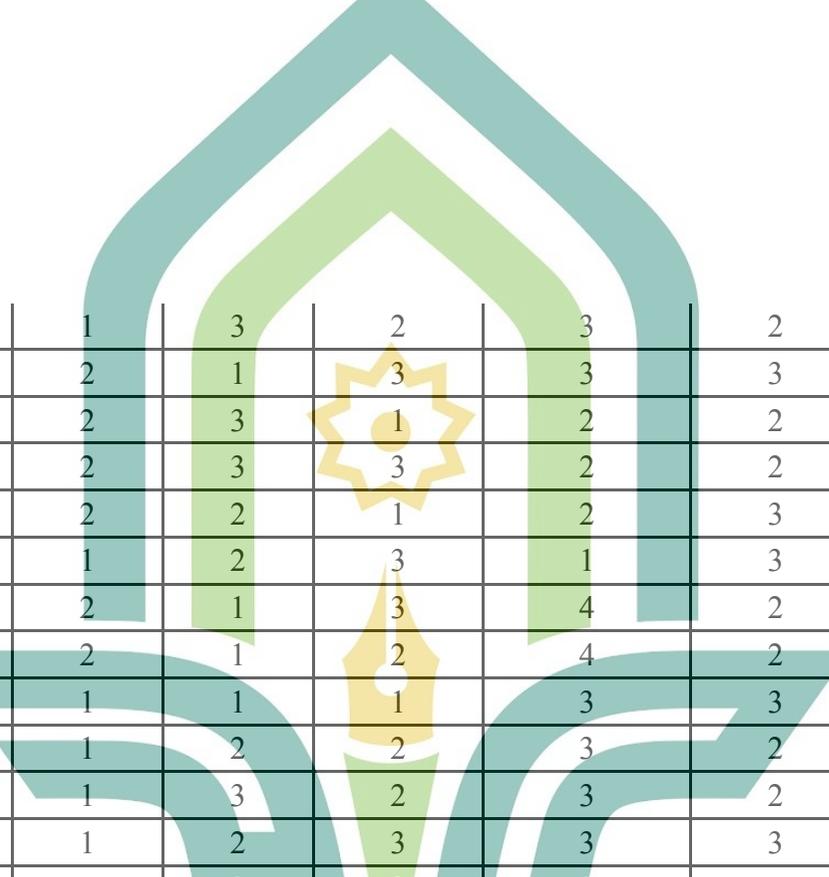
pegawai memahami setiap kebutuhan anggota secara spesifik					
---	--	--	--	--	--

### Keputusan Menabung

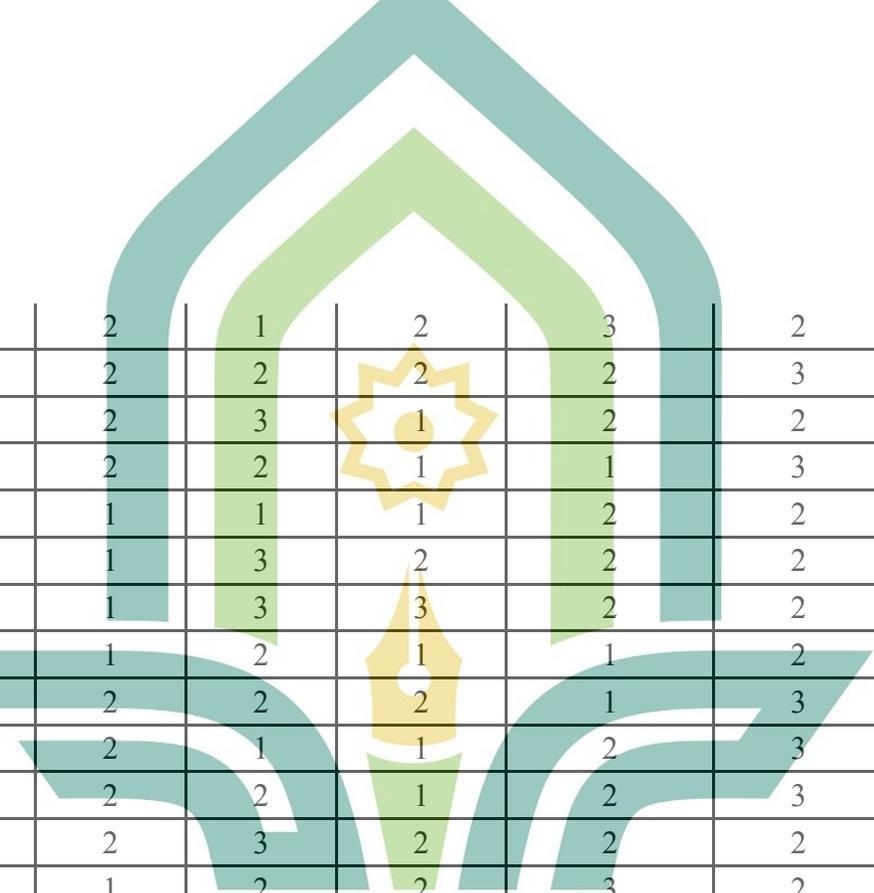
No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	<b>Pengenalan Masalah</b> Saya memutuskan untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi karena produk yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan					
2.	<b>Pencarian Informasi</b> Saya memutuskan untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi setelah mencari informasi mengenai produk yang akan saya gunakan					
3.	<b>Evaluasi Alternatif</b> Saya membandingkan kualitas produk KSPPS SM NU Cabang Sragi dengan produk Koperasi lainnya sebelum saya memutuskan untuk menabung					
4.	<b>Keputusan Pembelian</b> Saya memutuskan untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi karena pertimbangan terkait manfaat produk yang diberikan					
5.	<b>Perilaku Pasca Pembelian</b> Saya merasa puas dan akan menyarankan kepada orang lain untuk menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi					

Lampiran 4. Tabulasi Data Responden

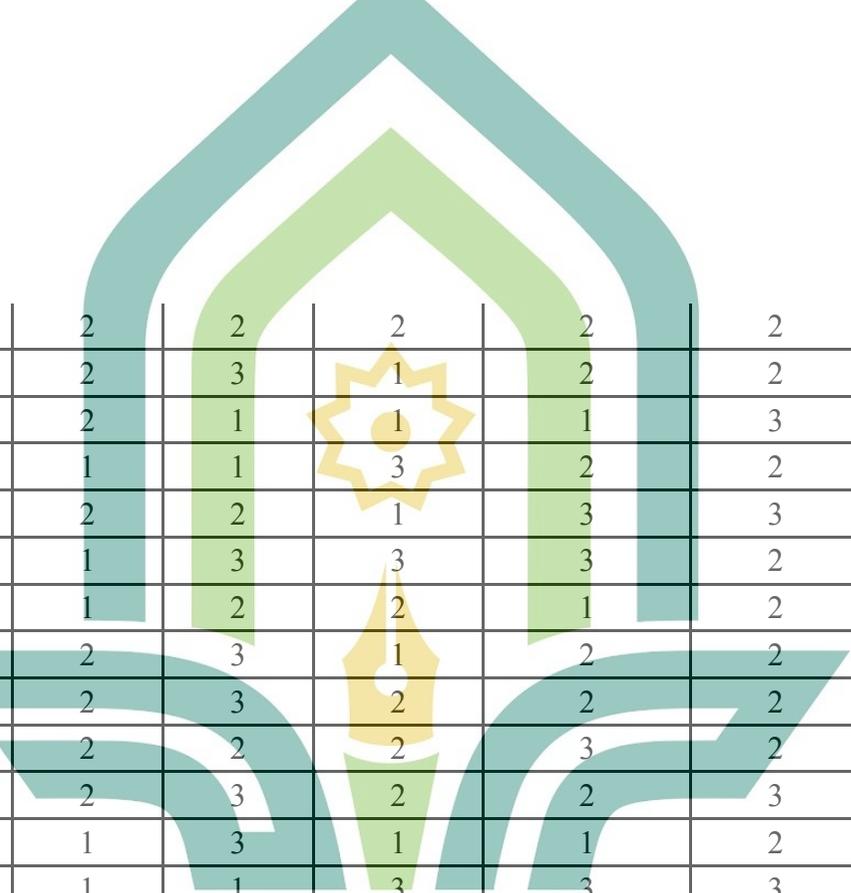
No	JK	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Domisili	Lama Menjadi Anggota	Jenis Tabungan yang dimiliki
1	2	1	1	3	3	2	1
2	2	3	1	4	2	3	1
3	2	2	1	3	2	3	1
4	1	2	1	2	2	3	2
5	1	1	2	2	3	3	1
6	2	1	2	2	2	2	1
7	2	2	1	3	3	2	1
8	1	3	2	4	2	2	2
9	2	2	2	4	3	3	1
10	1	3	2	3	3	2	2
11	2	3	1	3	2	2	1
12	1	3	2	3	3	2	2
13	1	3	2	4	2	2	2
14	2	2	1	2	2	3	1
15	2	3	2	2	2	3	1
16	2	2	1	2	3	3	1
17	1	1	1	3	2	3	2
18	1	2	2	1	3	3	1



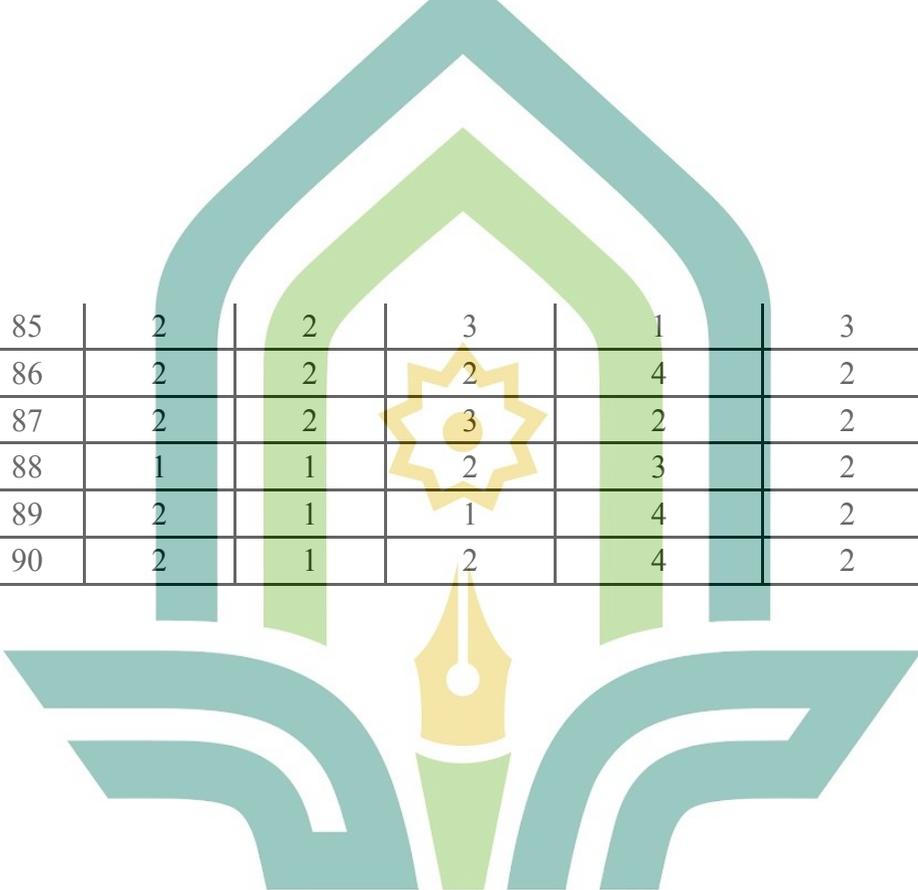
19	1	3	2	3	2	2	2
20	2	1	3	3	3	2	1
21	2	3	1	2	2	2	1
22	2	3	3	2	2	2	1
23	2	2	1	2	3	2	1
24	1	2	3	1	3	2	2
25	2	1	3	4	2	3	1
26	2	1	2	4	2	3	1
27	1	1	1	3	3	3	1
28	1	2	2	3	2	2	2
29	1	3	2	3	2	3	2
30	1	2	3	3	3	3	2
31	2	2	2	2	3	2	1
32	1	2	2	2	2	3	1
33	2	3	2	4	2	3	1
34	1	3	1	4	2	2	2
35	1	1	1	2	2	2	2
36	1	2	1	3	2	2	2
37	2	2	2	3	2	3	1
38	2	3	1	4	3	2	1
39	1	3	3	4	3	3	1
40	1	3	2	3	2	3	2



41	2	1	2	3	2	2	1
42	2	2	2	2	3	3	1
43	2	3	1	2	2	3	1
44	2	2	1	1	3	3	1
45	1	1	1	2	2	3	2
46	1	3	2	2	2	3	1
47	1	3	3	2	2	2	1
48	1	2	1	1	2	3	1
49	2	2	2	1	3	2	2
50	2	1	1	2	3	3	1
51	2	2	1	2	3	3	1
52	2	3	2	2	2	2	1
53	1	2	2	3	2	2	2
54	1	1	3	2	2	2	1
55	1	2	3	1	2	3	2
56	2	1	1	1	2	2	1
57	2	2	2	3	2	2	1
58	1	2	2	2	2	2	2
59	1	1	2	3	3	2	1
60	2	2	1	1	3	3	2
61	2	2	2	1	3	3	2
62	2	3	3	1	2	3	1



63	2	2	2	2	2	2	1
64	2	3	1	2	2	3	2
65	2	1	1	1	3	2	1
66	1	1	3	2	2	2	1
67	2	2	1	3	3	2	1
68	1	3	3	3	2	2	2
69	1	2	2	1	2	3	1
70	2	3	1	2	2	2	2
71	2	3	2	2	2	3	1
72	2	2	2	3	2	3	2
73	2	3	2	2	3	2	1
74	1	3	1	1	2	2	2
75	1	1	3	3	3	2	2
76	2	3	1	3	3	2	1
77	2	3	1	2	2	3	1
78	1	4	3	2	2	3	2
79	1	4	1	1	3	3	2
80	1	3	3	2	2	3	2
81	2	1	1	2	2	2	1
82	2	3	1	3	2	2	1
83	2	3	2	3	2	3	1
84	2	3	2	1	3	3	2



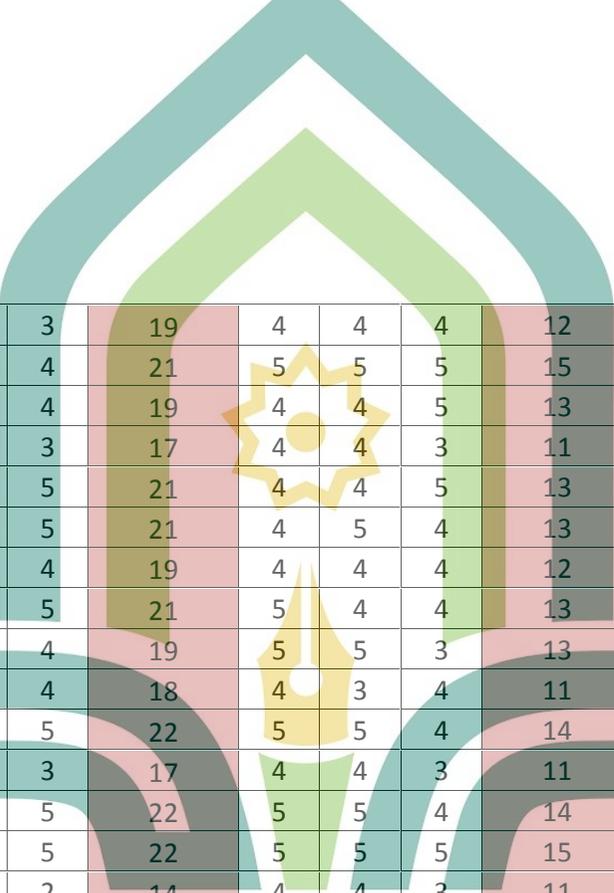
85	2	2	3	1	3	3	2
86	2	2	2	4	2	2	2
87	2	2	3	2	2	2	1
88	1	1	2	3	2	2	2
89	2	1	1	4	2	2	1
90	2	1	2	4	2	2	2

Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner

NO	WORD OF MOUTH (X1)						PENGETAHUAN (X2)					KUALITAS PELAYANAN (X3)					KEPUTUSAN MENABUNG (Y)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL_Y
1	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	5	23
2	4	4	5	4	4	21	4	5	5	14	5	5	5	4	4	23	5	5	4	5	5	24
3	4	4	5	5	5	23	5	5	4	14	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	3	4	17	3	3	4	10	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	5	5	22	5	5	4	14	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
6	4	4	4	5	4	21	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	2	2	16	4	3	4	11	4	4	5	4	2	19	3	3	4	2	4	16
8	4	4	5	4	5	22	4	5	5	14	5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	5	23
9	3	3	3	3	4	16	4	4	4	12	4	4	3	4	3	18	4	3	3	3	4	17
10	4	4	3	3	2	16	4	4	4	12	4	4	4	5	2	19	4	4	3	4	4	19
11	4	4	4	5	5	22	4	5	5	14	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
12	3	4	4	3	4	18	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19	4	4	5	5	5	23
13	4	4	5	3	3	19	4	5	4	13	5	3	4	4	4	20	4	3	5	5	4	21
14	4	4	4	3	3	18	5	5	4	14	4	4	5	5	3	21	4	4	5	5	5	23
15	4	4	5	5	5	23	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
16	3	3	3	2	3	14	2	3	3	8	4	3	4	5	2	18	3	3	3	3	3	15
17	4	4	3	3	3	17	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18
18	4	4	4	4	5	21	4	5	4	13	5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	5	23
19	4	4	3	3	4	18	4	4	4	12	4	4	3	3	4	18	5	5	4	4	4	22
20	4	4	4	4	5	21	4	4	5	13	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	3	3	18	4	3	4	11	4	4	4	5	4	21	4	4	3	3	3	17

22	3	3	3	4	4	17	4	4	3	11	4	3	3	3	4	17	4	4	5	4	5	22
23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	4	4	4	5	5	22
24	3	4	3	3	3	16	4	4	4	12	4	4	3	2	4	17	4	4	3	3	4	18
25	4	4	4	4	5	21	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	4	5	21	3	3	4	10	3	3	4	4	5	19	4	4	4	2	3	17
27	3	3	4	4	5	19	4	3	3	10	5	5	5	3	4	22	4	4	4	5	5	22
28	4	5	4	4	5	22	4	4	5	13	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	5	24
29	4	4	4	3	3	18	4	2	4	10	4	4	3	3	2	16	4	4	3	4	3	18
30	3	3	4	4	4	18	5	5	5	15	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
31	4	4	3	4	3	18	5	4	4	13	4	5	4	5	3	21	3	4	3	4	4	18
32	4	4	4	5	4	21	3	4	3	10	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24
33	5	4	3	3	4	19	4	4	5	13	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	4	23
34	4	4	4	4	5	21	5	5	4	14	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	4	24
35	4	4	4	5	4	21	5	5	4	14	5	4	5	4	4	22	5	5	5	4	4	23
36	4	4	3	3	4	18	2	4	4	10	4	4	3	3	4	18	4	5	5	4	4	22
37	4	4	4	4	5	21	5	4	3	12	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	5	24
38	4	4	5	4	5	22	5	5	5	15	5	5	5	4	4	23	5	4	5	5	5	24
39	4	4	4	4	4	20	3	4	4	11	4	4	4	3	4	19	4	4	4	5	5	22
40	5	4	4	4	5	22	4	4	5	13	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	24
41	4	4	3	3	3	17	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	4	22
42	4	4	5	4	4	21	5	4	4	13	4	4	5	5	4	22	4	5	5	4	5	23
43	4	4	5	4	3	20	4	3	3	10	5	4	4	3	3	19	4	4	4	5	4	21
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	2	4	18	4	5	4	5	4	22
45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	3	3	4	18	4	5	4	5	4	22
46	4	4	3	3	3	17	3	2	2	7	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19
47	4	3	3	3	3	16	4	4	3	11	3	4	3	4	4	18	5	4	5	5	4	23

48	4	4	4	4	5	21	5	4	4	13	4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	4	21
49	4	4	4	4	5	21	5	4	3	12	4	3	3	3	5	18	4	4	3	3	3	17
50	4	4	4	4	4	20	3	4	4	11	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	5	5	22	5	4	5	14	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
52	4	4	4	5	5	22	4	4	3	11	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
53	4	4	4	4	3	19	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19	4	4	3	3	3	17
54	4	5	4	5	5	23	4	5	5	14	4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	5	23
55	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12	4	4	3	3	5	19	5	5	4	5	5	24
56	4	4	4	5	5	22	5	5	5	15	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24
57	4	4	4	5	5	22	4	4	5	13	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	22
58	4	4	5	5	4	22	4	5	5	14	3	4	4	4	4	19	4	4	5	5	4	22
59	5	4	4	4	5	22	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
60	4	4	4	3	5	20	4	4	4	12	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19
61	4	4	3	4	3	18	4	4	4	12	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
62	4	4	3	3	4	18	4	4	4	12	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	5	21	5	5	4	14	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24
64	4	3	4	3	4	18	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19	5	5	4	5	4	23
65	4	4	4	4	5	21	5	5	4	14	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24
66	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19
67	4	4	4	4	5	21	4	4	5	13	4	5	5	5	4	23	5	4	4	4	4	21
68	4	4	3	3	5	19	4	4	3	11	5	5	5	4	5	24	4	4	3	4	4	19
69	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
70	4	4	5	4	5	22	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
71	4	4	4	5	4	21	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	5	5	22	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23	4	5	5	5	5	24
73	4	4	3	3	4	18	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19



74	4	4	4	4	3	19	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
75	5	4	4	4	4	21	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	5	24
76	4	4	4	3	4	19	4	4	5	13	4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	4	21
77	4	4	3	3	3	17	4	4	3	11	3	3	3	2	3	14	4	3	4	4	4	19
78	4	4	4	4	5	21	4	4	5	13	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24
79	4	4	4	4	5	21	4	5	4	13	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	5	24
80	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19	4	4	4	5	4	21
81	4	4	4	4	5	21	5	4	4	13	4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	4	23
82	4	4	4	3	4	19	5	5	3	13	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	4	22
83	4	4	3	3	4	18	4	3	4	11	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
84	4	4	5	4	5	22	5	5	4	14	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	5	24
85	4	4	3	3	3	17	4	4	3	11	4	3	3	4	4	18	4	3	3	4	3	17
86	4	5	4	4	5	22	5	5	4	14	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	4	23
87	4	4	5	4	5	22	5	5	5	15	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	5	25
88	4	3	3	2	2	14	4	4	3	11	4	3	3	3	3	16	3	3	5	5	4	20
89	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	4	5	21	4	5	4	13	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	4	23

Lampiran 6. Hasil Perhitungan SPSS

1. Hasil Uji Validitas

a. Word Of Mouth (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	.490**	.130	.169	.133	.412**
	Sig. (2-tailed)		.000	.223	.111	.212	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.490**	1	.222*	.318**	.256*	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000		.036	.002	.015	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.130	.222*	1	.486**	.427**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.223	.036		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.169	.318**	.486**	1	.596**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.111	.002	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	.133	.256*	.427**	.596**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.212	.015	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
TOTAL_X 1	Pearson Correlation	.412**	.541**	.701**	.830**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

b. Pengetahuan Produk (X2)

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.582**	.321**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000
	N	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.582**	1	.494**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.321**	.494**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	90	90	90	90
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.784**	.864**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.499**	.579**	.303**	.369**	.718**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.2	Pearson Correlation	.499**	1	.667**	.356**	.394**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.3	Pearson Correlation	.579**	.667**	1	.583**	.429**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.4	Pearson Correlation	.303**	.356**	.583**	1	.219*	.684**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000		.038	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.5	Pearson Correlation	.369**	.394**	.429**	.219*	1	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.038		.000
	N	90	90	90	90	90	90
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.718**	.771**	.885**	.684**	.652**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Keputusan Menabung (Y)

Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.546**	.417**	.419**	.365**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.2	Pearson Correlation	.546**	1	.453**	.473**	.456**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.3	Pearson Correlation	.417**	.453**	1	.646**	.605**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.4	Pearson Correlation	.419**	.473**	.646**	1	.610**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.5	Pearson Correlation	.365**	.456**	.605**	.610**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.680**	.743**	.826**	.829**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

### Word Of Mouth (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.699	5

### Pengetahuan Produk (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.724	3

### Kualitas Pelayanan (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.793	5

### Keputusan Menabung (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.833	5

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Normalitas

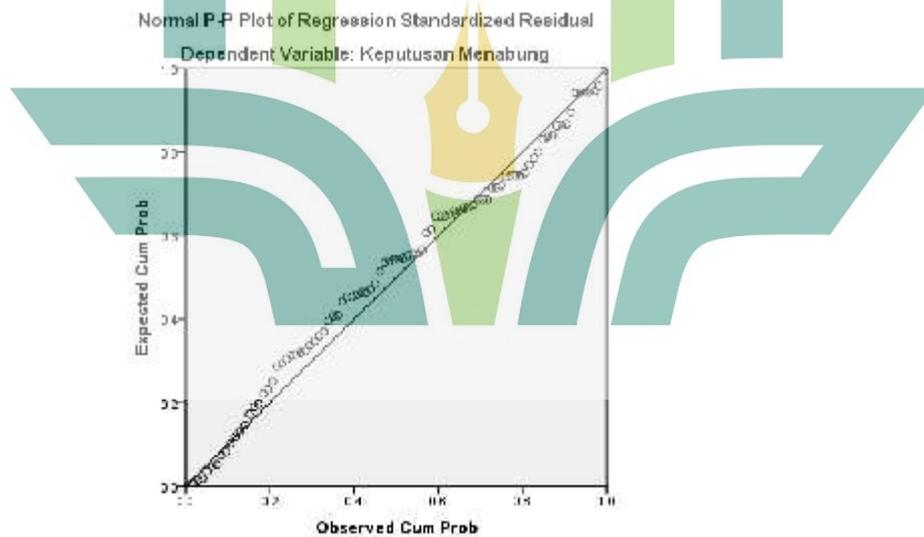
#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62923787
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.065
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



b. Hasil Uji Multikolinieritas

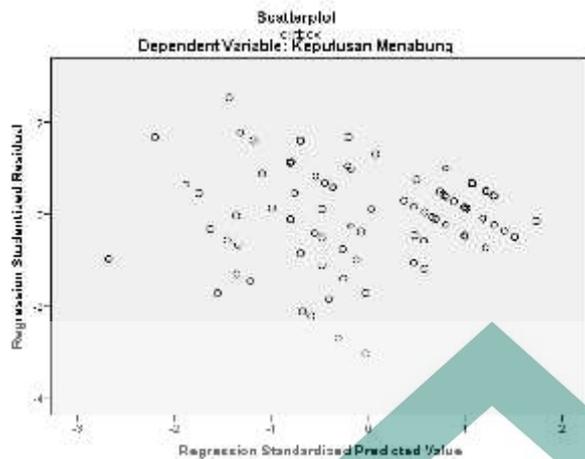
Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.087	1.710		1.805	.075		
	Word Of Mouth	.407	.126	.331	3.224	.002	.443	2.256
	Pengetahuan Produk	.381	.144	.247	2.640	.010	.537	1.862
	Kualitas Pelayanan	.283	.095	.301	2.989	.004	.460	2.172

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.831	.968		6.025	.000
	Word Of Mouth	-.088	.071	-.177	-1.238	.219
	Pengetahuan Produk	-.158	.082	-.251	-1.939	.056
	Kualitas Pelayanan	-.041	.054	-.107	-.766	.446

a. Dependent Variable: Abs\_RES



### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.087	1.710		1.805	.075
	Word Of Mouth	.407	.126	.331	3.224	.002
	Pengetahuan Produk	.381	.144	.247	2.640	.010
	Kualitas Pelayanan	.283	.095	.301	2.989	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

### Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.087	1.710		1.805	.075
	Word Of Mouth	.407	.126	.331	3.224	.002
	Pengetahuan Produk	.381	.144	.247	2.640	.010
	Kualitas Pelayanan	.283	.095	.301	2.989	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	350.157	3	116.719	42.489	.000 <sup>b</sup>
	Residual	236.243	86	2.747		
	Total	586.400	89			
a. Dependent Variable: Keputusan Menabung						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, Word Of Mouth						

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 <sup>a</sup>	.597	.583	1.657
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, Word Of Mouth				

Lampiran 7. Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 8. Tabel F

df untuk penyebu t(N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Lampiran 9. Tabel T

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
<b>81</b>	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
<b>82</b>	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
<b>83</b>	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
<b>84</b>	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
<b>85</b>	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
<b>86</b>	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
<b>87</b>	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
<b>88</b>	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
<b>89</b>	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
<b>90</b>	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
<b>91</b>	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
<b>92</b>	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

### A. IDENTITAS

1. Nama : Fina Nurul Izah
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 26 Oktober 2000
3. Alamat Rumah : KetitangKidul, Bojong, Pekalongan
4. Nomor *Handphone* : 085702249468
5. Email : [finanurulizah@gmail.com](mailto:finanurulizah@gmail.com)
6. Nama Ayah : Muchtar Abas
7. Pekerjaan Ayah : Buruh
8. Nama Ibu : Khumidah (Almh)
9. Pekerjaan Ibu : -

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD N KetitangKidul (2007-2013)
2. SMP : SMP N 1 Wonopringgo (2013-2016)
3. SMA : SMA N 1 Bojong (2016-2019)