

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA  
AMAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
MINAT MENJADI ANGGOTA DI BMT AN-NAJAH  
KANTOR CABANG WARUNGASEM KAB. BATANG**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**UMMU HANY**

**NIM. 4219089**

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

**2023**

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA  
AMAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
MINAT MENJADI ANGGOTA DI BMT AN-NAJAH  
KANTOR CABANG WARUNGASEM KAB. BATANG**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**UMMU HANY**

**NIM. 4219089**

**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 : Ummu Hany

NIM : 4219089

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di Bmt An-Najah Kantor Cabang Warungasem Kabupaten Batang**

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, 05 Oktober 2023

Yang menyatakan



**Ummu Hany**  
**NIM. 4219089**

## NOTA PEMBIMBING

**Drajat Stiawan, M.Si.**  
**Jl. Pahlawan KM 5, Rowolaku Kajen, Kab. Pekalongan**

Lamp. : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ummu Hany

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

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

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

Nama : UMMU HANY  
NIM : 4219089  
Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA AMAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA DI BMT AN-NAJAH KANTOR CABANG WARUNGASEM KAB. BATANG**

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

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 05 Oktober 2023  
Pembimbing,



**Drajat Stiawan, M.Si.**  
**NIP. 19830118 201503 1 001**



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

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [icbi.uinmasdur.ac.id](mailto:icbi.uinmasdur.ac.id)

**PENGESAHAN**

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

Nama : **Ummu Hany**  
NIM : **4219089**  
Judul : **PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA AMAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA DI BMT AN-NAJAH KANTOR CABANG WARUNGASEM KAB. BATANG**  
Dosen Pembimbing : **Drajat Stiawan, M.Si.**

Telah diujikan pada hari Senin, Tanggal 06 November 2023 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

**Penguji I**

**Penguji II**

  
**Dr. H. AM. Muh. Hafid Ma'Shum, M.Ag.**  
NIP. 19780616 200312 1 003

  
**Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M.**  
NIP. 19791030 200604 1 018

Pekalongan, 06 November 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



  
**Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 197502201999032001

## MOTTO

**“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya untuk menemukanmu.”**

**-Ali Bin Abi Thalib-**

**“Mari ikut menanam dan merawat, agar nanti juga menikmati buahnya. Mari ikut jadi bagian lelah-lelahnya, agar nanti juga menikmati hal-hal indah.”**

**-Boy Candra-**



## 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 (S.E) 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 persembahan sebagai tanda terima kasih dari penulis kepada pihak – pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Orang tua saya yang sangat saya cintai, Ibu Khoeriyah dan Bapak Ahmad Kardi. Terimakasih atas segala kasih sayang, kesabaran dan ketulusan yang luar biasa serta dukungan yang telah diberikan dan do'a yang tiada hentinya untuk saya. Terimakasih atas cinta dan kasihnya selama ini.
2. Teruntuk diri saya yang sudah berjuang sampai detik ini dan sudah bertahan hingga saat ini sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga saya, kakak saya Karlieya Qolbu Fiayah, Adam Gumelar adik saya Ahmad Uwais Al-Qorni, dan keponakan saya Luvena Salwa Gumelar yang saya sayangi) Terimakasih yang menjadi keluarga yang mencintai dan menyayangi saya, serta telah memberikan dukungan dan motivasi.
4. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Terimakasih atas fasilitas yang selama ini diberikan selama saya berkuliah.
5. Dosen pembimbing saya bapak Drajat Stiawan, M,Si yang telah memberikan motivasi, saran, serta ilmunya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Wali saya bapak Ahmad Rosyid, S,E., M.Si. terimakasih telah mengarahkan saya dalam menyusun Skripsi sehingga dapat di Acc oleh jurusan.

7. Untuk sahabat saya (Salma Ibrahim, Ansar Yulian, Diana Safitri, Eni Hafidzah, Fina Nurul Izah (Bowok CS), Nia Safira, Indah Ayu Lestari, Ika Yuliana, Dan M. Fahrul Aziz) yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman perbankan Syariah kelas B yang sudah berjuang bersama sejak awal perkuliahan.
9. Terima kasih juga kepada pihak BMT AN-NAJAH KC. Warungasem yang telah membantu dalam proses penyusunan Skripsi ini.
10. Seluruh responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan.



## ABSTRAK

### **UMMU HANY. Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menjadi anggota Di BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem Kabupaten Batang**

Kualitas pelayanan adalah berhubungan dengan outcome suatu pelayanan. Kepercayaan terdiri dari empat indikator yaitu kejujuran, peduli terhadap pelanggan, dapat dipercaya, dapat diprediksi. Dalam Lembaga keuangan, jaminan rasa aman di perlukan oleh nasabah yang menyimpan dananya di Lembaga keuangan. Minat merupakan kecenderungan, dan keinginan tinggi dari seorang untuk memperoleh suatu objek. Minat anggota merupakan komponen dari perilaku konsumen untuk menggunakan, kecenderungan untuk bertindak sebelum terlaksananya keputusan untuk membeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota BMT An-Najah kantor cabang warungasem kabupaten batang.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *probability Sampling* dengan *random sampling* Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dengan bantuan SPSS 26.0.

Hasil penelitian menunjukan bahwa secara persial persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan ketiganya berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah KC. Berdasarkan nilai koefisien deteminasi dengan Adjusted R square 0,573 atau 57,3%, artinya pengaruh persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota sebesar 57,3% sisanya 42,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

**Kata Kunci:** Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Kualitas Pelayanan Dan Minat.

## **ABSTRACT**

***UMMU HANY. The Influence of Perceived Trust, Guaranteed Sense of Security, and Quality of Service on Interest in Becoming a Member at BMT An-Najah Warungasem Branch Office, Batang Regency.***

*Service quality is related to the outcome of a service. Trust consists of four indicators, namely honesty, caring for customers, trustworthy, predictable. In financial institutions, a guarantee of security is needed by customers who store their funds in financial institutions. Interest is a person's tendency and high desire to obtain an object. Member interest is a component of consumer behavior to use, the tendency to act before making a decision to buy. This research aims to determine the influence of perceptions of trust, guaranteed sense of security, and quality of service on interest in becoming a member of BMT An-Najah at the Warungasem branch office in Batang Regency.*

*This research is a type of quantitative research. The data collection method uses a questionnaire. The sample in this study was 100 respondents using the probability sampling method with random sampling. This research used the path analysis method with the help of SPSS 26.0.*

*The results of the research show that in particular the perception of trust, guaranteed sense of security, and quality of service all have a significant influence on interest in becoming a member at BMT An-Najah KC. Based on the determination coefficient value with Adjusted R square of 0.573 or 57.3%, this means that the influence of perceived trust, guaranteed sense of security, and service quality on interest in becoming a member is 57.3%, the remaining 42.2% is influenced by other variables outside the research.*

***Keywords: Perception of Trust, Guarantee of Security, Quality of Service  
And Interests.***

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikatkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan 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, SH., MH. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin S.E. MM 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 Drajat Stiawan, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Ahmad Rosyid, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik (DPA) atas segala bimbingan, arahan dan dukungannya.

8. Pihak KSPPS BMT AN-NAJAH KC Warungasem yang telah membantu dalam proses penyusunan Skripsi ini.
9. Secara khusus ucapan terima kasih ini ditujukan kepada kedua orang tua saya tercinta.
10. Seluruh sahabat dan teman teman saya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
11. Seluruh dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu serta bimbingan kepada penulis.
12. Serta seluruh staff dan karyawan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan atas pelayanannya.

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

Pekalongan, 05 Oktober 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Penelitian.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	12
A. Landasan Teori .....	12
1. Theory Of Reasoned Action (TRA) .....	12
2. Kepercayaan .....	13
3. Jaminan Rasa Aman .....	15
4. Kualitas Pelayanan .....	16
5. Minat Nasabah.....	18

B. Telaah Pustaka .....	21
C. Kerangka Berpikir .....	27
D. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Pendekatan Penelitian .....	31
C. Setting Penelitian .....	31
D. Populasi dan Sampel .....	31
E. Variable Penelitian .....	33
F. Jenis dan Sumber Data .....	34
G. Teknik Pengumpulan Data .....	34
H. Metode Analisis Data .....	35
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A. Hasil Analisis Data .....	40
B. Pembahasan .....	55
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Keterbatasan Penelitian .....	65
C. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	

## 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*

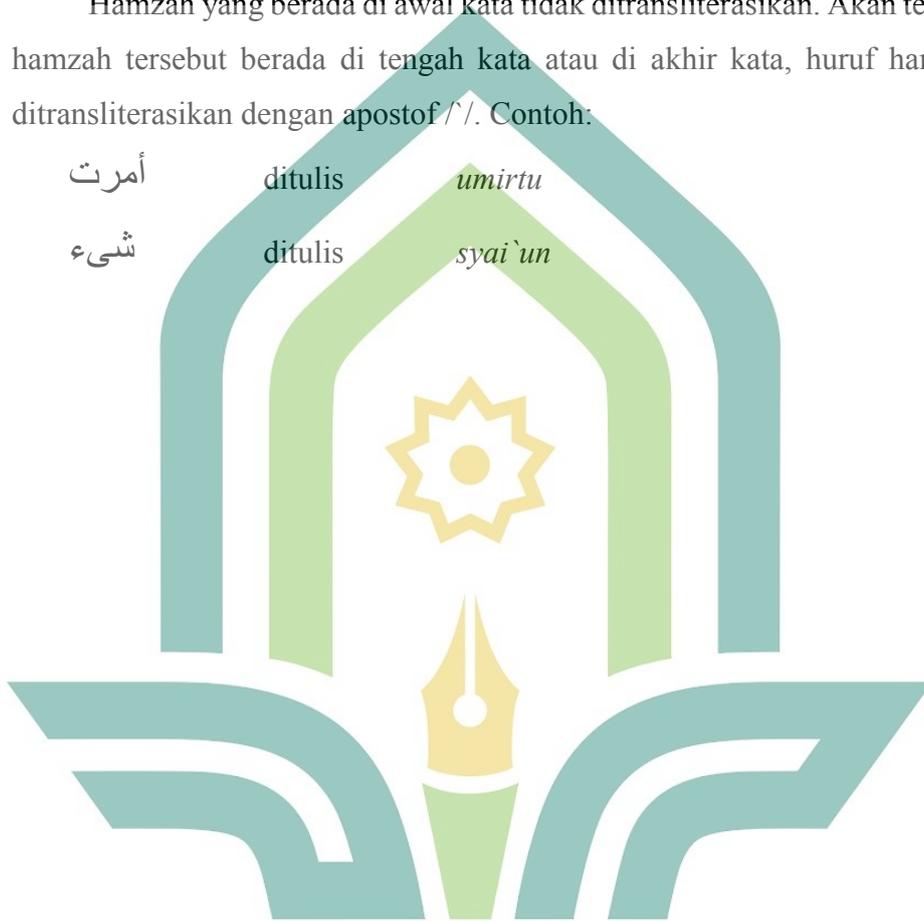
Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

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 dari tahun ke tahun .....	7
Tabel 2.1	Tinjauan Pustaka, .....	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	33
Table 3.2	Skala likert .....	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Gender .....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	42
Tabel 4.5	validitas Variabel Persepsi Kepercayaan (X1) .....	43
Tabel 4.6	Validitas Variabel Jaminan Rasa Aman (X2) .....	44
Tabel 4.7	Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (Y) .....	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Semua Variabel .....	45
Tabel 4.9	Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	47
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas .....	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	49
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel 4.13	Hasil Uji T (Uji Parsial) .....	52
Tabel 4.14	Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	53
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Model Penelitian .....	27
----------------------------------	----



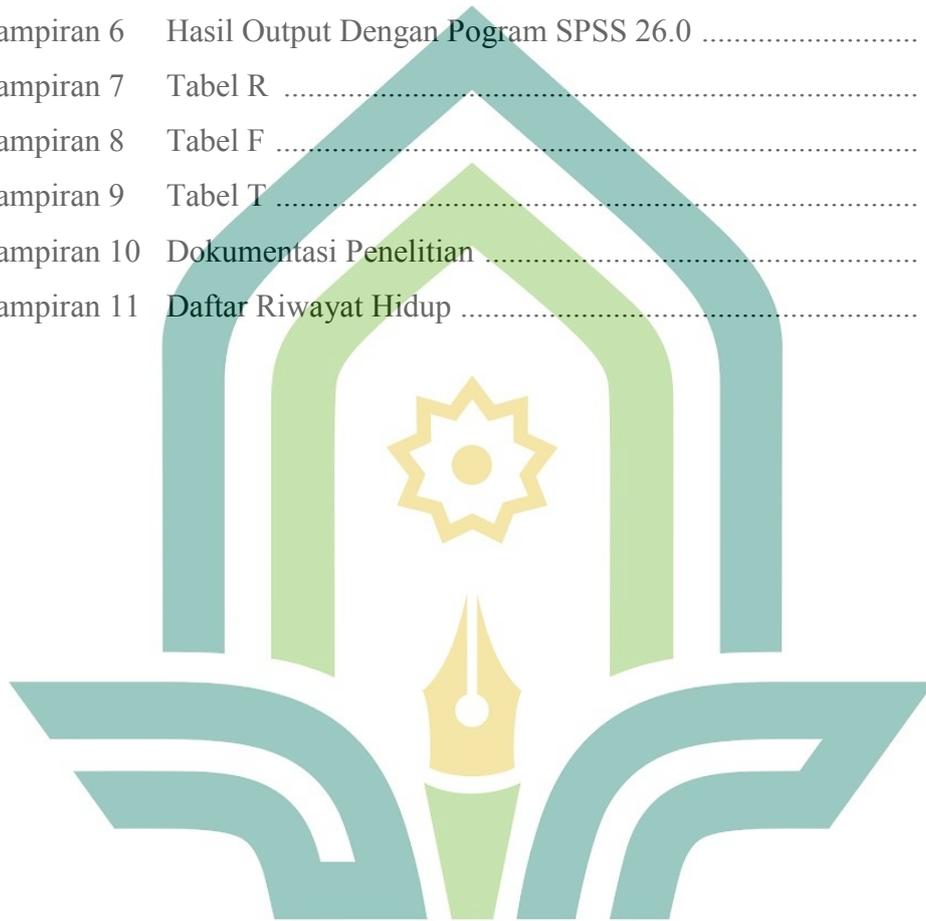
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	27
Gambar 4.1 Gambar Scatterplot Uji Heterokedastisitas .....	49



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Penelitian .....	I
Lampiran 2	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	II
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian .....	III
Lampiran 4	Hasil Data Tabulasi Responden .....	VIII
Lampiran 5	Hasil Data Tabulasi Kuesioner .....	XI
Lampiran 6	Hasil Output Dengan Pogram SPSS 26.0 .....	XVI
Lampiran 7	Tabel R .....	XXV
Lampiran 8	Tabel F .....	XXVI
Lampiran 9	Tabel T .....	XXVIII
Lampiran 10	Dokumentasi Penelitian .....	XXIX
Lampiran 11	Daftar Riwayat Hidup .....	XXX



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada bidang pembiayaan perekonomian, perkembangan Lembaga keuangan berbasis Syariah di Indonesia saat ini menghadapi perubahan pertumbuhan yang semakin meningkat dan signifikan. Lembaga keuangan memiliki peran yang penting bagi kehidupan suatu negara yaitu sebagai suatu lembaga yang berfungsi untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan Kembali ke masyarakat secara efektif dan efisien. Indonesia, salah satu negara dengan mayoritas umat Islam, membutuhkan bank yang mematuhi hukum syariah. Selain bank syariah, ada beberapa jenis organisasi keuangan mikro dengan tujuan terkait dan praktik yang sesuai dengan syariah. BMT adalah nama Lembaga Keuangan Mikro Syariah atau yang biasa disebut LKMS. LKSM ini segera menunjukkan bahwa mereka memainkan peran penting dalam memerangi ketimpangan sosial ekonomi, mengurangi kemiskinan, dan mendorong lingkungan ekonomi yang adil. Hal ini tentu cukup menguntungkan bagi Indonesia, karena dengan mayoritas penduduknya yang beragama Islam bisa menjadi salah satu penanaman modal yang mendukung perkembangan LKMS saat ini di Indonesia.

*Baitul maal* lebih menunjukkan pada usaha-usaha pengumpulan serta penyaluran dan yang non profit, seperti zakat, *infaq* serta *shodaqoh*. Dalam kondisi saat ini, BMT dituntut untuk menunjukkan yang terbaik kepada para calon anggota agar mereka memilih untuk bertransaksi atau menjadi anggota di BMT. Oleh sebab itu, BMT harus memiliki kualitas layanan yang baik untuk bersaing mendapatkan anggota baru dan mempertahankan anggota yang lama. Pelayanan yang berkualitas selalu diharapkan oleh semua anggotanya.

Pelayanan yang dapat memberikan ketentraman bagi anggota tentu akan membuat anggota merasa puas karena pada dasarnya kualitas pelayanan menggambarkan sejauh mana kinerja yang dimiliki oleh para karyawan perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan adalah bentuk evaluasi anggota terhadap pelayanan yang diberikan (Hasilan dan Purwanto, 2018).

Dalam kondisi saat ini, BMT dituntut untuk menunjukkan yang terbaik kepada para calon anggota agar mereka memilih untuk bertransaksi atau menjadi anggota di BMT. Oleh sebab itu, BMT harus memiliki kualitas layanan yang baik untuk bersaing mendapatkan anggota baru dan mempertahankan anggota yang lama. Pelayanan yang berkualitas selalu diharapkan oleh semua anggotanya. Pelayanan yang dapat memberikan ketentraman bagi anggota tentu akan membuat anggota merasa puas karena pada dasarnya kualitas pelayanan menggambarkan sejauh mana kinerja yang dimiliki oleh para karyawan perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan adalah bentuk evaluasi anggota terhadap pelayanan yang diberikan (Hasilan dan Purwanto, 2018).

Berkaitan dengan kualitas pelayanan, telah diperintahkan dalam Al-Qur'an bahwa islam memberi pedoman, Ketika ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa produk maupun layanan jasa, maka berikanlah dengan kualitas pelayanan yang terbaik dan janganlah memberi keburukan ataupun sikap tercela kepada orang lain. Perusahaan atau lembaga yang bergerak dalam bidang jasa menerapkan kualitas pelayanan yang baik dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan dari konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, akan menimbulkan persepsi terhadap kualitas layanan yang telah diberikan. Seringkali terdapat perbedaan antara perusahaan dengan perusahaan yang lain. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan pelayanan evaluasi dari anggotanya (Dewi et al., 2022).

Adanya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dipercayai menjadi Lembaga keuangan non bank yang bebas dari riba dan memiliki peran untuk mendukung pembangunan perekonomian masyarakat. BMT merupakan salah satu Lembaga dengan sistem kinerja yang berbasis Syariah, dan bersumber pada kaidah dalam al-qur'an dan Hadits. Tujuannya guna memahami dan mempelajari nama yang sah dalam menjalankan praktik bertransaksi, sehingga mampu tercipta Lembaga keuangan yang adil, transparan, sehat, dan dinamis terjamin oleh hukum (Sudjana& Rizkison, 2020).

Kepercayaan dianggap sebagai espektasi positif dari anggota kepada perusahaan (Maharani, 2010). Tingkat kepercayaan tidak hanya dapat di lihat dari tanggapan anggota terhadap layanan yang diberikan oleh pihak BMT, tetapi

bisa juga dilihat dari banyaknya jumlah rekening dan anggota dari pihak BMT. Dalam hal ini kepercayaan anggota terhadap BMT An-Najah Wiradesa Warungasem, dapat dilihat dari jumlah anggota penabungnya. Dalam konteks pemasaran relasional, kepercayaan merupakan dimensi yang menentukan rasa integrasi dan komitmen antara satu pihak dengan pihak yang lain. Kepercayaan bentuk kesadaran dan perasaan bahwa anggota percaya terhadap produk dan layanan yang diberikan sehingga dengan hal tersebut perusahaan dapat menjalin hubungan dengan anggota (Mahendra dan Indriyani, 2018).

Pada penelitian (Japlani et al., 2020) bahwa kepercayaan terhadap kepuasan anggota atau minat anggota sangat berpengaruh dan signifikan hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kepercayaan yang meliputi kebaikan, integritas (prinsip) dan kompetensi (kemampuan) yang sangat baik dari anggota, maka akan meningkatkan rasa minat anggota yang tinggi dan akan meningkatkan pula jumlah anggota baru. Factor yang berpengaruh yaitu kompetensi dan prinsip, sedangkan yang kurang berpengaruh yaitu kebaikan oleh karna itu harus diperbaiki.

Sedangkan, jaminan rasa aman yang diberikan dari pihak bank atau non bank ke anggota dan calon anggotanya/nasabah untuk menyimpan dananya pada bank. Salah satu faktor utama dalam menjalankan bisnis adalah rasa aman dalam melayaninya dengan baik. Yang dibutuhkan anggota untuk bertransaksi dibank ataupun non bank ialah rasa aman yang diperoleh dalam melakukan transaksi, dan anggota bisa dapat kebutuhan dasarnya.

Kualitas pelayanan pada dasarnya sebuah usaha yang dilakukan untuk memenuhi dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan sangat perlu dan diperhatikan oleh industri agar dapat meningkatkan daya Tarik anggota atau nasabah. Setiap usaha yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada anggotanya melalui persembahan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Karyawan yang ditempatkan dibagian pelayanan memiliki peran yang sangat penting karena langsung berhadapan dengan nasabah secara langsung (Kasmir, SE.,2005).

Konsep pelayanan yang diberikan KSPPS BMT An-Najah sebagai lembaga yang berbasis Syariah tentunya menerapkan pelayanan yang sesuai dengan Syariah Islam. Penerapan kualitas pelayanan yang islami dimaksudkan untuk menciptakan kepercayaan anggotanya. Berdasarkan survai yang telah peneliti lakukan dan menurut beberapa anggota menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT An-Najah KC Warungasem terbilang sudah sepenuhnya diterapkan dengan baik, bahkan sesuai dengan nilai-nilai islam, namun memang masih ada Sebagian yang mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan ada yang belum terealisasi dengan baik, pelayanan yang berbelit-belit, serta kurangnya fasilitas tempat duduk diruang tunggu bagi para anggota yang melakukan transaksi ditempat.

Dalam penelitian (APRIANI et al., 2022) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan yang baik terhadap minat nasabah menciptakan hubungan dan berdampak positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan Ketika kualitas pelayanan diberikan dengan baik akan menciptakan adanya minat anggota terhadap suatu lembaga keuangan. Namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan

Novia dan Fuad Hasyim (2022) yang menyatakan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini karena mayoritas responden belum intensif bersinggungan dengan layanan lembaga keuangan Syariah, sehingga belum betul-betul mengetahui performa yang ada dalam pelayanan Syariah.

BMT An-Najah Wiradesa ialah lembaga keuangan non bank yang menjalankan usahanya berdasarkan standar syariah dan dapat berperan sebagai dana cadangan dan penghimpunan kredit bagi individu yang berasal dari wilayah Pekalongan dan Batang, sehingga dapat membantu daerah setempat dengan menangani kebutuhan mereka sejauh dana investasi dan kredit baik untuk praktik bisnis dan untuk memenuhi kebutuhan keuangan mereka. Salah satu barang yang dapat diakses di KSPPS BMT An-Najah Wiradesa adalah produk deposito mudharaba.

Ada beberapa produk simpanan di BMT An-Najah ini seperti Simpanan suka rela (sirela) akad wadi'ah, Simpanan pelajar prestasi (simpelpres) akad wadi'ah, Simpanan idul fitri (sifitri) akad wadi'ah, Simpanan qurban (siqurban), Simpanan sembako (ardako), Simpanan safari atau wisata religi (sisafar) akad wadi'ah, Simpanan keluarga investasi mandiri (skim) akad wadi'ah, Simpanan aqiqoh (siaqiq) akad wadi'ah, Simpanan berjangka (sisuka) akad mudharabah, Simpanan usaha muslim mandiri terpadu (siumat) akad wadi'ah, Simpanan hari tua (sihata) akad wadi'ah, Simpanan haji dan umroh (saharoh) akad wadi'ah, Simpanan investasi masa depan (Sintan) akad wadi'ah. Adapun produk pembiayaan produk pembiayaan modal usaha, Produk pembiayaan multi jasa, Produk pembiayaan konsumtif, Produk pembiayaan investasi.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah BMT An-Najah Kc. Warungasem**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>
2017	165
2018	617
2019	984
2020	1270
2021	1569
2022	1952

(Sumber: Data BMT An-Najah cabang Warungasem 2023)

Berdasarkan table diatas, dapat dijelaskan bahwa perkembangan jumlah anggota sejak tahun 2017-2022 yang menggunakan produk tabungan maupun produk pembiayaan mengalami kenaikan jumlah anggota setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa BMT An-Najah Kc. Warungasem mampu bersaing dengan tetap menjaga kualitas pelayanan dan pemasaran guna memenuhi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanannya terhadap minat menjadi anggota. Karena kunci untuk mempertahankan anggota yaitu dengan membangun kepercayaan kepada anggotanya.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dari salah satunya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Conflict Handling Terhadap Kepuasan Nasabah di KSPPS Minna Lana”, mendapatkan hasil dari penguji bahwa melihat 4.13 nilai Adjusted R S sebesar 0,293 menunjukkan bahwa variable independent (Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Conflict Hadling) secara simultan berkontribusi terhadap variable dependes (kepuasan nasabah) sebesar 29% dan sisanya sebesar 71% yang di pengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukan ke dalam penelitian ini (Shofa Apriliyanti, 2021). Dan dalam dua skripsi yang saya baca tidak perbengaruh

dengan minat anggota. Menurut uraian di atas, maka peneliti tertarik akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem, Kabupaten Batang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang sudah diuraikan di atas, peneliti dapat merumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem?
2. Apakah terdapat pengaruh Jaminan Rasa Aman terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem?

## **C. Batasan Penelitian**

Batasan penelitian dilakukan agar pembahasan yang dibahas lebih fokus dan tidak terlalu luas, Adapun Batasan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Objek penelitian ini adalah BMT An-Najah Cabang Warungasem.
2. Data yang diperoleh peneliti adalah hasil dari penyebaran kuisioner yang di isi langsung oleh anggota BMT An-Najah cabang Warungasem.

3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi Kepercayaan, Jaminan rasa aman, dan Kualitas Pelayanan.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Di lihat dari latar belakang bagitu juga rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Persepsi Kepercayaan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem.
2. Untuk menganalisis Jaminan Rasa Aman terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem.
3. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem.
4. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan menghasilkan pengetahuan tentang pengaruh persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan terhadap minat untuk menjadi anggota pada lembaga keuangan syariah.

2. Manfaat Peneltian

- a. Bagi Akademisi

Penelitian ini dimaksudkan kepada peneliti selanjutnya untuk menjadi rujukan dan menambah pengetahuan atau wawasan tentang

bagaimana cara menarik minat anggota untuk menabung di BMT An-Najah khususnya di kantor cabang Warungasem.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, maka perusahaan mempunyai acuan untuk menarik minat masyarakat untuk menabung.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai strategi menarik nasabah dalam menggunakan tabungan di BMT.

**F. 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**

Pada bab ini memuat hal-hal yang mencakup tentang, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini mencakup hal-hal yang berisi mengenai: landasan teori, telaah Pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis. Pada bab ini berisi tentang teori yang diuraikan dalam menjawab permasalahan penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel penelitian, variable penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

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

Dalam bab ini berisi memuat profil objek penelitian, analisis data variable penelitian dan pembahasan.

#### **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 II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Theory Of Reasoned Action (TRA)**

Penelitian ini menerapkan Theory Of Reasoned Action (TRA). Ditemukan oleh Ajzen & Fishbein (1980) yakni teori yang bertindak berdasarkan pada alasan. Theory of reasoned mampu memberikan konteks ideal Ketika memperkirakan Tindakan dari seseorang melakukan perilaku. Pada prinsip Theory Of Reasoned dari seseorang melakukan perilaku. Pada prinsip Theory Of Reasoned dari Ajzen dan Fishbein (1975) (dalam Kurniawan et al., 2013) menyebutkan bahwa terdapat dua komponen sebagai penentuan niat dalam bertindak, yaitu perbuatan individu mengenai cara berperilaku (norma subjektif) (Kurniawan et al., 2013). Ajzen dan Fishbein menyatakan dalam teorinya bahwa suatu kemauan dalam diri sendiri yang teguh untuk melakukan sebuah perilaku, dapat dijelaskan melalui konsep intensi ataupun minat. Minat yang terdapat dalam diri seseorang yang menggambarkan seperti gambaran perasaan, pikiran, karakter ataupun dari factor lain yang nantinya dapat mempengaruhi orang tersebut melaksanakan suatu perilaku.

Hal-hal yang dapat mendorong minat seseorang guna melakukan suatu Tindakan diantaranya yaitu kepercayaan akan harapan dari orang lain (normative beliefs), dan kepercayaan akan harapan dari orang lain (normative beliefs), dan kepercayaan akan adanya factor-faktor yang memfasilitasi

sebuah perilaku tersebut (control beliefs, ini merupakan pernyataan dari Ajzen dan Fishbein (Swastawan, 2021). Minat sendiri merupakan suatu yang timbul atau perasaan yang mencuat selepas memperoleh stimulu dari produk yang sudah diperhatikannya. Kepercayaan dapat dihubungkan dengan minat anggota terhadap BMT An-Najah. Timpulnya minat terhadap X dan Y ini dikarenakan adanya sebuah jaminan rasa aman dan kualitas pelayanan yang terbaik, yang dapat mempengaruhi pikiran maupun perasaan agar mendapat tanggapan yang baik sehingga seseorang akan menilai dan berminat untuk menjadi anggota di BMT An-Najah.

## 2. Kepercayaan

### a. Definisi Kepercayaan

Khotimah (2018) dalam penelitiannya menyebutkan jika kepercayaan merupakan suatu keadaan psikologi yang menerima segala harapan pada perilaku baik dari orang lain. Dalam (Jeniffer, 2014:18), kepercayaan konsumen diartikan sebagai pihak lain dalam melakukan tindakan penting sehingga seseorang dapat dipercaya tanpa harus diawasi atau dikendalikan (Khotimah, 2018).

Keyakinan individu menjadikan seseorang mempunyai harapan akan kesediaannya dan yakin kepada mitra yang dianggap akan memberikan apa yang diharapkan. Harapan yang dipercayai ini biasanya berbentuk perkataan, janji atau pun pertanyaan yang dapat menciptakan kepercayaan orang lain (Andriani & Halmawati, 2019). Oleh karena itu, membangkitkan rasa kepercayaan nasabah pada BMT membutuhkan

tingkat kepercayaan anggota yang tinggi. Karena BMT dituntut untuk menciptakan rasa kepercayaan yang tinggi ke anggotanya supaya anggota akan merasakan keyakinan maupun aman dalam menyimpan dananya, maka sangat mungkin bisnis perbankan akan berjalan lebih intensif antara anggota dengan BMT sebagai akibat dari tingkat kepercayaan yang dibangun antara BMT dan anggota di Lembaga keuangan (Azizi & Herdrastyo, 2020).

#### **b. Indikator kepercayaan**

Faktor yang membentuk sebuah kepercayaan terdiri dari 3 hal menurut Joseph, et.al (2010), antara lain:

##### **i. Kemampuan (*Ability*)**

Kompetensi dan karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjual, melayani, menyediakan, dan memberikan rasa aman dalam bertransaksi akan gangguan dari pihak luar.

##### **ii. Kebaikan hati (*Benevolence*)**

Yakni bagaimana pihak yang menjual memberikan keuntungan atas dirinya dan konsumen dengan memberikan perhatian yang besar untuk mewujudkan apa yang diinginkan oleh konsumen hingga akhirnya dari pelayanan yang baik itu tercipta kepuasan.

##### **iii. Integritas (*Integrity*)**

Adalah kebaisaan penjual dan bagaimana penjual berperilaku dalam menjalankan sebuah bisnis. Integritas didalamnya memberikan informasi yang sesuai fakta kepada konsumen tentang apakah kualitas

produk/jasa yang ditawarkan dapat dipercaya ataukah tidak (Suprpto & Wahyudin, 2020).

### **3. Jaminan Rasa Aman**

#### **a. Definisi Jaminan Rasa Aman**

Kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank atau non bank kepada anggota dan calon anggotanya/nasabah untuk menyimpan dananya pada bank. Salah satu faktor utama dalam menjalankan bisnis adalah rasa aman dalam melayaninya dengan baik. Yang dibutuhkan nasabah untuk bertransaksi di Bank ataupun Non bank ialah rasa aman yang diperoleh dalam melakukan transaksi, dan anggota bisa dapat kebutuhan dasarnya.

Berhubungan dengan jaminan rasa aman, Karyawan dapat membantu anggota mendapatkan kepercayaan pada bisnis itu sendiri dapat membantu pelanggan merasa aman, menurut Parasuraman dalam Tjoptono dan Chandra (2005). Mengingat jaminan keamanan dan keandalan ini, pelanggan senang dengan layanan yang mereka terima. Persyaratan keamanan adalah persyaratan tingkat kedua setelah persyaratan dasar. Berarti bahwa persyaratan keselamatan adalah untuk melindungi manusia. Misalnya, persyaratan perlindungan saat bertransaksi, dan menyimpan uang melalui penyampaian rasa aman kepada anggota.

#### **b. Indikator Jaminan Rasa Aman**

Jaminan mencakup sifat kontraktual dari kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan kepercayaan individu untuk menghilangkan kecurigaan konsumen dan melindungi dari bahaya dan risiko. Pasuraman (1985)

Berbagai metrik diturunkan dari berbagai teori jaminan keamanan yang diuraikan dalam penelitian ini, yaitu:

- i. Kompetensi (*Courtesy*), atau ciri-ciri mendasar seseorang yang memiliki hubungan dengan standar referensi validitas atau yang diuntungkan dari posisi keuntungan.
- ii. Kesopanan (*Credibility*), Saat berinteraksi dengan konsumen, atau kepercayaan yang dibangun dalam bisnis sebagai kepercayaan yang jujur dan dapat diterima, biasanya memerlukan citra, nama, dan deskripsi positif tentang organisasi.
- iii. Keamanan (*Security*), memperoleh rasa nyaman dan aman dari berbagai bahaya, keraguan, atau gangguan yang berkaitan dengan keamanan fisik, keamanan finansial, dan kerahasiaan bisnis.
- iv. Keyakinan (*Trust*), pada khususnya perkembangan keyakinan manusia bahwa dirinya telah menemukan kebenarannya. (*em to do what he/she wants to do*).

#### 4. Kualitas Pelayanan

##### a. Definisi Operasional

Beberapa variabel mempengaruhi seberapa puas anggota dengan hubungan lembaga keuangan. Standar pelayanan merupakan salah satu unsur penentu. Menurut para ahli, faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan berasal dari dalam lembaga pelayanan. Menurut Kloter, kualitas mencakup semua atribut produk dan layanan yang bergantung pada kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen tertentu. Sedangkan Sutopo dan Suryanto menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan yang dilakukan dengan maksud

memberikan kepuasan kepada anggota. Ketika layanan pelanggan perusahaan mendekati apa yang diinginkan anggota, dapat dikatakan bahwa layanan tersebut berkualitas tinggi. Sebaliknya, jika tingkat pelayanan di bawah apa yang diantisipasi anggota, maka tingkat kualitas pelayanan adalah bisa dianggap buruk

Jika anggota memilih untuk menjalankan bisnis dengan salah satu lembaga keuangan ini dapat dipengaruhi dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada anggota. Ketika lembaga keuangan memberikan layanan kepada anggota yang baik, pelanggan lebih cenderung untuk kembali, terutama Kembali ke kantor cabang Warungasem. Sebaliknya, ketika kualitas layanan buruk, nasabah lebih cenderung beralih ke lembaga keuangan lainnya.

#### **b. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Wolkins (2019), yang menegaskan ada enam prinsip utama pada kualitas layanan yang harus di ikuti untuk menciptakan suasana yang ideal untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan, yaitu:

##### **i. Instruksi**

Semua manajer perusahaan harus menyelesaikan pelatihan kualitas layanan, termasuk manajemen senior dan manajer divisi operasional.

##### **ii. Pengorganisasian**

Sasaran mutu yang memandu bisnis untuk mencapai targetnya harus disertakan dalam proses perencanaan strategis.

### iii. Rivew

Manajemen dapat memanfaatkan prosedur tinjauan sebagai alat untuk mengubah perilaku organisasi. Proses evaluasi memastikan bahwa sasaran kualitas layanan terus diperhatikan.

### iv. Interaksi

Proses komunikasi mempengaruhi seberapa baik layanan perusahaan diimplementasikan. Sebagai ilustrasi, pertimbangkan komunikasi dengan anggota staf, klien, dan pemangku kepentingan lainnya seperti pemegang saham, pemasok, dll.

### v. Penghargaan dan pujian

Setiap karyawan yang berkinerja baik layak untuk diakui dan diberi penghargaan atas usahanya. Ini dapat meningkatkan kebanggaan, motivasi, dan semangat kerja.

## 5. Minat Nasabah

### a. Pengertian Minat Nasabah

Minat nasabah dapat diartikan sebagai salah satu aspek psikis manusia untuk mencapai suatu tujuan. Seseorang akan memberikan perhatian dan merasa senang dengan suatu objek yang disukai ini dapat disimpulkan bahwa orang tersebut memiliki rasa minat terhadap suatu objek, namun apabila objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka ia tidak akan memiliki minat pada objek tersebut. Keinginan seseorang terhadap suatu objek, barang, atau dorongan untuk melakukan suatu kegiatan dapat diartikan sebagai minat (Iriani, 2018).

Minat adalah pengaruh eksternal, dan minat beli konsumen dapat tercipta dengan adanya kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif. Usaha pemasaran dan faktor sosial budaya menjadi pengaruh eksternal. Masyarakat memiliki rasa tertarik atau minat menjadi nasabah perbankan karena adanya harapan yang mereka berikan kepada pihak perbankan (Firdaus & Sjahrudin, 2021). Objek sasaran dapat dikaitkan dengan keinginan dan kebutuhan, posisi yang telah terorganisasi melalui berbagai pengalaman yang dapat mendorong seseorang untuk memperoleh obyek khusus, aktivitas, pemahaman dan keterampilan untuk mencapai tujuan perhatian atau pencapaian juga dapat diartikan sebagai minat (Rusianingsih, 2018).

#### **b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah**

Minat nasabah/pelanggan dapat terjadi ketika dipengaruhi oleh 4 faktor menurut Zulkifli (2019), sebagai berikut:

- i. Faktor sosial menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan keluarga, teman, tetangga, rekan kerja, kelompok olahraga dan kelompok seni yang berkaitan dengan masyarakat.
- ii. Faktor budaya merupakan faktor yang berkaitan dengan kelompok kesenian, mulai dari nasional sampai kelompok etnis/suku. Dan Indonesia memiliki budaya yang berbeda, masing-masing budaya memiliki pola konsumsi yang berbeda.
- iii. Faktor pribadi berkaitan dengan usia, pekerjaan, status, kehidupannya dan kepribadian.

- iv. Faktor yang mempengaruhi motivasi pembelian seseorang, sesuai dengan teori motivasi dan persepsi seseorang disebut dengan faktor psikologis.

### c. Indikator Minat Nasabah

Menurut Ferdinand (2006) dalam penelitian (Ramdani, 2020), terdapat 3 indikator minat anggota, sebagai berikut:

- i. Minat Transaksional

Minat Transaksional adalah ketertarikan dari seseorang yang cenderung ingin memiliki suatu produk.

- ii. Minat refrensi

Minat refrensi yaitu gambaran dari perilaku individu yang mengajukan atau menyarankan produk yang sudah dibelinya kepada orang lain, agar orang tersebut tertarik untuk membelinya karena sudah mengetahuinya pengalaman konsumen yang sudah lebih dulu membeli.

- iii. Minat Preferensial

Minat Preferensi merupakan minat yang mendeskripsikan keperibadian manusia yang memiliki prioritas terhadap suatu produk. Preferensi ini hanya bisa digantikan pada produk utamanya terjadi sesuatu.

## B. Telaah Pustaka

Dalam penyusunan proposal ini ditemukan beberapa penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan, maka hasil penelitian sebelumnya akan digunakan acuan dalam penyusunan penelitian ini. Berikut merupakan telaah Pustaka dari penelitian terdahulu.

Table 2.1  
Tinjauan Pustaka

No.	Nama (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Positioning Research
1.	Mistiawati (2022)	“Pengaruh Kepercayaan, Keputusan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Simpanan Suka Rela (Si Rela) Di BMT An-Najah Pekalongan Cabang Warungasem”	Kuantitatif	Bahwa sementara persial kualitas layanan berdampak pada loyalitas anggota, efek parsial kepercayaan tidak berdampak.	<b>Persamaan:</b> menggunakan kepercayaan dan kualitas peayanan terhadap anggota. <b>Perbedaan:</b> tidak menggunakan variabel independent jaminan rasa aman dan variabel dependen minat.
2.	Sarah Aulia Handayani (2021)	“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Produk Simpanan Sembako Hari	Kuantitatif	Sedangkan variabel independent kualitas pelayanan secara parsial tidak berpngaruh signifikan, variabel independent kepercayaan berpengaruh positif dan cukup besar.	<b>Persamaan:</b> menggunakan variabel independent kepercayaan dan kualitas pelayanan.

		Raya (Sikohar) Di KSPPS Minna Lana Pekalongan”.			<b>Perbedaan:</b> Tidak menggunakan variabel independent jaminan rasa aman dan variabel dependen minat.
3.	Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hedrastyo (2020)	“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang”.	Kuantitatif	Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif pada minat nasabah menabung. Kepercayaan tidak berpengaruh secara positif terhadap minat menabung. Variabel promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menabung.	<b>Persamaan:</b> menggunakan variabel independen kepercayaan dan variabel dependen minat.  <b>Perbedaan:</b> tidak menggunakan variabel independent jaminan rasa aman dan tidak menggunakan variabel independent kualitas pelayanan.
4.	Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariato, S.E., M.M. (2014)	Jurnal yang berjudul “Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung	Kuantitatif	Pada variabel independent kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan hasil variabel independent jaminan rasa aman bahwa terbukti	<b>Persamaan:</b> memakai variabel independent kepercayaan dan jaminan rasa aman

		Nasabah Bank Danamon Di Surabaya”.		berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.	<b>Perbedaan:</b> tidak memakai variabel independent kualitas pelayanan.
5.	Tri Puspito Rahayu, Subagyo, Wahyu Widodo (2022)	Jurnal yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembeli Dengan Jaminan Rasa Aman Sebagai Variabel Intervening”.	Kuantitatif	Sedangkan hasil variabel kepercayaan langsung mempengaruhi jaminan rasa aman secara maengutungkan dan signifikan. Selain itu, variabel jaminan mempengaruhi pelanggan secara negatif tetapi tidak signifikan.	<b>Persamaan:</b> memakai variabel kepercayaan dan jaminan rasa aman <b>Perbedaan:</b> tidak memakai variabel independent kualitas pelayanan dan variabel dependen minat.
6.	Inggar Dwi Rani (2021)	Skripsi yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Masa Pandemic Covid 19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Di Jawa Timur)”.	Kuantitatif	Hasil pada variabel minat menjadi nasabah sangat signifikan.	<b>Persamaan:</b> menggunakan variabel dependen minat. <b>Perbedaan:</b> tidak menggunakan variabel persepsi kepercayaan, variabel jaminan rasa aman, dan tidak menggunakan

					variabel kualitas pelayanan.
7.	Siti Ramdaniah, sri mintarti dan Maryam nadir (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Jamaah Umroh PT. Arrehlah Wisata Amarinda) (Ekonomi & Mulawarman, 2022)	Kuantitatif	Hasil penelitian berdasarkan pada data yang sudah diolah bahwa hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi dan kepuasan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas.	<p><b>Persamaan:</b> dari penelitian terdahulu adalah kualitas pelayanan, dengan menggunakan metode kuantitatif.</p> <p><b>Perbedaan:</b> pada penelitian ini tidak menggunakan variabel kepercayaan, dan jaminan rasa aman serta tidak menggunakan variabel dependen minat.</p>
8.	Arbi Ginardo (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bprs Hik Bahari Cab. Batang (Studi Kasus Nasabah Bprs Hik Bahari Cab. Batang).	Kuantitatif	Hasil penelitian berdasarkan pada data yang sudah diolah bahwa hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk mrnabung	<p><b>Persamaan:</b> menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah/anggota.</p> <p><b>Perbedaan:</b> pada penelitian ini tidak</p>

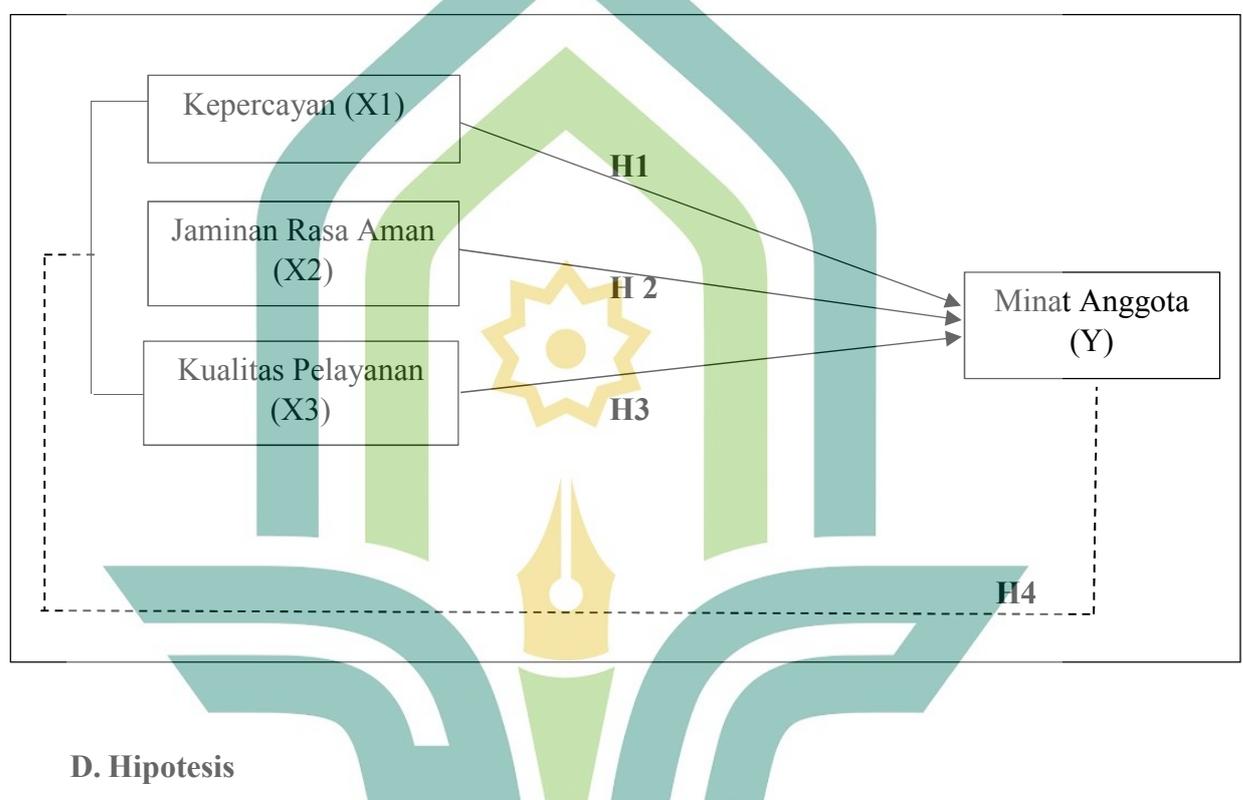
					menggunakan variabel jaminan rasa aman.
9.	Mistiawati (2022)	Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Simpanan Suka Rela (Sirela) Di BMT An-Najah Pekalongan Cabang Warungasem.	Kuantitatif	Hasil penelitian berdasarkan pada data yang sudah diolah bahwa hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan kepuasan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas.	<p><b>Persamaan:</b> dari penelitian terdahulu adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan dengan menggunakan metode kuantitatif serta tempat penelitian yang sama.</p> <p><b>Perbedaan:</b> pada penelitian ini tidak menggunakan variabel jaminan rasa aman serta tidak menggunakan variabel dependen minat.</p>
10.	Alvirah Widjoyo Eksan (2022)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap minat nasabah pada simpanan berjangka di PT. Bpr Magga Jaya Utama	Kuantitatif	Hasil penelitian berdasarkan pada data yang sudah diolah bahwa hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat anggota.	<p><b>Persamaan:</b> dari penelitian terdahulu adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan dengan menggunakan metode</p>



### C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan tinjauan pustaka, dihasilkan model kerangka berpikir yang digunakan sebagai dasar riset ini. Bentuk kerangka riset terdiri dari tiga bentuk variabel, yaitu independen (kepercayaan, dan jaminan rasa aman), dependen (minat menjadi anggota), dan intervening (Kualitas pelayanan).

**Gambar 2.1 Model Penelitian**



### D. Hipotesis

#### 1. Hubungan pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota

Dalam penelitian (Alfian et al., 2023) menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota ataupun pembelian ulang. hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan

dan kualitas pelayanan semakin banyak minat anggota untuk percaya kepada perusahaan tersebut.

Begitu pula dengan penelitian (Naufal, 2021) menyatakan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Jaminan rasa aman ini timbul dimana pihak BMT memberikan pelayanan yang baik sehingga nasabah atau anggota sendiri merasa aman menabung di BMT. Serta kepercayaan timbul dimana memenuhi kewajibannya terhadap nasabah dan konsistensi BMT dalam memberikan pelayanan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas produk terhadap minat nasabah maka dapat disimpulkan bahwasannya pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk BMT tersebut (Rizka et al., 2023). Tapi berbeda dengan penelitian (Inayah et al., n.d.) bahwa tidak berpengaruh positif terhadap minat produk dan promosi.

H1: Terjadi pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BMT

## 2. Hubungan pengaruh kepercayaan terhadap minat anggota

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sarah Aulia Handayani (2021) yang menyatakan bahwa variabel independent kepercayaan dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Yohana Neysa Setyawan (2014) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terhadap pengaruh

signifikan yang ditunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan yang ditunjukkan oleh variabel jaminan rasa aman terhadap kualitas pelayanan. Jaminan rasa aman menjadi potensi terbesar yang dapat meningkatkan peminatan nasabah melakukan transaksi di suatu lembaga keuangan.

H2: Terjadi pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kepercayaan terhadap minat menjadi anggota di BMT

### 3. Hubungan Jaminan Rasa Aman terhadap minat anggota

Pada penelitian (Abdul et al., 2022) menyimpulkan bahwa di dalam penelitiannya bahwa ditemukannya berdasarkan hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan rasa aman secara baik dan simultan dari hasil uji yang dilakukan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah/anggota dalam menggunakan produk tabungan di PT Bank NTB Syariah Mataram.

Di kutip dari Skripsi (Baiq Ika A, 2023) jaminan rasa aman merupakan kepercayaan atau kemampuan yang diberikan oleh suatu Lembaga keuangan baik jaminan berupa keamanan dalam bertransaksi maupun pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank Syariah maupun BMT. Jaminan rasa aman pada suatu lembaga keuangan juga sudah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yang merupakan suatu lembaga independen yang berfungsi menjamin simpanan nasabah perbankan di Indonesia berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2004 tentang LPS. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam memilih bank Syariah. Hal ini menunjukkan

bahwa jaminan rasa aman merupakan suatu hal yang penting bagi masyarakat ataupun nasabah karena Ketika nasabah merasa mendapat jaminan rasa aman yang baik maka minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah maupun BMT.

H3: Terjadi pengaruh positif dan signifikan Jaminan Rasa Aman terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah.

#### 4. Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap minat anggota

Dalam penelitian (Kartika & Trisiantini, 2023) berdasarkan penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap anggota bahwa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah minat anggota. Hasil penelitian diatas di dukung oleh Tjiptono (2018), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya dalam mengimbangi harapan anggota atau konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Sehingga konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Yuliati, 2021) berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tangkap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

H4: Terjadi pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

*Field research* yaitu pada penelitian lapangan ini yang digunakan untuk melakukan penelitian tertentu. Dapat disebut sebagai penelitian empiris karena mendapatkan datanya dari kegiatan di lapangan kerja (Nugraha, 2020).

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal ini dikarenakan untuk mengetahui persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kc. Warungasem Kab. Batang menggunakan objek yang berwujud angka dan dilakukan analisis statistika (Karima, 2021).

#### **C. Setting Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian di wilayah BMT An- najah Kantor Cabang Warungasem, pasar warungasem, dan sekitarnya yang berdomisili di Warungasem. Waktu Penelitian dilakukan pada bulan November 2022 – Maret 2023.

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi diartikan sebagai keseluruhan subjek/objek yang ditetapkan oleh peneliti setelah itu dipelajari atas kuantitas dan karakteristiknya sehingga dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Subjek dalam penelitian ini adalah anggota tabungan BMT An-Najah Warungasem sebanyak 1.952 anggota.

## 2. Sampel

Sampel yaitu sebagian kecil dari populasi yang memiliki karakteristik dari populasinya (Sugiyono, 2014). Sampel diambil dari Sebagian kecil populasi yang dianggap mewakili populasinya dengan prosedur khusus dalam pengambilan sampel (Sarigih, 2020). Rumus slovin digunakan peneliti untuk melakukan sampel dari populasi yang ada.

$$n = N / (1 + (N \times e^2)).$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presentase kelonggaran karena kesalahan (10% atau 0,1)

Seperti yang diketahui bahwa jumlah populasi adalah 1.952 anggota yang menabung pada produk tabungan BMT An-Najah, sehingga sampel dapat ditentukan dengan perhitungan berikut.

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 1,952 / (1 + (1,952 \times 0,102))$$

$$n = 1,952 / (1 + (1,952 \times 0,01))$$

$$n = 1,952 / (1 + 19,52)$$

$$n = 1,952 / 20,52 \quad n = 95,12 \text{ Sampel.}$$

Berdasarkan jumlah data tersebut, maka penulis melakukan pembulatan menjadi 95 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 agar mempermudah penelitian.

### a. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam metode *nonprobability sampling* digunakan dalam metode ini melibatkan pengambilan sampel sambil menyangkal setiap segmen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi. Sedangkan tekniknya adalah incidental sampling, yaitu memanfaatkan fakta bahwa ada subjek yang sesuai dengan kriteria pengambilan sampel (Sugiyono, 2014). Karena sumber daya dan waktu yang terbatas, peneliti menggunakan strategi ini.

Sampel diambil dari orang yang paling gampang dijumpai atau dapat diartikan juga pengambilan sampel berdasarkan kebetulan (Muhammad, 2008). Dalam hal ini artinya, responden siapa saja yang ditemui peneliti, tetapi yang akan dijadikan responden yang dianggap sesuai kriteria sampel yang ditentukan akan menjadi sampel (Firdaus, 2021).

### E. Variable Penelitian

**Table 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kepercayaan (X1)	Keyakinan individu menjadikan seseorang mempunyai harapan akan kesediaannya dan yakin kepada mitra yang dianggap akan memberikan apa yang diharapkan. Harapan yang dipercayai ini biasanya berbentuk perkataan, janji atau pun pertanyaan yang dapat menciptakan kepercayaan orang lain (Andriani & Halmawati, 2019).	1. Kemampuan ( <i>Ability</i> ) 2. Kebaikan Hati ( <i>Benevolence</i> ) 3. Integritas ( <i>Integrity</i> ) (Suprpto & Wahyudin, 2020).	Skala Likert
Jaminan Rasa Aman (X2)	Berhubungan dengan jaminan rasa aman, karyawan dapat membantu anggota mendapatkan kepercayaan pada bisnis itu sendiri dapat	1. Kompetensi ( <i>courtesy</i> ) 2. Kesopanan ( <i>credibility</i> )	Skala Likert

	membantu anggota merasa aman, menurut Parasuraman dalam Tjoptono dan Chandra (2005).	3. Keamanan (security) 4. Keyakinan (trust) (Pasuraman (1985)).	
Kualitas Pelayanan (X3)	Menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap Tindakan yang dilakukan dengan maksud memberikan keputusan kepada anggota (Sutopo & Suryanto, 2019).	1. Instruksi 2. Pengorganisasian 3. Rivew 4. Interaksi 5. Penghargaan dan Pujian (Wolkins (2019)).	Skala Likert
Minat Anggota (Y)	Usaha pemasaran dan faktor sosial budaya menjadi pengaruh eksternal. Masyarakat memiliki rasa tertarik atau minat menjadi nasabah perbankan karena adanya harapan yang mereka berikan kepada pihak perbankan (Firdaus & Sjahrudin, 2021)	1. Tradisional 2. Referensial 3. Preferensial (Ferdinand (2006) dalam penelitian (Ramdani, 2020)).	Skala Likert

#### F. Jenis dan Sumber Data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden meliputi profil responden serta tanggapan responden melalui pengisian kuisisioner berupa pertanyaan-pertanyaan terkait dengan indikator masing-masing setiap variabel penelitian yang diajukan kepada para responden anggota BMT An-Najah Cabang Warungasem. (Sihotang Mutiah Khaira, 2020)

#### G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara membagikan satu persatu kuesioner kepada nasabah BMT An-Najah Warungasem. Menurut Sugiyono, 2017 dikutip dalam jurnal “Hartanto” bahwa kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagikan beberapa

pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini menggunakan Skala Likert.

Pengukuran Skala Likert memiliki skala 1-5 :

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

(Hartanto & Andreani, 2019)

## H. Metode Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Ghozali berpendapat bahwa uji validitas harus digunakan untuk menentukan validitas kuesioner. Data kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mengungkapkan apa saja yang dapat diukur.

Perbandingan angka  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  digunakan dalam uji validitas. Apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan valid, namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , tidak dapat dikatakan valid. Perbandingan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk degree of freedom(df) = n-2 digunakan untuk uji signifikansi, n disini sebagai sampel. Kemudian  $r_{hitung}$  diperoleh bantuan program SPSS. Untuk  $r_{tabel}$  diperoleh melalui table r menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% (Idham Halil, 2019).

#### b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui konsistensi dari butiran kuesioner dilakukan uji reliabilitas dengan cara menguji Cronbach Alpha. Jika nilai-nilai *Cronbach*

$Alpha (a) > 0,60$  maka kuesioner dinyatakan reliabel. Tetapi jika nilai Cronbach Alpha(a)  $< 0,7$  berarti tidak reliabel (Anisah, 2021).

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menyatakan bahwa uji normalitas mempunyai tujuan sebagai penguji jika variable pengganggu berdistribusi secara normal. Analisis uji statistic KolmogorovSmirnov dan analisis grafik digunakan agar dapat mengetahui normal atau tidaknya distribusi residual menggunakan garis *Asymptote sebagai panduan. Sig (2 tailed)*.

Ketika *Asymp (2 tailed) > 0,05 atau 5%*, uji normalitas terpenuhi. Jika menggunakan analisis grafik dapat dilihat jika terdapat penyebaran data disekeliling garis diagonal dengan arah garis yang diikuti grafik histogramnya sehingga dapat dikatakan terdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas (Sitompul, 2021).

### b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya variable independent memiliki keterkaitan linear utuh mengenai model regresi. Periksa nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan toleransinya dapat menjadi tanda adanya multikolinearitas. Tidak ada multikolinearitas antara variable independent dan bila nilai dari Tolerance  $> 0,1$  kemudian jika nilai VIF  $< 10$  (Mardiatmiko, 2020).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Jika untuk menguji terjadi atau tidaknya ketidaksamaan model regresi dari residual pengamatan satu dengan lainnya. Untuk mengetahui

dengan menggunakan Uji Glejser untuk mengetahuinya. Pengujiannya yaitu dengan cara meregresi variable independent ke nilai absolut residual. Selisih antara nilai variable Y dan nilai yang diharapkan dari variable Y dikenal sebagai residual, dan nilai absolutnya dikenal sebagai nilai mutlak (semua nilai positif). Jika nilai signifikan antara variable bebas dan absolut residual  $> 0,5$  maka dikirimi tidak terjadi heteroskedastitas (Mardiatmoko, 2020).

### 3. Regresi Linear Berganda

Suatu keadaan memprediksi variabel dependen independen menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel terkait (Agus Eko Sujianto, 2009:58). Persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan memilih bank syariah

a = Konstanta (Nilai Y apabila X = 0)

$\beta_1 - \beta_3$  = Besar koefisien dari masing-masing variable

X<sub>1</sub> = Strategi Pemasaran

X<sub>2</sub> = Pengetahuan

X<sub>3</sub> = Perilaku

e = Error atau variable pengganggu.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t (Piasial)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variable bebas dengan satu variable bebas dengan satu variable terkait yaitu dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Umar, 201: 132)

Keterangan:

t = t hitung

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel

Uji t ini menggambarkan sejauh mana satu variabel independen menjelaskan variasi variabel terkait saja. Faktor independen dan variabel terkait masing-masing berpengaruh signifikan jika t hitung lebih dari atau sama dengan t tabel pada taraf signifikansi 5%. Sebaliknya, jika t hitung lebih kecil dari t tabel pada taraf signifikansi 5%, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait secara terpisah.

##### b. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan uji yang dilakukan buat memahami ada tidaknya pengatuh variable independent secara Bersama-sama terhadap variable terikat (Sahir, 2021). Uji F dipakai bila terdapat dua variable lebih.

Keputusan berdasarkan nilai pembelian dan pengolahan data program statistik parametrik SPSS adalah:

- i. Apabila keputusan pembelian  $< 0,05$   $H_0$  ditolak
- ii. Apabila keputusan pembelian  $> 0,05$   $H_0$  diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah ukuran kapasitas variable independen untuk menjelaskan variable dependen. Koefisien determinasi dituliskan R Square di output SPSS dan terdapat pada table Model Summary. Nilai  $R^2$  adalah 1, menunjukkan bahwa variable bebas menjelaskan secara meyeluruh pengaruh variable terkait dan tidak ada faktor lain yang bertanggung jawab atas pengaruh variable terkait. Jika nilai  $R^2$  diantara 0 dan 1, kemampuan statistic yaitu bentuk dua metode untuk menilai apakah residual mempunyai distribusi secara normal atau tidak (Janie, 2012). Para ahli telah merancang sejumlah metode untuk menentukan kenormalan, salah satunya adalah uji KolmogorovSmirnov. Hipotesis berikut diajukan dalam uji Kolmogorov Smirnov:  $H_0: f(X) = \text{normal}$  dan  $H_1: f(X) \neq \text{normal}$  (Usmadi, 2020).

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Analisis Data

##### 1. Analisis Deskriptif Responden

Dalam penelitian ini, penelitian mencantumkan beberapa jenis identitas responden pada kuisioner yang telah disebarakan kepada responden. Beberapa macam identitas responden tersebut diantaranya jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Identitas responden yang sudah diperoleh, kemudian diolah dengan menggunakan Teknik deskriptif *statistic* yang menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26. Untuk mengetahui gambaran responden sebagai objek penelitian, maka dapat digunakan analisis data deskripsi kuantitatif. Berikut merupakan uraian hasil deskripsi statistik:

##### a. Deskripsi Responden Berdasarkan Gender (Jenis Kelamin)

Table 4.1  
Gender

Jenis Kelamin	Percent
Laki-laki	20 %
Perempuan	80 %

(sumber: Output SPSS 26.0 data diolah 2023)

Menurut tabel 4.1 disimpulkan 100 responden sebanyak 20 responden atau 20% menunjukkan berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sejumlah 80 responden atau 80% berjenis kelamin perempuan.

## b. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

**Table 4.2**  
**Umur**

Umur	Percent
< 20 tahun	42 %
20 – 30 tahun	46 %
32 – 40 tahun	9 %
41 – 50 tahun	3 %

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Berdasarkan table 4.2, dapat dilihat bahwa responden yang berumur < 20 tahun memiliki 42% dengan total sebanyak 42 orang, responden umur 20-30 tahun memiliki 46% dengan total sebanyak 46 orang, kemudian responden berumur 31-40 tahun memiliki tingkat persen 9% dengan total 9 orang, sedangkan responden yang berumur 41-50 tahun memiliki 3% dengan jumlah 3 orang.

## c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Table 4.3**  
**Pekerjaan**

Pekerjaan	Percent
Mahasiswa	3 %
Wiraswasta	13 %
Pegawai Negeri	19 %
Pedagang	57 %
Karyawan	6 %
Lainnya	2 %

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Menurut table 4.3, dapat diketahui bahwa pelajar/mahasiswa memiliki tingkat 3% dengan jumlah 3 orang, lalu wiraswasta tingkat 13% dengan jumlah 13 orang, pegawai negeri sipil mendapatkan tingkat 19% dengan jumlah 19 orang, pedagang/pengusaha mendapatkan 57% dengan

jumlah 57 orang, sedangkan karyawan mendapatkan tingkat 6% dengan jumlah 6 orang, dan yang terakhir pekerjaan lainnya memiliki tingkat 2% dengan jumlah 2 orang.

#### d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

**Tabel 4.4**  
**Pendapatan**

Pendapatan	Percent
< 500.000	6 %
500.000 – 1.000.000	13 %
1.100.000 – 2.000.000	30 %
2.100.000 – 3.000.000	18 %
3.100.000 – 4.000.000	9 %
4.100.000 – 5.000.000	9 %

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Pada table 4.4 menjelaskan bahwa responden yang berpenghasilan kurang dari 500.00 berjumlah 6 orang (6%), responden yang berpenghasilan 500.000 – 1.000.000 sebanyak 13 orang (13%), kemudian responden yang berpenghasilan 1.100.000 - 2.000.000 sebanyak 30 orang (30%) , kemudian responden yang berpenghasilan 2.100.000 – 3.000.000 sebanyak 18 orang (18%), kemudian yang berpenghasilan 3.100.000 – 4.000.000 sebanyak 9 orang (9%), selanjutnya yang berpenghasilan 4.100.000 – 5.000.000 sebanyak 9 orang (9%), yang terakhir untuk yang berpenghasilan lebih dari 5.000.000 sebanyak 15 orang (15%).

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Instrumen

#### i. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai valid atau tidaknya item pertanyaan (pernyataan) yang terdapat pada kuisioner. Pearson correlation digunakan dalam uji ini, kemudian membandingkan nilainya dengan  $r$  table product moment. Untuk mengetahui nilai  $r$  table yang akan digunakan, penelitian menggunakan rumus  $df = n-2$ . Responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Jadi  $df$  yang digunakan yaitu  $100 - 2 = 98$  dengan  $\alpha$  sebesar 5%. Maka nilai  $r$  table sebesar 0,1654 dengan tingkat kebenaran sebesar 95%. Butir-butir pertanyaan (pernyataan) dalam kuisioner dianggap sah asalkan nilai  $r_{hitung}$  lebih tinggi dari  $r_{tabel}$ .

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Variabel Persepsi Kepercayaan**

No. Item	r hitung	r table	Keterangan
X1. 1	0,724	0,1654	Valid
X1. 2	0,843	0,1654	Valid
X1. 3	0,854	0,1654	Valid

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Menurut table 4.5, dapat diketahui bahwa butiran-butiran pertanyaan (pernyataan) variable Persepsi Kepercayaan bisa dikatakan valid. Dikarenakan nilai  $r$  hitung telah melebihi nilai  $r_{tabel}$  (0,1654).

**Tabel 4.6**  
**Uji Validitas Variabel Jaminan Rasa Aman**

No. Item	r hitung	r table	Keterangan
X2.1	0,772	0,1654	Valid
X2.2	0,855	0,1654	Valid
X2.3	0,839	0,1654	Valid
X2.4	0,776	0,1654	Valid

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Menurut table 4.6, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan (pernyataan) variable Jaminan Rasa Aman bisa dikatakan valid. Dikarenkan nilai r hitung telah melebihi nilai  $r_{tabel}$  (0,1654).

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

No. Item	r hitung	r table	Keterangan
X3.1	0,688	0,1654	Valid
X3.2	0,761	0,1654	Valid
X3.3	0,723	0,1654	Valid
X3.4	0,731	0,1654	Valid
X3.5	0,311	0,1654	Valid

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Menurut table 4.7, dapat diketahui bahwanya setiap butir pertanyaan (pernyataan) variable Kualitas Pelayanan dapat dikatakan valid. Dikarenkan nilai r hitung telah melebihi nilai  $r_{tabel}$  (0,1654).

**Table 4.8**  
**Uji Validitas Variabel Minat Anggota**

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,831	0,1654	Valid
Y.2	0,780	0,1654	Valid
Y.3	0,760	0,11654	Valid

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Menurut table 4.8, dapat diketahui bahwanya setiap pertanyaan (pernyataan) variable Kualitas Pelayanan dapat dikatakan valid. Dikarenkan nilai r hitung telah melebihi nilai  $r_{tabel}$  (0,1654).

## ii. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah pengujian selanjutnya setelah dilakukan uji validitas pada setiap variable dalam kuisisioner. Uji reabilitas digunakan untuk mengukur kuisisioner yang didalamnya terdapat item-item pertanyaan (pernyataan) setiap variable, bahwa instrument tersebut apakah dapat dipercaya atau tidak jika digunakan sebagai alat pengumpul data. Suatu kuisisioner dapat dipercaya apabila data yang dihasilkan dapat diandalkan dan konsisten jika dilakukan uji berulang kali (Muhmudah & Rahmatika, 2021).

Instrument dapat dikatakan reliabel jika cronbach's alpha ( $\alpha$ ) > 0,60 (Iskamto et al., 2019). Berikut merupakan hasil perhitungan dari uji reliabilitas yang telah diolah menggunakan software SPSS versi 26.0:

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kepercayaan (X1)	0,734	Reliabel
Jaminan Rasa Aman (X2)	0,827	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,678	Reliabel
Minat Anggota (Y)	0,700	Reliabel

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Menurut table 4.9 yang telah dilakukan pengujian menggunakan SPSS 26.0, menunjukkan bahwa setiap variabel pada penelitian dapat disimpulkan reliabel atau dapat diandalkan untuk digunakan sebagai alat ukur variabel. Yang artinya apabila kuesioner ini dilakukan pengujian ulang, hasil jawaban responden yang didapatkan konsisten atau akan tetap sama. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian mendapatkan nilai *cronbach's alpha*  $> 0,60$ . Variabel Persepsi Kepercayaan (X1) dengan nilai  $0,734 > 0,60$ , variabel Jaminan Rasa Aman (X2) dengan nilai  $0,827 > 0,60$ , variabel Kualitas Pelayanan (X3) dengan nilai  $0,678 > 0,60$ , dan variabel Minat Anggota (Y) dengan nilai  $0,700 > 0,60$ .

## **b. Uji Asumsi Klasik**

### **i. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data diteliti berdistribusi normal atau tidak. Terdistribusi normal atau tidaknya sebuah data dapat ditentukan dengan dasar uji normalitas dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ . Maka, nilai residual berdistribusi normal jika tingkat signifikansi lebih dari  $0,05$  (Waruwu et al., 2022). Pengujian ini dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S) SPSS versi 26.0 sebagai berikut:

**Table 4.10**  
**Uji Normalitas Kolmogorov Sminov**

Variabel	Sign	p – Value	Interpretasi
Residual	0,200	p – 0,127	Data Terdistribusi Normal

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.10 hasil perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) yang dapat dilihat pada table di atas, menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kepercayaan (X1), Jaminan Rasa Aman (X2), Kualitas Pelayanan (X3), terhadap minat menjadi anggota di BMT An-najah mendapatkan nilai probabilitas atau angka Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai 0,127 jika dibandingkan dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  berarti memiliki nilai yang lebih besar ( $0,127 > 0,05$ ). Maka, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## ii. Uji Multikolinearitas

Mengetahui ditemukannya atau tidak hubungan dari satu variable independen ke variable independent lainnya bisa dengan uji multikolinearitas, dan regresi yang layak semestinya jangan mempunyai hubungan yang linear antara variable independent. Beberapa kriteria pengujian multikolinearitas dapat ditentukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi penelitian dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  (Massie et al., 2022).

**Tabel 4.11**  
**Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>	<b>Kesimpulan</b>
Kepercayaan	0,429	2,332	Bebas Multikolinearitas
Jaminan Rasa Aman	0,598	1,673	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	0,390	2,567	Bebas Multikolinearitas

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

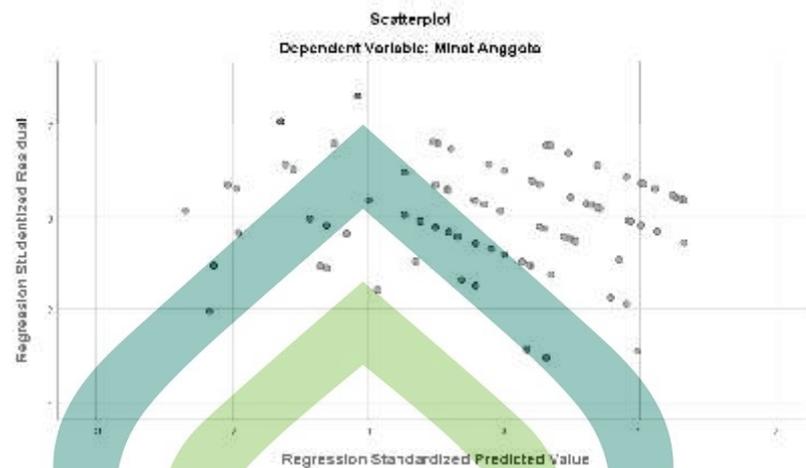
Dapat diketahui menurut table 4.11, bahwa dari hasil pengujian multikolinearitas menyatakan semua variable memperoleh nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Maka dapat disimpulkan, bahwa baik variable Persepsi Kepercayaan (X1), Jaminan Rasa Aman (X2), Kualitas Pelayanan (X3) tidak mengalami terjadinya multikolinearitas.

### iii. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketimpangan pada residual dari berbagai pengamatan dalam model regresi. Dapat dilihat pada grafik scatterplot, jika titik-titik menyebar disekitar atas dan bawah angka garis 0 serta tidak membentuk suatu pola, menandakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas pada grafik 4.1.

### Grafik 4.1 Scatterplot

Grafik Scatterplot Persepsi Kepercayaan (X1), Jaminan Rasa Aman (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Minat Anggota (Y)



(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Dari gambar 4.1 dapat dilihat pada grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka garis 0 dan tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas dalam model regresi ini. Untuk mempertegas tidak terjadi gejala heterokendastisitas dalam model regresi, maka dilakukan uji berikutnya menggunakan analisis statistika metode *Gletser*.

**Tabel 4.12**

#### Hasil Uji Heterokedastisitas

Persepsi Kepercayaan (X1), Jaminan Rasa Aman (X2),  
Kualitas Pelayanan (X3), dan Minat Anggota(Y).

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Persepsi Kepercayaan	0,051	Tidak terjadi heterokedastisitas
Jaminan Rasa Aman	0,057	Tidak terjadi heterokedastisitas

Kualitas Pelayanan	0,904	Tidak terjadi heterokedastisitas
Minat Anggota	0,061	Tidak terjadi heterokedastisitas

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa variable persepsi kepercayaan nilai signifikan sebesar  $0,051 > 0,05$ , variabel jaminan rasa aman mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,057 > 0,05$ , variable kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikan  $0,904 > 0,05$ , dan sedangkan minat anggota mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,061 > 0,05$ . Dengan demikian dapat dikatakan model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

### c. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi sebab akibat atau tidak antar variable bebas dengan variable terkait yaitu analisis regresi linier berganda. Berikut table hasil dari analisis regresi linier berganda. Adapun hasil dari analisis regresi linear berganda pada variable Persepsi Kepercayaan (X1), Jaminan Rasa Aman (X2), dan Kualitas pelayanan (X3) terhadap Minat menjadi anggota di BMT An-Najah (Y) sebagai berikut:

**Table 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji Regresi Linier Berganda	Unstandardized coefficiens ( $\beta$ )	Keterangan
Constanta	3,314	Positif
Persepsi Kepercayaan	0,380	Positif

Jaminan Rasa Aman	0,254	Positif
Kualitas Pelayanan	0,021	Positif

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Dari hasil perhitungan regresi linier berganda diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 3,314 + 0,380X_1 + 0,254X_2 + 0,021X_3 + e$$

Yang berarti:

- i. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) minat menabung ( $Y$ ) = 3,314 mempunyai arti bahwa apabila variable  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  sama dengan nol maka besarnya minat dalam minat menjadi anggota di BMT An-najah meningkat sebesar 3,314.
- ii. Nilai koefisien variabel persepsi kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 0,380. Nilai koefisien regresi pada variable persepsi kepercayaan bernilai positif yang artinya terdapat hubungan positif atau searah antara variabel persepsi kepercayaan dengan variabel minat menjadi anggota.
- iii. Nilai koefisien variabel jaminan rasa aman ( $X_2$ ) sebesar 0,254. Nilai koefisien regresi pada variabel jaminan rasa aman bernilai positif yang artinya terdapat hubungan positif atau searah antara variabel jaminan rasa aman dengan minat menjadi anggota.
- iv. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sebesar 0,021. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan bernilai positif yang

artinya terdapat hubungan positif atau searah antara variabel kualitas pelayanan dengan minat menjadi anggota.

#### d. Uji Hipotesis

##### i. Uji t (Parsial)

Uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial/individu dari variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan mengetahui secara signifikan atau tidak disebut dengan Uji t. Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai t tabel sebesar 1,98525 dengan taraf signifikan 5% (0,05). Hasil output dari SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

Variabel	Hasil Nilai Sig	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>
Persepsi Kepercayaan	0,000	4,376	1,985
Jaminan Rasa Aman	0,000	4,705	1,985
Kualitas Pelayanan	0,009	2,294	1,985

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai:

- a. Variabel persepsi kepercayaan memperoleh Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,376 dan t tabel sebesar 1,985, sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,376 > 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menerima H1 dan menyatakan terdapat pengaruh antara variabel persepsi kepercayaan terhadap minat anggota **diterima**.

b. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel jaminan rasa aman sebesar  $4,705 > t_{tabel}$  ( $4,705 > 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menerima H2 dan menyatakan terdapat pengaruh antara variabel jaminan rasa aman terhadap minat anggota **diterima**.

c. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $< t_{tabel}$  ( $2,294 < 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,009 < 0,05$ . Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menerima H3 dan menyatakan terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat anggota **diterima**.

## ii. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama ke seluruh variabel independen terhadap variabel dependen atau tidak. Ketentuannya jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan signifikansi 5% atau 0,05 maka seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

Uji F	Nilai sig	Nilai konstanta sig	F <sub>hitung</sub>	F tabel
Residual	0,000	0,05	45,262	2,467

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Mengacu pada table 4.15 di atas, didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 45,262, sementara  $F_{tabel}$  bernilai sebesar 2,467 dengan nilai sig 0,000. Maka bisa dinyatakan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai sig  $0,000 <$

0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat anggota.

### iii. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Jika diperoleh nilai  $R^2$  mendekati satu maka variabel independen memiliki kemampuan lebih besar dalam mendeskripsikan variabel dependen.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765	,586	,573	1,10651

(Sumber: Output SPSS 26.0, data diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai Adjusted R Square yaitu 0,573 atau 57.3% dari angka tersebut menunjukkan bahwa variable persepsi kepercayaan (X1), jaminan rasa aman (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memberikan kontribusi terhadap minat anggota (Y) sebesar 57.3%. Sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## B. Pembahasan

Hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi program SPSS 26.0 yang digunakan guna menganalisis data yang dapat dipaparkan pada pembahasan berikut ini:

### 1. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Anggota di BMT An-Najah

Pada penelitian ini menunjukkan hasil dari uji variabel persepsi kepercayaan pada penelitian ini terdapat keminatan memiliki hasil nilai  $t$  hitung  $4,376 > t_{\text{tabel}} (4,376 > 1,985)$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_1$  dapat diterima yang dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota. Hasil ini menunjukkan ada hubungan parsial antara persepsi kepercayaan sebagai variabel independen terhadap minat menjadi anggota sebagai variabel dependen.

Penilaian hasil uji variabel persepsi kepercayaan ini diukur melalui tiga indikator yaitu Kemampuan, Kebaikan Hati, dan Integritas. Indikator kemampuan hati untuk memberikan layanan dalam menjual, melayani, menyediakan, dan memberikan rasa bertransaksi akan gangguan dari pihak luar kepada anggota ataupun calon anggotanya. Kemudian ada rasa kebaikan hati bagaimana pihak yang menjual memberikan keuntungan atas dirinya dan anggota dengan memberikan perhatian yang besar untuk mewujudkan apa yang diinginkan oleh anggota hingga akhirnya dari pelayanan yang itu tercipta kepuasan kepada anggotanya. Lalu ada integritas kebiasaan penjual

dan bagaimana penjual berperilaku dalam menjalankan sebuah bisnis yang memberikan informasi yang sesuai fakta kepada anggotanya ataupun calon anggotanya tentang kualitas produk/jasa yang perusahaan sediakan dan yang anggota inginkan agar bisa dipercaya dengan baik.

Dari ketiga indikator tersebut yang paling berpengaruh yaitu Integritas yang menjelaskan bahwa kebiasaan perusahaan dan bagaimana perusahaan berperilaku dalam menjalankan bisnis. Integritas di dalamnya memberikan informasi yang sesuai fakta kepada anggota tentang apakah kualitas produk/jasa yang ditawarkan dapat dipercaya ataupun tidak, jadi hal tersebut sesuai dengan data yang di dapat bahwa kebanyakan dari mereka yang belum menjadi bagian dari anggota memperoleh informasi atau direkomendasikan oleh salah satu keluarga, saudara maupun kerabat dan orang sekitar. Dengan demikian dapat mendorong orang tersebut untuk mengambil keputusan minat menjadi anggota di BMT An-Najah Cabang Warungasem. Kemudian dalam perusahaan juga harus mengajarkan semua karyawan untuk membagikan informasi yang selengkap-lengkapya ke anggota ataupun calon anggota agar anggota tertarik dengan minat menjadi anggota di BMT An-Najah Cabang Warungasem. Lalu Ketika seseorang menyampaikan sebuah informasi terkait minat menjadi anggota di BMT An-Najah Cabang Warungasem dapat mengajak untuk ikut serta menjadi anggota baru di lembaga tersebut juga. Dikarenakan seseorang tersebut menyampaikannya dengan menjelaskan keuntungan yang di dapatkan ketika menjadi anggota di BMT An-Najah Cabang Warungasem.

Ketika seseorang menyampaikan tentang keuntungan minat menjadi anggota di BMT An-Najah Cabang Warungasem sekaligus menunjukkan beberapa alat yang menunjang untuk memikat anggota seperti brosur ataupun pamflet yang nantinya akan mendorong seseorang untuk melakukan keputusannya minat menjadi anggota. Selanjutnya dari pihak BMT An-Najah Cabang Warungasem sendiri juga ikut berpartisipasi dalam memberikan informasi berupa hal-hal positif tentang produk-produk tabungan yang ada di BMT An-Najah Cabang Warungasem. Selain itu, pihak dari BMT An-Najah sendiri juga harus mengontrol dan mengawasi dalam kepercayaan ini sehingga perusahaan dapat mengetahui informasi mengenai kepercayaan dalam hal positif maupun hal negatif.

Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan di BTM An-Najah. Dengan demikian masyarakat atau anggota sudah yakin dan percaya bahwa BTM An-Najah dapat memberikan kepuasan dan keinginan yang nasabah harapkan hal ini juga mengindikasikan bahwa promosi dari mulut ke mulut lebih efektif menyebarkan informasi secara perlahan. Oleh karena itu, perusahaan harus menyediakan media atau sumber lain berupa pamphlet atau brosur yang menarik untuk memudahkan masyarakat dalam menyebar luaskan informasi dari mulut ke mulut.

Hasil Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarah Aulia Handayani (2021) yang menyatakan bahwa variabel independen

kepercayaan dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

## **2. Pengaruh Jaminan Rasa Aman terhadap Minat Menjadi Anggota di BTM An-Najah**

Pada penelitian ini menunjukkan hasil uji variabel jaminan rasa aman terhadap minat menabung nasabah. Hasil ini menunjukkan variabel jaminan rasa aman memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $4,705 > t_{\text{tabel}} (4,705 > 1,985)$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_2$  diterima yang dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan rasa aman berpengaruh signifikan terhadap minat anggota. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan parsial antara jaminan rasa aman sebagai variabel independen terhadap minat anggota sebagai variabel dependen.

BTM An-Najah dalam meningkatkan kepercayaan nasabah terkait keamanan dan jaminan rasa aman ini dilakukan dengan memperhatikan minat anggota dan selalu berusaha menciptakan kepuasan pada nasabahnya. Penilaian hasil uji jaminan rasa aman ini diukur melalui empat indikator yaitu kompetensi (*Courtesy*), kesopanan (*credibility*), keamanan (*security*), dan keyakinan (*trust*). Indikator kompetensi (*Courtesy*) ini memandang jaminan rasa aman dapat dibandingkan antara jaminan rasa aman BTM dengan yang lainnya. Dengan kesopanan dari cara pelayanan, pemberian arahan yang dapat menciptakan kepuasan nasabah. Keamanan yang sudah terjamin dengan melihat perkembangan nasabah yang melakukan pembiayaan atau transaksi semakin meningkat disetiap tahunnya. Dan keyakinan nasabah

dengan melihat berbagai hal yang sudah terbukti dan menunjukkan pengaruh positif menyebabkan nasabah itu percaya dan yakin untuk melakukan transaksi pada BTM An-Najah.

Hal tersebut sesuai dengan data yang didapatkan dari hasil kuesioner penelitian ini. Dengan adanya indikator yang sudah tertera yang paling berpengaruh dari segi kesopaan saat berinteraksi dengan anggota, atau kepercayaan yang dibangun dalam bisnis sebagai kepercayaan yang jujur dan dapat diterima, biasanya memerlukan citra, nama, dan dekripsi positif tentang perusahaan, dengan adanya pelayanan yang baik dari segi kesopanan karyawan BMT An-Najah Cabang Warungasem yang sopan dan rapi sehingga dapat membuat seseorang tertarik minat menjadi anggota di BMT An-Najah Cabang Warungasem.

Melihat hasil uji tersebut, maka penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yohana Neysa Setyawan (2014) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan yang ditunjukkan oleh variabel jaminan rasa aman terhadap kualitas pelayanan. Jaminan rasa aman menjadi potensi terbesar yang dapat meningkatkan peminatan nasabah melakukan transaksi di suatu lembaga keuangan.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menjadi Anggota di BTM An-Najah**

Dari hasil uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung  $> t$  tabel ( $2,294 > 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,009 < 0,05$ . dan bernilai positif yang berarti H3 diterima dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BTM An-Najah. Hasil ini mendukung pengaruh parsial variabel kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota.

Penilaian hasil uji variabel kualitas pelayanan diukur melalui lima indikator yaitu instruksi, pengorganisasian, review, interaksi, penghargaan dan pujian. Dari beberapa indikator tersebut dapat diketahui bahwa indikator instruksi manager perusahaan harus menyelesaikan pelatihan kualitas pelayanan agar nantinya bisa pelayanan dengan baik dan benar kepada anggota agar anggota percaya dengan perusahaan yang dipercayai. Yang kedua pengorganisasian biasanya perusahaan memandu bisnis untuk mencapai targetnya harus disertakan dalam proses perencanaan strategis agar sesuai apa yang diinginkan dan mencari anggota sebanyak-banyaknya. Kualitas pelayanan dapat diterima oleh masyarakat sehingga memperoleh hasil yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan BTM An-Najah Warungasem.

Hal tersebut sesuai dengan data yang didapatkan dari hasil kuesioner penelitian ini. Dengan adanya indikator yang paling berpengaruh yaitu Pengorganisasian yang memandu bisnis untuk mencapai targetnya harus disertakan dalam proses perencanaan strategis jadi dari segi pelayanan pun karyawan memberikan yang terbaik kepada anggota. Dengan demikian dapat membantu seseorang untuk memutuskan menjadi anggota di BMT An-Najah Cabang Warungasem, selain itu kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan membuat seseorang yakin untuk menggunakan produk

tersebut. Dan karyawan pun juga memahami setiap kebutuhan yang diperlukan anggota dengan spesifik.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya pelayanan yang baik dari perusahaan akan memunculkan rasa simpati anggota, dan apabila anggota sudah merasa simpati akan memunculkan rasa kepercayaan dan ingin menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan dengan cara menjadi anggota di perusahaan tersebut maka perusahaan tersebut bisa mendapatkan target yang diinginkan, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan buruk maka akan mengakibatkan rendahnya keputusan minat menjadi anggota di perusahaan dan target akan tidak sesuai.

Minat menjadi anggota BTM An-Najah dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hal ini sesuai dengan teori yang dipaparkan terkait kualitas pelayanan yang berperan atau berkomitmen dalam menciptakan minat menjadi anggota pada BTM An-Najah. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jhondri (2021) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota berpengaruh signifikan.

#### **4. Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota pada BMT An-Najah**

Dari hasil uji f diperoleh nilai f hitung  $>$  f tabel yaitu  $F_{hitung}$  sebesar 45,262, sementara  $F_{tabel}$  bernilai sebesar 2,467 dengan nilai sig 0,000. Maka bisa dinyatakan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan antar variabel

independen yaitu kepercayaan (X1), jaminan rasa aman (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap minat anggota (Y).

Jika dilihat dari ketiga variabel X, variabel jaminan rasa aman memiliki pengaruh paling besar diantara variabel lainnya. Dilihat melalui hasil  $t_{hitung}$  persepsi kepercayaan sebesar 4,376, jaminan rasa aman sebesar 4,705, sedangkan kualitas pelayanan sebesar 2,294. Hasil riset ini mendukung TRA yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbien yang menyatakan bahwa minat menjadi anggota merupakan sebuah perilaku yang yang dapat di kontrol oleh individu. Minat menjadi anggota dilakukan secara sadar oleh individu dengan menimbang segala akibat yang ada dan memilih satu yang paling memberikan dampak. Dalam hal ini berarti pandangan individu terhadap BMT An-Najah Cabang Warungasem dapat mempengaruhi individu untuk mengambil keputusan minat menjadi anggota atas dasar motivasi yang ada didalam diri individu. Beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat menjadi anggota di salah satu lembaga keuangan diantaranya yaitu persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman dan kualitas pelayanan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nazaruddin Aziz (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh simultan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan dibuktikan dengan kualitas pelayanan yang diberikan, jaminan rasa aman dapat terjadi karena pelayanan dan kerahasiaan yang dijaga oleh para karyawan, serta kualitas pelayanan diketahui melalui

pelayanan yang disebutkan sesuai dengan harapan. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap minat menjadi anggota BTM An-Najah.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara persial persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah KC. Warungasem. Karena diperoleh hasil uji t diketahui bahwa nilai persepsi kepercayaan nilai  $t_{hitung} (4,376) > t_{tabel} (1,985)$ , dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  berarti  $H_{01}$  ditolak dan maka  $H_{01}$  diterima, yang dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi kepercayaan terhadap Minat Anggota.
2. Berdasarkan secara persial jaminan rasa aman berpengaruh signifikan terhadap minat anggota di BMT An-Najah KC. Warungasem. Karena hasil yang diperoleh uji t diketahui bahwa nilai jaminan rasa aman nilai  $t_{hitung} (4,705) > t_{tabel} (1,985)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  berarti  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{02}$  diterima, yang dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel jaminan rasa aman terhadap Minat Menjadi Anggota.
3. Secara persial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah KC. Warungasem. Karena diperoleh hasil uji t diketahui bahwa nilai kualitas pelayanan nilai  $t_{hitung} (2,294) > t_{tabel} (1,985)$  dan nilai signifikansi  $0,009 < 0,05$  berarti  $H_{03}$  ditolak dan maka  $H_{03}$

diterima, jadi bisa disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap Minat Anggota.

4. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi anggota dengan nilai  $F_{hitung} (45,262) > F_{tabel} > (2,46)$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
5. Berdasarkan nilai koefisien determinasi dengan Adjusted R square 0,573 atau 57,3%, artinya pengaruh persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota sebesar 57,3% sisanya 42,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

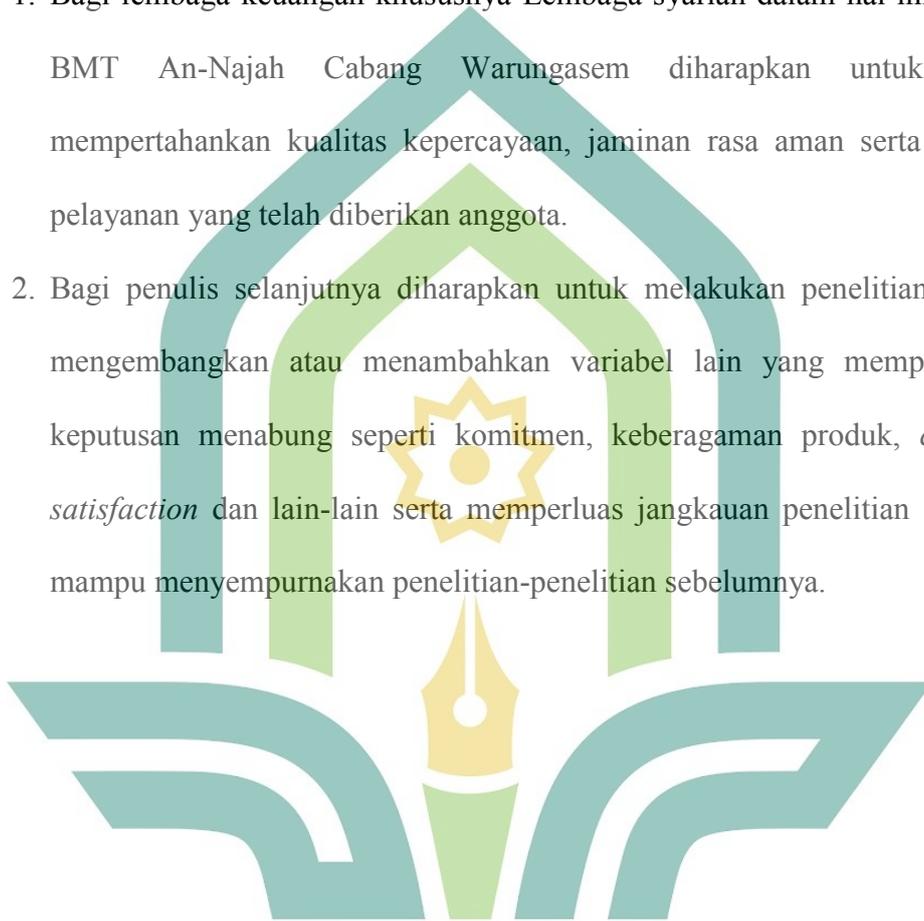
Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut diantaranya:

1. Sampel yang terkumpul hanya 100 responden dan peneliti membutuhkan waktu berminggu-minggu untuk mendapatkan sebanyak 100 responden.
2. Variabel yang digunakan dalam riset ini hanya mencakup 4 variabel saja, diantaranya variabel persepsi kepercayaan, jaminan rasa aman, dan kualitas pelayanan.
3. Keabsahan data yang diperoleh dapat dipengaruhi oleh fakta bahwa penelitian tidak mengetahui apakah responden jujur dalam mengisi atau menanggapi pertanyaan dari kuesioner yang diajukan.

### C. Saran

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

1. Bagi lembaga keuangan khususnya Lembaga syariah dalam hal ini KSPPS BMT An-Najah Cabang Warungasem diharapkan untuk selalu mempertahankan kualitas kepercayaan, jaminan rasa aman serta kualitas pelayanan yang telah diberikan anggota.
2. Bagi penulis selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dengan mengembangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan menabung seperti komitmen, keberagaman produk, *customer satisfaction* dan lain-lain serta memperluas jangkauan penelitian sehingga mampu menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Chandra, “Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Mendaftar dengan Kualitas Prodi sebagai Variabel Moderating di Universitas Catur Insani Cendekia” *Jurnal Ekonomi Perusahaan* 27, no. 2 (2020): 69.
- Aisya Ayu Qonita, Sulton, & Yerry Soepriyanto. (2019). *Persepsi Kegunaan, Kemudahan Dan Aksesibilitas Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Angkatan 2018 Terhadap Penerapan Sipejar Menggunakan Model TAM (Technology Acceptance Model)*, *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, Vol. 2, No. 2.
- Alifatul Laily R & Dwi Hari P. (2019). *Pengaruh Kemudahan Pengguna, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nabag dalam Menggunakan E-money pada Bank BCA Lamongan*, *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. Lll, No. 2.
- Amrita N, Yasa M. (2022). *Minat Masyarakat Desa Menjadi Anggota Koperasi: Peran Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan*. *Jurnal Economina*, Vol. 1 No. 3.
- Andriani, G. F., & Halmawati, H. (2019). *Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322-1336. <https://doi.org/10000000.24036/jea.vli3.145>
- Anisah. (2021). *PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP SINGKUT PADA MASYARAKAT DESA PELAWAN JAYA*.
- Bani Idris Hidayanto. (2018). *Analisis Pembayaran Ijarah Multijasa di KSPPS BMT An-najah Wiradesa Pekalongan*. Tesis.
- Djaali. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Dr. Dra & Gusti Ayu Ketut Giantri, MSi, *Niat Berbelanja Online Berbasis Pengalaman, Kepercayaan dan Persepsi Kontrol Perilaku*, (Bandung: Media Sains Indonesia), hal. 56.
- Dr. H. Rudy Haryanto, MM. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Pemekasan: Duta Media Publishing), hal. 16-17.

<https://bmtannajah.com/>

- [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.unimaramni.ac.id/3539/2/10.BAB%2520II.pdf&ved=2ahUKEwj6yOKbwNT4AhUBm9gFHYrlA74QFnoECEMQAQ&usg=AOvVaw1aK3TGUsEmZ\\_gB8ZSAC\\_jP](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.unimaramni.ac.id/3539/2/10.BAB%2520II.pdf&ved=2ahUKEwj6yOKbwNT4AhUBm9gFHYrlA74QFnoECEMQAQ&usg=AOvVaw1aK3TGUsEmZ_gB8ZSAC_jP), Diakses pada 30 Juni 2022 Pukul 13.04.
- Isa, Muhammad. 2018. *Pengetahuan, Persepsi dan Sikap Pengurus Masjid Terhadap Perbankan Syariah*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, Hal 1-19.
- Ismail, Fajri. (2018). *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Cetak ke-1. Jakarta: Kencana. Media Sains Indonesia), hal. 56.
- Khotimah, N. (2018). *PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN SISTEM BAGI HASIL TERHADAP MI AT NASABAH MENABUG DAN LOYALITAS DI BANK SYARIAH MANDIRI* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gersik. *Jmm17*, 5(01). <https://doi.org/10.30996/jmm17.v5i01.1712>
- Nur Hayati. (2018). *Analisis Pengaruh Jaminana Rasa Aman, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah*, Skripsi.
- Op.cit, Yohana Nesya Setyawan dan Edwin Japriyanto, 2.
- Rena N, Zsabilla Z, dkk. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Bjb Kcp Kiaracandong Bandung*. *Jurnal Ilmia MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*. Vol. 5 No. 2.
- Riski Fakhri. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Pekanbaru Tambusai*. *Eko dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*. Vol. 12, No. 27.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kualitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik dan Esperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rora Rosmaya Sari, Luis Marnisah, & Fakhry Zamzam. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid-19 (Studi Kasus di PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang)*. *Intergrasi Jurnal Manajemen Profesional*. Vol. 2 No. 2.
- Sariyati, Bidah. (2017). *Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Surakarta dengan Komitmen sebagai variabel Intervening*. Skripsi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Prodi Perbankan Syariah. IAIN Salatiga.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Edisi ke-6 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, Nugroho. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lailatul Iffah, dkk, “*Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang*”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1, Agustus 2018, 86.
- Sitompul, A. (2021). *Pengaruh Pelayanan Dan Produk Terhadap Keputusan Siswa – Siswi MAN Insan Cendekia Tapanuli Selatan Memiliki Tabungan Simpatik Di Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok*.
- Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, dan Agung Suwandar (2016) “*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang)*,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1: 121.
- Wiwik Sulistyowati. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: UMSIDA Press), Hal. 30-31.
- Yusuf, Muhamad dan Lukman Daris. (2018). *Analisis Data Penelitian, Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Edisi Pertama. Bogor. IPB Press Printing.
- Iriani, Annisa Fitri. 2018. “*MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO.*” *DINAMIS-Journal of Islamic Management and Bussines*. Vol. 2.
- Firdaus. 2021. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Edited by Faza’ur Ravida. Cetakan pe. Riau: DOTPLUS Publisher.
- Firdaus, Adiyatma Surya, and Herman Sjahrudin. 2021. “*Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking.*” *Niaga* 10 (1): 10. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i1.21087>.
- Rusianingsih, Cucu, and dkk. 2018. “*Hubungan Motivasi Berprestasi, Minat, Dan Sikap Dengan Hasil Belajar Matematika Kelas V Sekolah Dasar.*”
- Zulkifli, Zulkifli. 2019. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung Di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru.*” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 2 (2): 16–30. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2\(2\).4718](https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(2).4718).
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Bakhtiar, M. Rifki, Erawati Kartika, and Ika Listyawati. 2022. "Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri." *Al Tijarah* 6 (3): 156. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>.
- Alfian, A., Yentisna, & Ezizwita. (2023). *The Effect of Trust Quality of Service And Promotion on Interest to Repurchase on Shopee E-commerce Sites (Case Study of Dharma Andalas University FEB Students)*. *MENARA Ilmu*, XVII(02), 145–162.
- APRIANI, I., Majid, M. N., & Rohana, R. (2022). *Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas Di Unit Pegadaian Syariah ....* 2(1). <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/14422%0Ahttp://repository.uinjambi.ac.id/14422/1/504180089> PENGARUH PENDAPATAN%2C PENGETAHUAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNGAN EMAS DI UNIT PEGADAIAN SYARIAH UIN STS JAMBI.pdf
- Dewi, S., Safitri, A., & Firdaus, A. (2022). *Analisis Pertumbuhan Nasabah Deposito Mudharabah Pada Tahun 2016-2020 (Studi Kasus Di Kspps Bmt an-Najah Kauman Wiradesa)*. *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, 3(1), 43–47. <https://doi.org/10.56696/jaka.v3i1.6649>
- Ekonomi, J. I., & Mulawarman, U. (2022). *Jesm: jurnal ekonomi syariah mulawarman*. 1(1), 115–121. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JESM/article/view/9529/2171>
- Firdaus, A. S., & Sjahruddin, H. (2021). *Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking*. *Niagaawan*, 10(1), 10. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i1.21087>
- Inayah, N., Malihah, L., & Ma, Y. (n.d.). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk Pembiayaan ' Murabahah* PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT ANGGOTA MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN ' MURABAHAH ( *Studi Pada BMT Khairul Amin Martapura* ) *IHTIYATH Journ.* 111–125.
- Iriani, A. F. (2018). *MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO*. In *DINAMIS-Journal of Islamic Management and Bussines* (Vol. 2, Issue 2).
- Japlani, A., Fitriani, F., & Mudawamah, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang Bmt Fajar Metro Pusat*. *Fidusia: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 67–85. <https://doi.org/10.24127/jf.v3i1.469>

- Kartika, R. D., & Trisiantini, K. L. (2023). *Pengaruh Promosi, Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Pada Koperasi Jasa Lumbung Wibuh Arta di Desa Banyuning–Singaraja*. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 188–194.
- Kurniawan, D., E, P. H. S. S., Japariato, E., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–13.
- Naufal, F. M. (2021). *Analisis Pengaruh Jaminan Rasa Aman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Gadang Kota Malang*. *Etheses UIN Malang*.
- Ramdani, D. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Digital marketing, Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah*. In *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha*.
- Rizka, M., Yurmaini, Y., & Erliyanti, E. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Ibmt Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah Medan*. *ANSIRU PAI: Pengembangan Profesi Guru Pendidikan Agama Islam*, 7(1), 89. <https://doi.org/10.30821/ansiru.v7i1.15668>
- Rusianingsih, C., & dkk. (2018). *Hubungan Motivasi Berprestasi, Minat, Dan Sikap Dengan Hasil Belajar Matematika Kelas V Sekolah Dasar*.
- Swastawan, D. (2021). *ananta%2C+4\_Swastawan\_206-215.pdf* (p. 208).
- Zulkifli, Z. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung Di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru*. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(2), 16–30. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2\(2\).4718](https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(2).4718)

## 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 Rowokaji Kojan Kab. Pekalongan Kode Pos 51181  
www.iainpekalongan.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : B-1697/Un.27/J.IV.2/PP.01.1/10/2023 09 Oktober 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Surat Izin Penelitian

Yth. Kepada Pimpinan BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem

Assalamu laikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Ummu Hany  
NIM : 4219089  
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 Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota di BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem Kab. Batang"**

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

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

Waassalamu laikum Wr. Wb.

Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:  
**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H**  
NIP. 197502201995032081  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



---

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

## Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



**KSPPS BMT AN-NAJAH  
KANTOR CABANG WARUNGASEM**

Jl. Raya Warungasem No.17, Warungasem, Kec. Warungasem, Kabupaten Batang,  
Jawa Tengah 51252 Tlp. (0285) 430133  
Email : [annajah006@gmail.com](mailto:annajah006@gmail.com)

### SURAT KETERANGAN

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Berdasarkan surat yang diberikan kepada kami tentang perizinan penelitian, maka dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan,

Berikut ini :

Nama : Ummu Hany  
NIM : 4219089  
Jurusan : Perbankan Syariah

Yang bersangkutan telah diizinkan untuk melakukan penelitian dan benar-benar telah melakukan penelitiandi KSPPS BMT AN-NAJAH KC Warungasem dengan judul "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan rasa aman dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem Kabupaten Batang". Demikian surat keterangan ini disampaikan, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Kepala KSPPS BMT AN-NAJAH  
KC Warungasem

Eko Ferdianto, S. Ag

### Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA AMAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA DI BMT AN-NAJAH KANTOR CABANG WARUNGASEM KABUPATEN BATANG

##### A. PETUNJUK PENGISIAN

Mohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan mengisi jawaban secara tertulis dan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban.

##### B. Identitas Responden

Berilah tanda (✓) pada kolom yang telah disediakan:

1. Nama : .....

2. Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

3. Usia :

17-30 tahun

> 51 tahun

30-50 tahun

4. Pekerjaan :

Mahasiswa

Pedagang

Wiraswasta

PNS

Karyawan

Lainnya

**5. Pendapatan :**

< 500.000

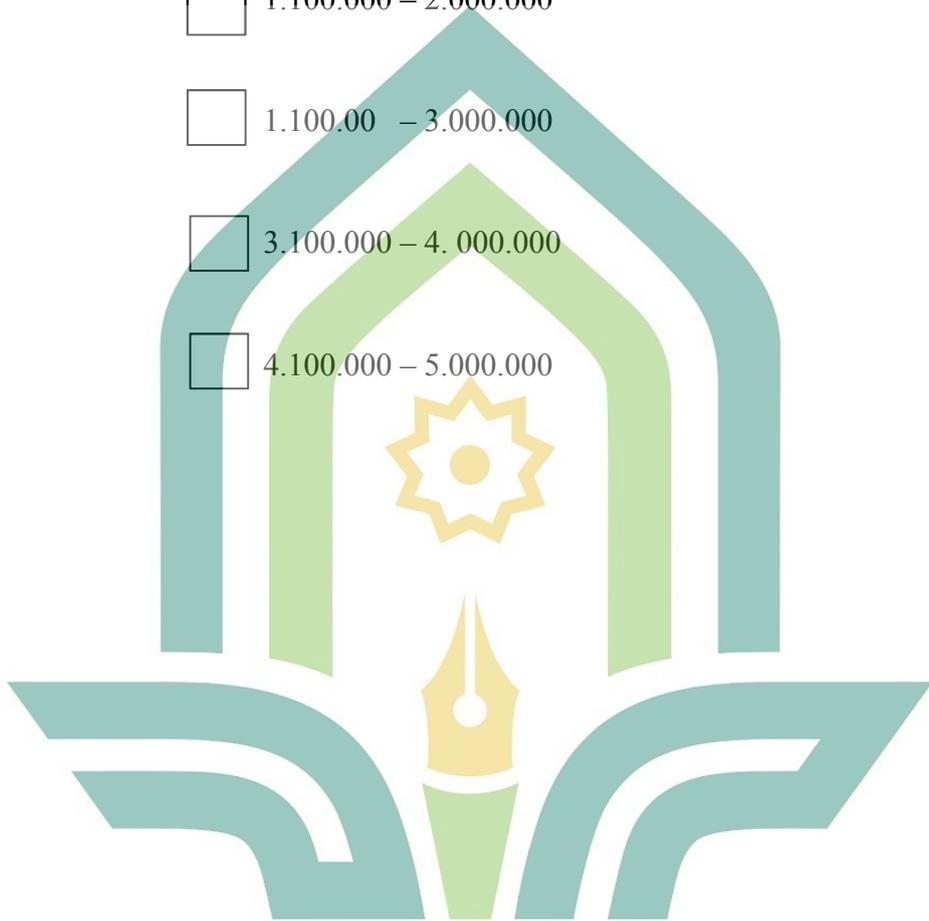
500.000 – 1.000.000

1.100.000 – 2.000.000

1.100.000 – 3.000.000

3.100.000 – 4.000.000

4.100.000 – 5.000.000



**PETUNJUK PENGISIAN:**

Bacalah semua pertanyaan ini dengan cermat, pilih dan berikan tanda centang (√) pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan perusahaan anda.

**1 = Sangat Tidak Setuju (STS)**

**4 = Setuju (S)**

**2 = Tidak Setuju (ST)**

**5 = Sangat Setuju (SS)**

**3 = Cukup Setuju (CS)**

**1) Variable Kepercayaan**

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya yakin karyawan BMT An-Najah menguasai tugas dengan baik.					
2.	Saya yakin BMT An-Najah memberikan pelayanan terbaik yang berkualitas.					
3.	Saya percaya terhadap BMT An-Najah dalam menabung dan saya memperoleh informasi mengenai BMT An-Najah dari beberapa sumber seperti masyarakat sekitar, media sosial, keluarga, teman, dll.					

## 2) Variabel Jaminan Rasa Aman

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	BMT An-Najah membantu saat anggotanya sedang memiliki masalah dalam menabung					
2.	BMT An-Najah memberikan kenyamanan dan kesopan terhadap melayani anggotanya.					
3.	BMT An-Najah memberikan keyakinan bila menabung / bertransaksi					
4.	BMT An-Najah memberikan keamanan anggota merasa aman saat bertransaksi diBMT					

## 3) Variable Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Karyawan BMT An-Najah berpakaian rapi saat bekerja					
2.	BMT An-Najah menyediakan tempat yang nyaman untuk anggota/nasabah yang sedang menunggu pelayanan					
3.	Karyawan An-Najah disiplin terhadap waktu					

4.	Kartawan An-Najah dapat memberikan tanggapan terhadap pertanyaan anggota/nasabah					
5.	BMT An-Najah memberikan bantuan saat anggota kesulitan dalam bertransaksi dilapangan					

#### 4) Minat Anggota

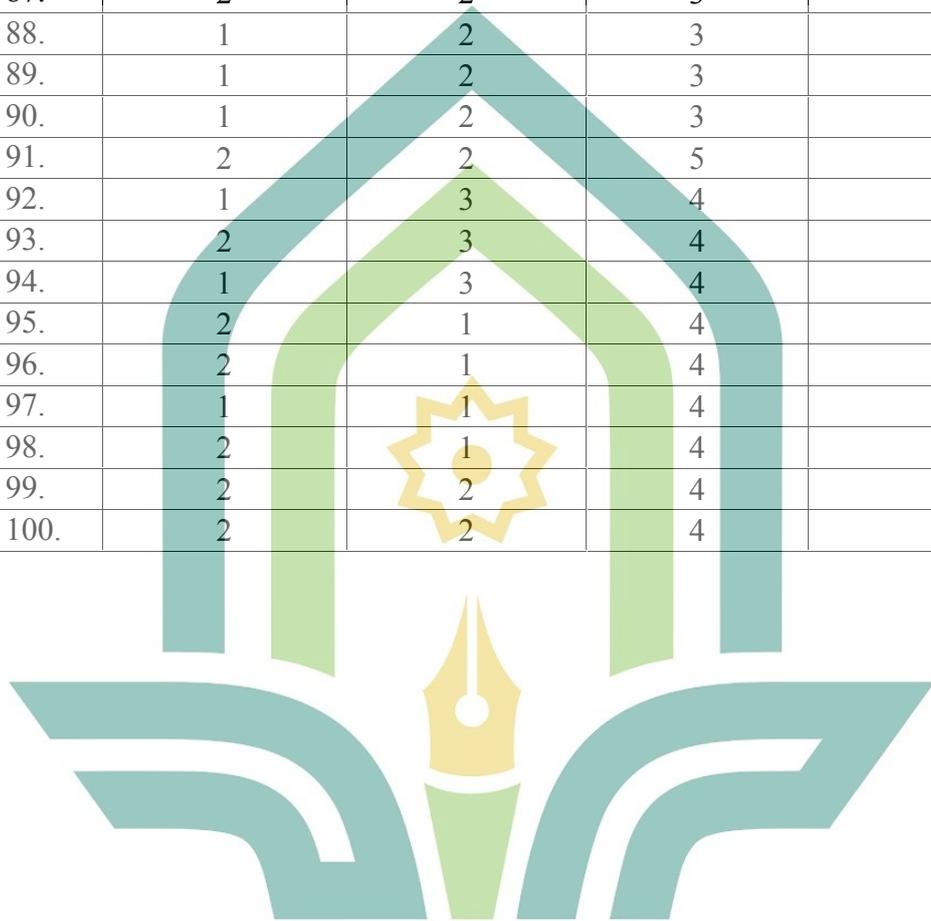
No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya memiliki keinginan / ketertarikan untuk menabung di BMT An-Najah					
2.	Saya akan merekomendasikan BMT An-Najah kepada orang – orang					
3.	Saya ingin menabung di BMT An-Najah karena transaksi yang digunakan sesuai syariat islam dan sudah banyak orang yang tau					

**Lampiran 4. Tabulasi Data Responden**

PENGKODE-AN				
No.	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1.	2	1	4	5
2.	2	1	4	3
3.	2	2	4	3
4.	2	1	4	4
5.	2	1	4	3
6.	2	1	3	5
7.	2	1	3	3
8.	2	1	4	5
9.	2	1	3	6
10.	2	3	4	3
11.	2	2	4	7
12.	2	2	4	4
13.	2	2	3	7
14.	2	2	4	3
15.	2	2	5	7
16.	2	1	5	7
17.	2	4	4	7
18.	2	1	3	4
19.	2	1	2	7
20.	2	1	4	7
21.	2	1	4	7
22.	2	1	3	7
23.	2	1	2	7
24.	2	1	2	7
25.	2	1	1	1
26.	2	2	4	6
27.	2	2	4	3
28.	2	2	5	2
29.	2	2	4	2
30.	2	2	4	4
31.	2	1	3	5
32.	1	1	4	5
33.	1	1	6	5
34.	2	1	3	4
35.	2	1	2	4
36.	2	1	4	3
37.	1	2	2	1
38.	2	2	4	3

39.	2	2	4	6
40.	2	2	4	6
41.	2	1	4	6
42.	1	1	3	6
43.	2	1	2	5
44.	2	1	4	4
45.	2	1	5	4
46.	2	1	3	3
47.	2	1	2	3
48.	2	2	1	1
49.	1	2	3	4
50.	1	2	4	4
51.	1	2	5	4
52.	1	3	6	4
53.	1	4	3	3
54.	2	2	2	3
55.	1	2	3	3
56.	2	3	4	3
57.	2	2	2	3
58.	2	2	4	2
59.	2	2	2	3
60.	2	2	4	3
61.	2	2	4	3
62.	2	2	4	2
63.	2	2	4	2
64.	2	1	4	2
65.	2	1	4	3
66.	2	1	4	3
67.	2	1	4	4
68.	2	1	4	3
69.	2	1	4	3
70.	2	2	4	2
71.	2	3	4	3
72.	1	3	4	3
73.	1	3	4	2
74.	1	4	4	2
75.	2	2	4	2
76.	2	2	4	2
77.	2	2	4	3
78.	2	2	4	4
79.	2	2	2	2

80.	2	2	2	2
81.	2	2	4	1
82.	2	2	1	3
83.	2	2	4	4
84.	2	1	3	5
85.	1	1	2	3
86.	2	2	3	1
87.	2	2	3	5
88.	1	2	3	6
89.	1	2	3	7
90.	1	2	3	4
91.	2	2	5	4
92.	1	3	4	6
93.	2	3	4	4
94.	1	3	4	6
95.	2	1	4	7
96.	2	1	4	7
97.	1	1	4	7
98.	2	1	4	1
99.	2	2	4	3
100.	2	2	4	3



Lampiran 5. Hasil Tabulasi Data Kuesioner

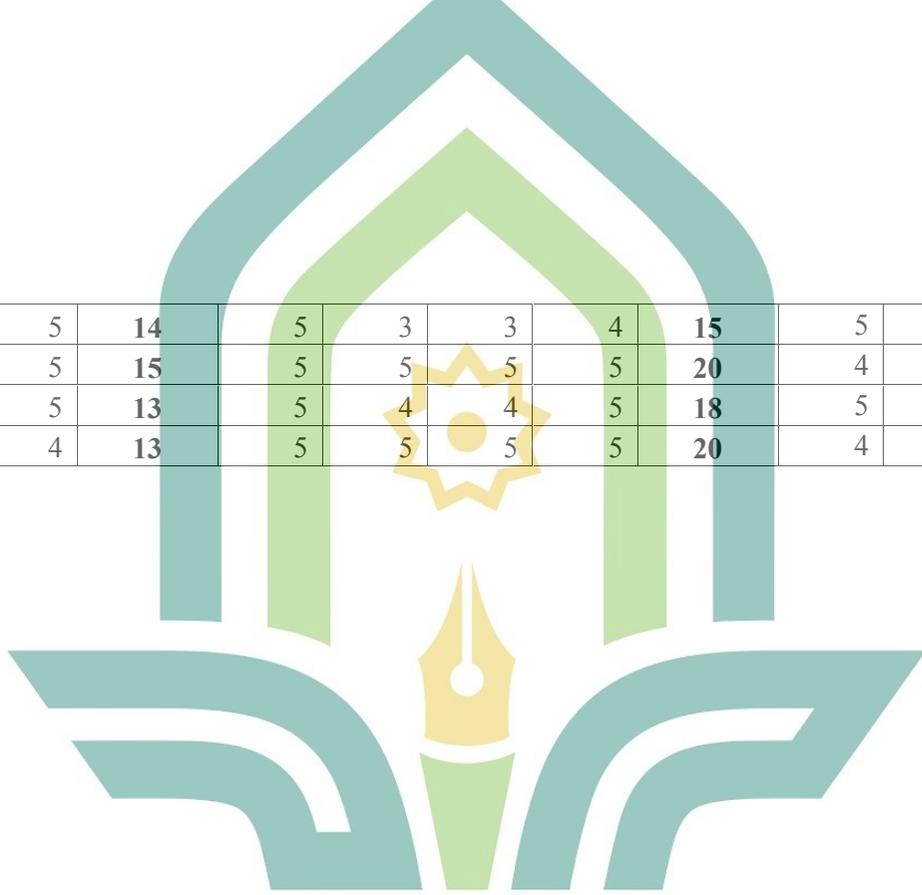
Kepercayaan (X1)			Jaminan Rasa Aman (X2)					Kualitas Pelayanan (X3)					Minat (Y)					
X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL X3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTAL Y
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	4	3	11	3	3	3	4	13	4	5	3	4	4	20	3	3	4	10
5	2	3	10	5	2	3	3	13	2	5	3	3	4	17	5	3	5	13
4	3	3	10	4	4	4	4	16	3	5	4	4	5	21	4	4	4	12
3	2	3	8	3	4	3	4	14	2	3	3	4	5	17	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12
5	5	5	15	5	4	4	4	17	5	5	4	4	5	23	5	4	5	14
5	5	5	15	4	5	5	4	18	5	5	5	4	5	24	5	4	5	14
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14
3	5	5	13	4	4	3	3	14	5	5	5	3	4	22	5	5	4	14
5	5	4	14	4	3	3	4	14	5	4	3	4	5	21	4	3	4	11
5	3	4	12	5	4	5	4	18	3	4	5	4	4	20	4	4	5	13
4	3	4	11	5	4	4	3	16	3	4	4	3	5	19	5	3	5	13
5	3	5	13	5	5	5	3	18	3	5	5	3	4	20	5	4	4	13
5	5	5	15	4	4	4	3	15	5	5	5	3	5	23	3	4	3	10
5	3	3	11	5	3	3	3	14	3	3	3	3	5	17	3	4	4	11
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	4	4	13	5	4	5	5	19	4	4	5	5	4	22	5	5	4	14

4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	5	4	5	22	4	5	5	14
4	5	3	12	5	3	4	4	16	5	3	5	4	4	21	5	3	4	12
4	3	2	9	4	3	3	3	13	3	2	3	3	4	15	4	3	4	11
5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	4	5	14	4	4	5	3	16	4	5	5	3	5	22	5	4	5	14
5	5	5	15	1	2	2	3	8	5	5	5	3	4	22	5	5	4	14
4	4	3	11	4	4	5	3	16	4	3	5	3	4	19	5	4	3	12
5	3	4	12	5	4	4	4	17	3	4	5	4	5	21	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	5	15
4	2	2	8	3	3	4	3	13	5	5	4	3	4	21	2	3	3	8
3	4	3	10	3	3	3	2	11	4	5	4	4	5	22	3	4	3	10
5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	4	5	5	5	23	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	4	2	16	5	5	4	2	5	21	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	5	4	13
5	4	5	14	5	5	3	3	16	4	5	3	3	5	20	3	3	4	10
3	2	2	7	4	3	4	3	14	2	2	4	3	5	16	3	3	4	10
5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	4	5	14
5	5	5	15	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14
5	5	5	15	5	3	3	5	16	5	5	3	5	5	23	4	4	5	13
5	5	5	15	5	5	4	4	18	5	5	4	4	5	23	4	4	4	12
5	4	2	11	4	2	2	4	12	4	2	2	4	5	17	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14

4	4	3	11	4	4	3	3	14	4	3	3	3	4	17	4	3	4	11
5	4	4	13	5	5	5	4	19	4	4	5	4	4	21	4	4	5	13
4	3	3	10	3	3	4	4	14	3	3	4	4	4	18	3	4	4	11
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	5	15
4	4	3	11	4	3	3	3	13	4	3	3	3	4	17	3	3	4	10
5	4	3	12	4	4	3	4	15	4	3	3	4	4	18	4	4	3	11
5	4	4	13	3	3	4	4	14	4	4	4	4	5	21	4	4	5	13
4	4	4	12	5	5	5	4	19	4	4	5	4	5	22	4	4	4	12
5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	4	5	5	14
5	3	4	12	5	5	4	5	19	3	4	4	5	5	21	5	4	3	12
4	4	5	13	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	24	4	5	4	13
4	4	4	12	4	4	3	4	15	4	4	3	4	5	20	4	4	4	12
3	2	3	8	4	3	5	4	16	2	3	5	4	5	19	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	3	4	12	5	4	4	4	17	3	4	4	4	5	20	4	4	5	13
5	4	4	13	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	5	5	4	14
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	5	15
4	3	3	10	5	3	4	3	15	3	3	4	3	4	17	4	4	5	13
5	5	3	13	5	2	5	4	16	5	3	5	4	4	21	5	4	5	14
5	3	5	13	5	5	5	5	20	3	5	5	5	4	22	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	5	17	3	3	3	9
5	4	5	14	5	4	5	4	18	4	5	5	4	5	23	5	4	5	14
5	3	5	13	5	5	5	5	20	3	5	5	5	5	23	5	4	5	14
5	5	5	15	5	5	4	4	18	5	5	4	4	5	23	5	5	5	15
4	4	4	12	5	4	4	4	17	4	4	4	4	5	21	5	5	3	13

5	4	5	14	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24	5	5	5	15
5	4	4	13	4	5	5	4	18	4	4	5	4	5	22	5	4	4	13
4	3	5	12	5	4	5	4	18	3	5	5	4	5	22	4	3	5	12
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	5	17	3	3	3	9
3	4	4	11	3	3	4	3	13	4	4	4	3	5	20	4	4	3	11
4	4	3	11	5	4	4	4	17	4	3	4	4	5	20	5	5	4	14
5	5	3	13	3	3	3	3	12	5	3	3	3	5	19	4	3	3	10
4	5	5	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	3	18	4	4	4	4	4	20	5	5	3	13
5	5	4	14	5	5	4	5	19	5	5	5	3	4	22	4	4	4	12
5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	4	4	5	4	22	4	3	4	11
4	5	5	14	3	3	5	5	16	5	4	5	5	4	23	5	5	4	14
5	4	4	13	5	4	4	4	17	5	5	5	5	4	24	4	4	4	12
5	5	4	14	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20	3	5	4	12
4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	3	3	4	19	4	5	4	13
4	5	4	13	4	3	4	4	15	5	4	4	4	4	21	4	3	4	11
4	3	4	11	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12
5	4	4	13	5	5	5	5	20	3	4	4	4	4	19	4	5	5	14
5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	23	5	5	5	15
4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13
4	4	5	13	5	4	4	3	16	5	5	4	4	4	22	5	3	4	12
5	4	4	13	5	5	4	4	18	4	5	4	3	4	20	5	4	4	13
5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21	5	5	5	15
5	5	5	15	4	3	4	4	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15

5	4	5	14	5	3	3	4	15	5	5	4	4	4	22	5	4	5	14
5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	5	3	4	4	20	5	5	5	15
4	4	5	13	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
4	5	4	13	5	5	5	5	20	4	5	4	5	4	22	5	5	4	14



## Lampiran 6. Hasil Output dengan Program SPSS 26.0

### 1. Karakteristik responden

#### a. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	20	20,0	20,0	20,0
	Perempuan	80	80,0	80,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### b. Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 <sup>th</sup>	42	42,0	42,0	42,0
	20-30 <sup>th</sup>	46	46,0	46,0	88,0
	31-40 <sup>th</sup>	9	9,0	9,0	97,0
	41-50 <sup>th</sup>	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

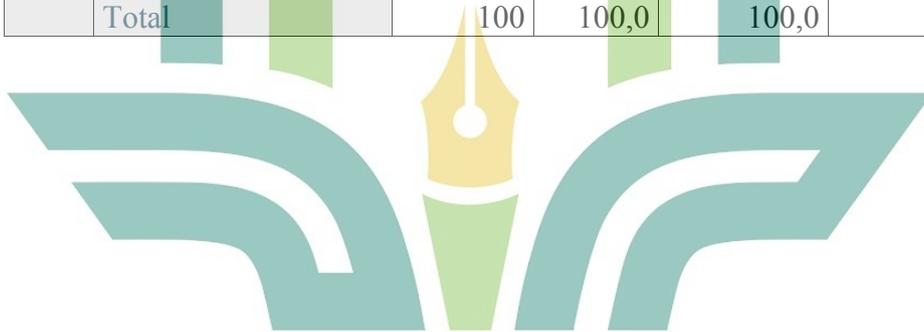
#### c. Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	3	3,0	3,0	3,0
	Wiraswasta	13	13,0	13,0	16,0
	Pegawai Negeri	19	19,0	19,0	35,0
	Pedagang	57	57,0	57,0	92,0
	Karyawan	6	6,0	6,0	98,0

	6,00	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**d. Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 500.000	6	6,0	6,0	6,0
	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000	13	13,0	13,0	19,0
	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	30	30,0	30,0	49,0
	Rp. 2.100.000-Rp. 3.000.000	18	18,0	18,0	67,0
	Rp. 3.100.000- Rp.4.000.000	9	9,0	9,0	76,0
	Rp.4.100.000- Rp.5.000.000	9	9,0	9,0	85,0
	> Rp. 5.000.000	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



## 2. Uji Validitas

### a. Validitas Persepsi Kepercayaan X1

Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,420**	,462**	,724**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,420**	1	,568**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,462**	,568**	1	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTALX1	Pearson Correlation	,724**	,843**	,854**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

### b. Validitas Jaminan Rasa Aman X2

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,591**	,502**	,430**	,772**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,591**	1	,639**	,516**	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,502**	,639**	1	,580**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,430**	,516**	,580**	1	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTALX2	Pearson Correlation	,772**	,855**	,839**	,776**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

### c. Validitas Kualitas Pelayanan X3

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,462**	,292**	,335**	-,014	,688**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,001	,889	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,462**	1	,449**	,367**	,097	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,335	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,292**	,449**	1	,470**	,087	,723**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000	,388	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,335**	,367**	,470**	1	,198*	,731**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,048	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	-,014	,097	,087	,198*	1	,311**
	Sig. (2-tailed)	,889	,335	,388	,048		,002
	N	100	100	100	100	100	100
TOTALX3	Pearson Correlation	,688**	,761**	,723**	,731**	,311**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

### d. Validitas minat Y

Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTALY
Y1.1	Pearson Correlation	1	,491**	,476**	,831**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,491**	1	,345**	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,476**	,345**	1	,760**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTALY	Pearson Correlation	,831**	,780**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

**e. Reliabilitas Variabel Persepsi Kepercayaan (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,734	3

**f. Reliabilitas Variabel Jaminan Rasa Aman (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,827	4

**g. Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,678	5

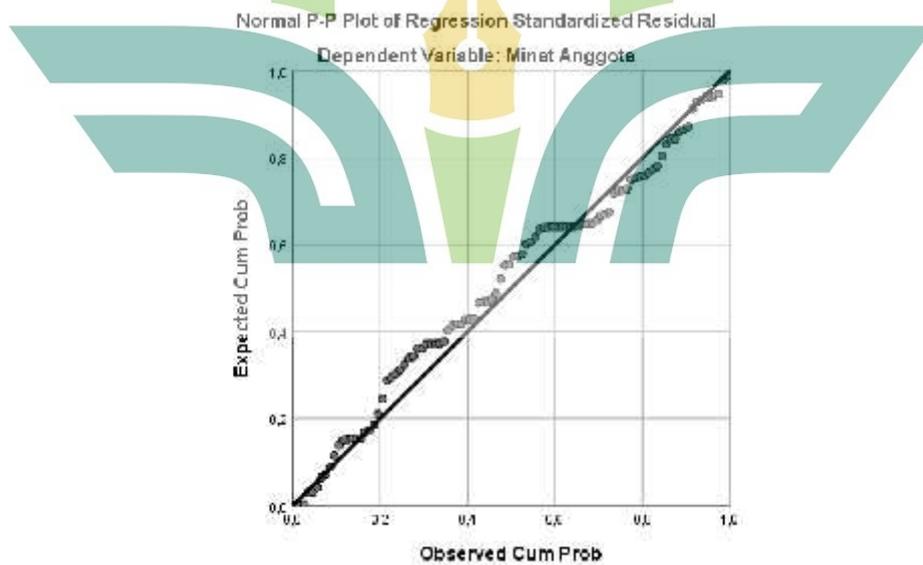
**h. Reliabilitas Variabel Minat Anggota (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,700	3

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,08961197
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,056
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,127 <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)	3,314	,967		3,425	,001		
	Persepsi Kepercayaan	,380	,087	,439	4,376	,000	,429	2,332
	Jaminan Rasa Aman	,254	,054	,400	4,705	,000	,598	1,673
	Kualitas Pelayanan	,021	,071	,031	,294	,769	,390	2,567

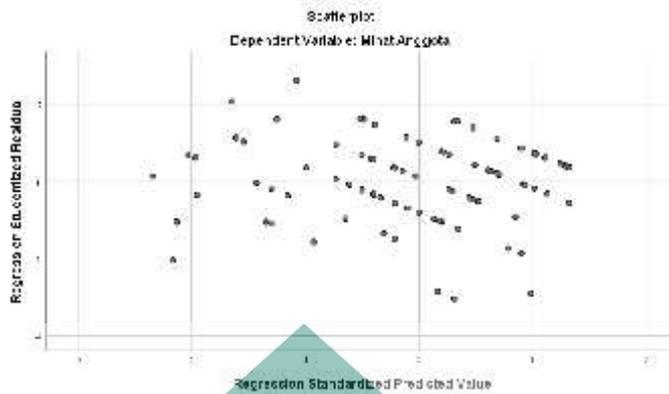
a. Dependent Variable: Minat Anggota

**c. Hasil Uji Heterokedastisitas**

**Uji Gletser**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,221	,599		3,708	,000
	Persepsi Kepercayaan	,144	,056	,403	2,590	,051
	Jaminan Rasa Aman	-,067	,035	-,257	-1,928	,057
	Kualitas Pelayanan	-,005	,041	-,018	-,122	,904
	Minat Anggota	-,155	,060	-,375	-2,596	,061

a. Dependent Variable: ABS\_RES



#### d. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,314	,967		3,425	,001
	Persepsi Kepercayaan	,380	,087	,439	4,376	,000
	Jaminan Rasa Aman	,254	,054	,400	4,705	,000
	Kualitas Pelayanan	,021	,071	,031	2,294	,009

a. Dependent Variable: Minat Anggota

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,314	,967		3,425	,001
	Persepsi Kepercayaan	,380	,087	,439	4,376	,000
	Jaminan Rasa Aman	,254	,054	,400	4,705	,000
	Kualitas Pelayanan	,021	,071	,031	2,294	,009

a. Dependent Variable: Minat Anggota

#### b. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166,252	3	55,417	45,262	,000 <sup>b</sup>
	Residual	117,538	96	1,224		
	Total	283,790	99			

a. Dependent Variable: Minat Anggota

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Persepsi Kepercayaan

#### c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 <sup>a</sup>	,586	,573	1,10651

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Persepsi Kepercayaan

Lampiran 7. Tabel R

Nilai-nilai R

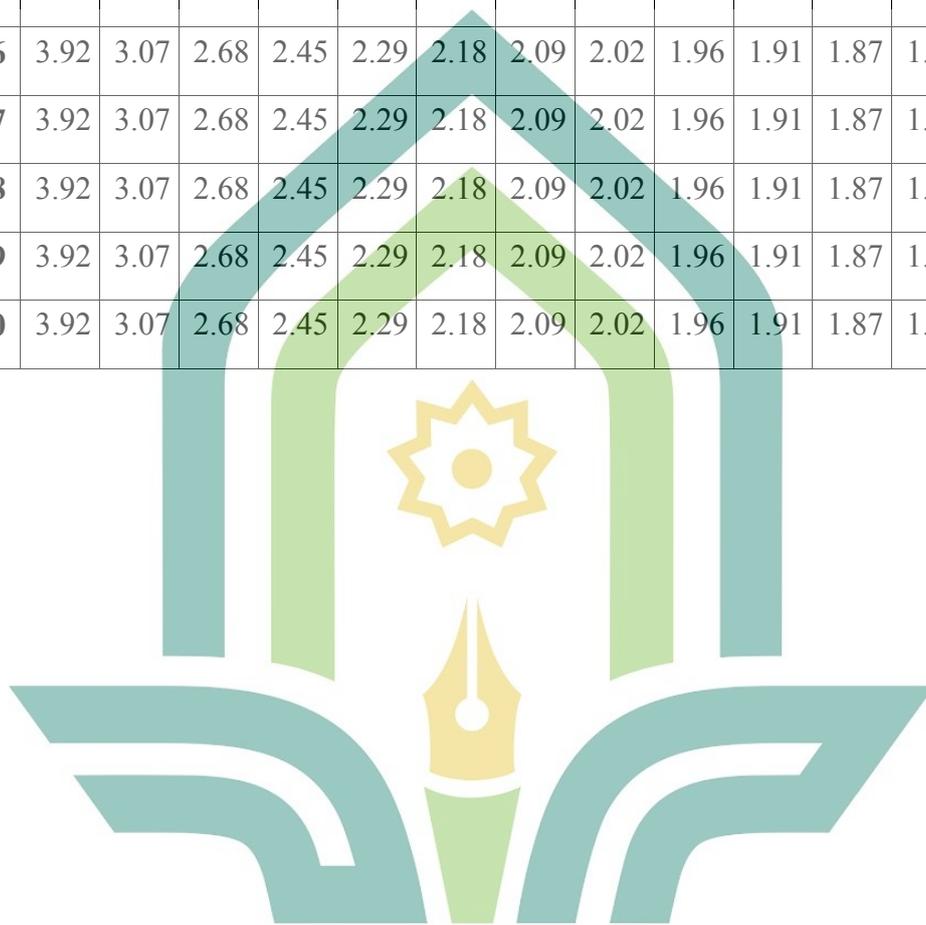
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	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. Table F

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

<b>111</b>	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
<b>112</b>	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
<b>113</b>	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
<b>114</b>	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
<b>115</b>	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
<b>116</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
<b>117</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
<b>118</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
<b>119</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
<b>120</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75



Lampiran 9. Tabel T

Nilai-Nilai Dalam Distribusi 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
<b>93</b>	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
<b>94</b>	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
<b>95</b>	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
<b>96</b>	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
<b>97</b>	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
<b>98</b>	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
<b>99</b>	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
<b>100</b>	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
<b>101</b>	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
<b>102</b>	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206

*Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian*



*(sumber: pasar warungasem, 2023).*

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

### A. IDENTITAS

- a. Nama : Ummu Hany
- b. Tempat, tanggal lahir : Pekalongan, 01 September 2001
- c. Agama : Islam
- d. Golongan Darah : O
- e. Alamat : Jl. Selat Karimata RT/RW: 003/003  
Bandengan, Pekalongan Utara.
- f. Telepon : 085695097008
- g. Email : [Hannhanny01@gmail.com](mailto:Hannhanny01@gmail.com)
- h. Nama Ayah : Ahmad Kardi
- i. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
- j. Nama Ibu : Khoeriyah
- k. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

- 1. SD : SD Negeri 01 Bandengan Lulus: 2013
- 2. SMP : SMP Negeri 04 Pekalongan Lulus: 2016
- 3. SMA : MAN 01 Kota Pekalongan Lulus: 2019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.uingusdur.ac.id](http://perpustakaan.uingusdur.ac.id) Email : [perpustakaan@uingusdur.ac.id](mailto:perpustakaan@uingusdur.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : UMMU HANY  
NIM : 4219089  
Program Studi : FEBI  
E-mail address : [Hannhanny01@gmail.com](mailto:Hannhanny01@gmail.com)  
No. Hp : 0856-9509-7008

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, JAMINAN RASA AMAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA DI BMT AN-NAJAH KANTOR CABANG WARUNGASEM KAB. BATANG**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database, mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 21 November 2023



**UMMU HANY**  
**NIM. 4219089**