

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, DAN
RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA
DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*
(Studi Kasus KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

AILATUS SAKINAH

NIM 4119077

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, DAN
RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA
DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*
(Studi Kasus KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

AILATUS SAKINAH

NIM 4119077

**PROGRAM STUDI EKONOMI 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 : Ailatus Sakinah

NIM : 4119077

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Religiositas terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan *Mudharabah* (Studi Kasus KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan)**

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

Pekalongan, 2 Oktober 2023

Yang menyatakan,

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp is pink and yellow, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAL TEMPEL' and 'A7AKX668299053'. The signature is in black ink.

Ailatus Sakinah

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ailatus Sakinah

Yth.

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

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : **Ailatus Sakinah**

NIM : **4119077**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image* dan Religiositas terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan *Mudharabah* (Studi Kasus KSPSS Minna Lana Kota Pekalongan)**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 2 Oktober 2023
Pembimbing,



Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I

NIP. 198402222019031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl Pahlawan No.52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN


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

Nama : Ailatus Sakinah
NIM : 4119077
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Religiositas terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan *Mudharabah* (Studi Kasus KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I**


Telah diujikan pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji 1



Rinda Asytuti, M.S.i
NIP. 197712062005012002

Penguji II


Fitri Kurniawati, M.E.Sy
NIP. 198706122020122015

Pekalongan, 30 Oktober 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


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

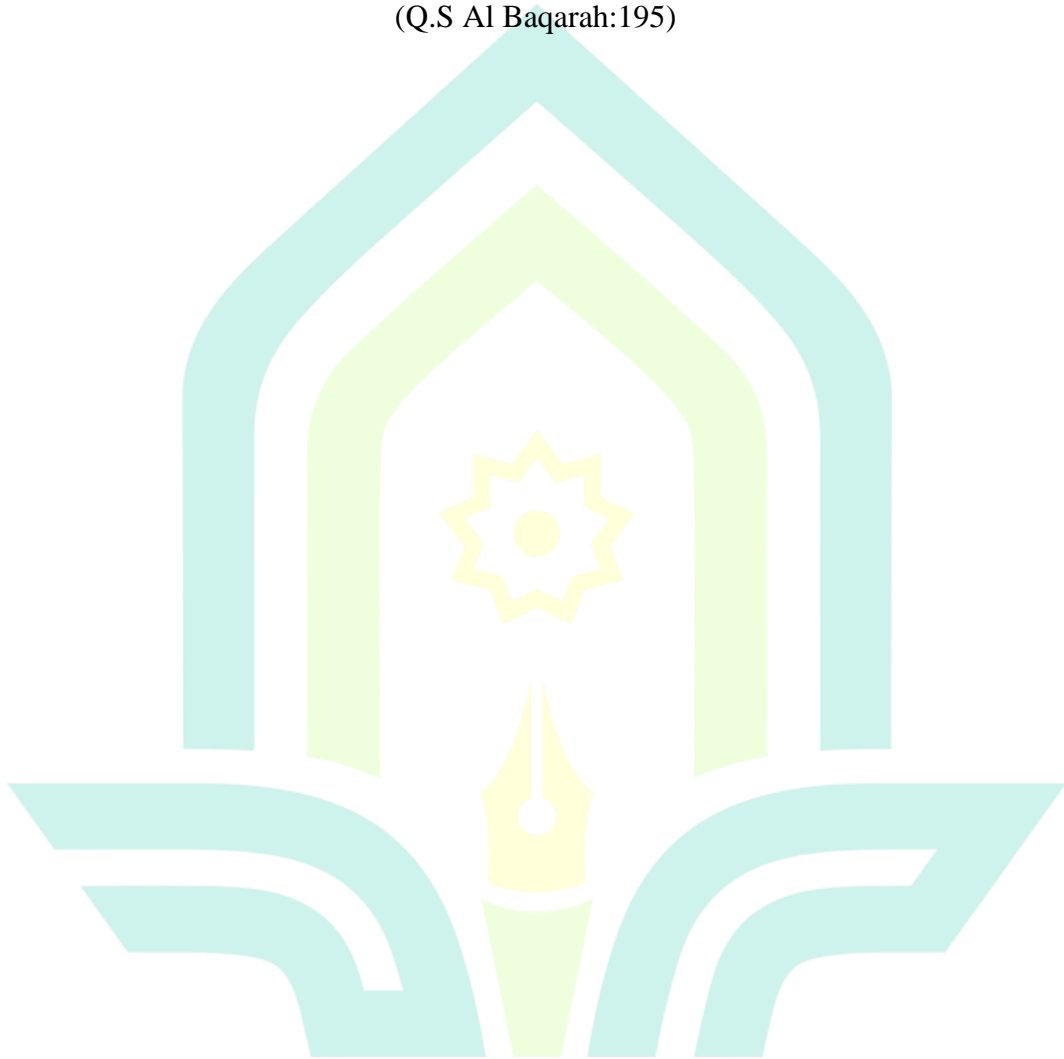
MOTTO

Sungguh jika kamu bersyukur, pasti Aku akan menambah nikmat kepadamu

(Q.S Ibrahim:7)

Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik

(Q.S Al Baqarah:195)



PERSEMBAHAN

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

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Zubaidi dan Ibu Sawinah yang telah membesarkan dengan tulus dan penuh kasih sayang
2. Kedua kakak tercinta, Indrio Ari Susanto dan Ahmad Irfani yang telah memberikan dukungan dan semangat
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Sahabat-sahabat peneliti, Aisah, Aulya Ratnasari, Dea Ayu Safitri, dan Eva yang telah menemani dan memberikan dukungan
5. Bapak Zainul Abror selaku manager KSPPS Minna Lana Pekalongan
6. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2019.

ABSTRAK

AILATUS SAKINAH. Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Religiositas terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan *Mudharabah* (Studi Kasus KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan)

KSPPS Minna Lana merupakan salah satu koperasi yang ada di Kota Pekalongan. Salah satu produk di KSPPS Minna Lana yang cukup diminati yaitu pembiayaan *mudharabah*. Hal tersebut pastinya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan. Sehingga peneliti ingin mengetahui seberapa pengaruh kualitas pelayanan, *brand image* dan religiositas dapat mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pembiayaan *mudharabah*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *brand image*, dan religiositas terhadap keputusan anggota mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik analisis pada penelitian ini dibantu software SPSS versi 26, dengan menggunakan uji analisis berganda untuk mengetahui apa pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Populasinya adalah seluruh anggota yang mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana pada tahun 2022 yang berjumlah 178. Sampel pada penelitian ini yaitu dengan *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 64 responden. Data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden anggota pembiayaan *mudharabah* KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* dengan nilai t hitung $4,519 > t$ tabel $1,671$ dengan signifikansi $0,000$. Terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara *brand image* terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* dengan nilai t hitung $2,626 > t$ tabel $1,671$ dengan signifikansi $0,011$. Terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara religiositas terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* dengan nilai t hitung $2,216 > t$ tabel $1,671$ dengan signifikansi $0,030$. Kemudian kualitas pelayanan, *brand image* dan religiositas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan dengan nilai f hitung $> f$ tabel yaitu $25,384 > 2,758$ dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Religiositas dan Keputusan Anggota

ABSTRACT

AILATUS SAKINAH. The Influence of Service Quality, Brand Image, and Religiosity on Members' Decisions in Taking Mudharabah Financing (Case Study: KSPPS Minna Lana, Pekalongan City)

KSPPS Minna Lana is one of the cooperatives in Pekalongan City. One of the products at KSPPS Minna Lana that is quite popular is mudharabah financing. This is of course influenced by factors that can influence members' decisions in taking financing. So researchers want to know how much influence service quality, brand image and religiosity can influence members' decisions in carrying out mudharabah financing. The aim of this research is to determine the influence of service quality, brand image, and religiosity on members' decisions to take mudharabah financing at KSPPS Minna Lana, Pekalongan City.

The research method used is a quantitative method. The analysis technique in this research was assisted by SPSS version 26 software, using multiple analysis tests to determine the effect of the independent variable on the dependent variable. The population is all members who took mudharabah financing at KSPPS Minna Lana in 2022, totaling 178 people. The sample in this research was purposive sampling so that a sample of 64 respondents was obtained. Data was obtained from a questionnaire distributed to respondents who were members of the KSPPS financing Mudharabah Minna Lana City of Pekalongan.

Based on the results of data analysis carried out by researchers, it can be concluded that there is a partial and significant influence between service quality on members' decisions in taking mudharabah financing with a calculated t value of $4.519 > t \text{ table } 1.671$ with a significance of 0.000. There is a partial and significant influence between brand image on members' decisions in taking mudharabah financing with a calculated t value of $2.626 > t \text{ table } 1.671$ with a significance of 0.011. There is a partial and significant influence between religiosity on members' decisions in taking mudharabah financing with a calculated t value of $2.216 > t \text{ table } 1.671$ with a significance of 0.030. Then service quality, brand image and religiosity simultaneously and significantly influence members' decisions in taking mudharabah financing at KSPPS Minna Lana Pekalongan City with a calculated f value $> f \text{ table}$, namely $25.384 > 2.758$ with a Sig value. $0.000 < 0.05$.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Religiosity and Member Decisions

KATA PENGANTAR

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

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Happy Sista Devi, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS)
7. Ade Gunawan, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA)
8. Segenap dosen FEBI UIN UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

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

Pekalongan, 28 September 2023

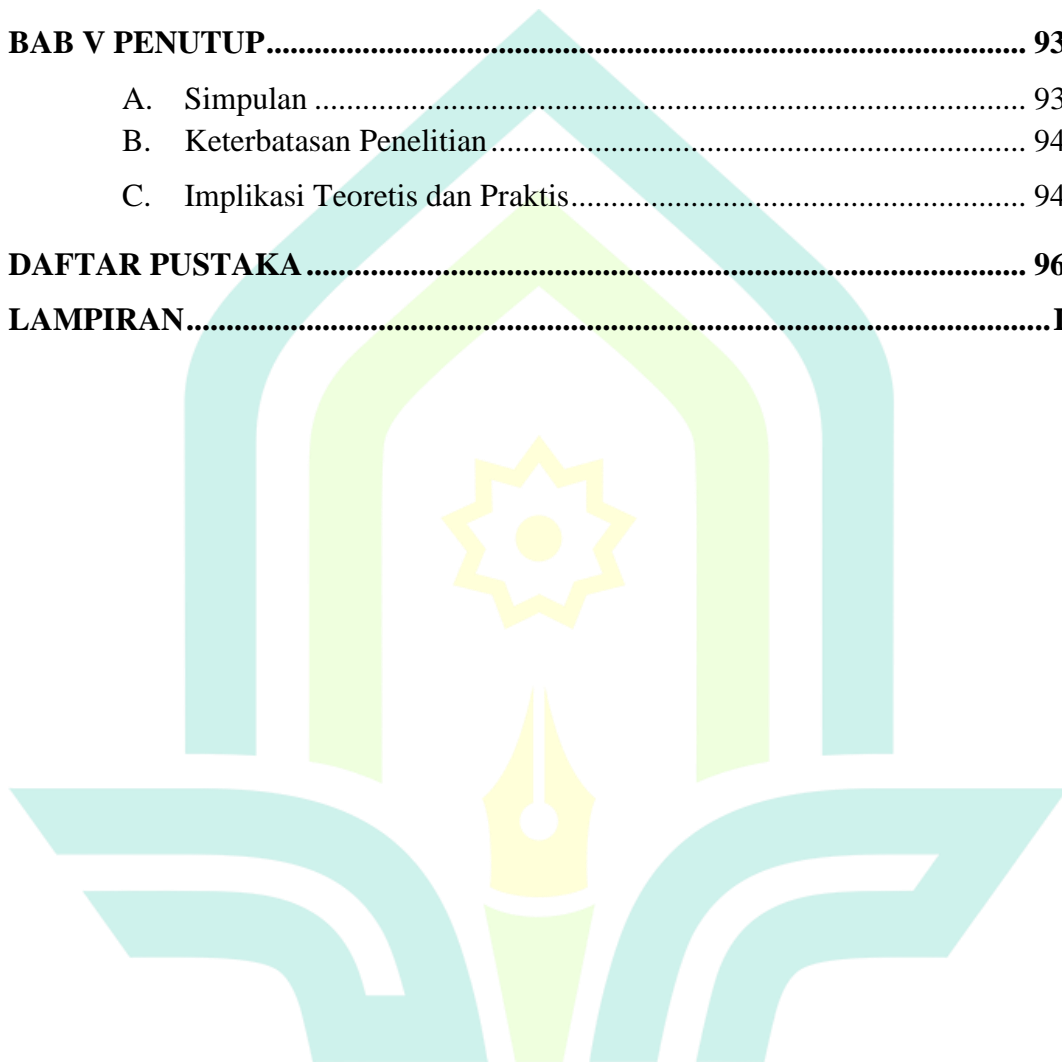


Peneliti

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
TRANSLITERASI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Landasan Teori	16
B. Telaah Pustaka	43
C. Kerangka Berpikir	49
D. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Jenis Penelitian	53
B. Pendekatan Penelitian	53
C. Setting Penelitian	54
D. Populasi dan Sampel	54
F. Sumber Data	57
G. Teknik Pengumpulan Data	58

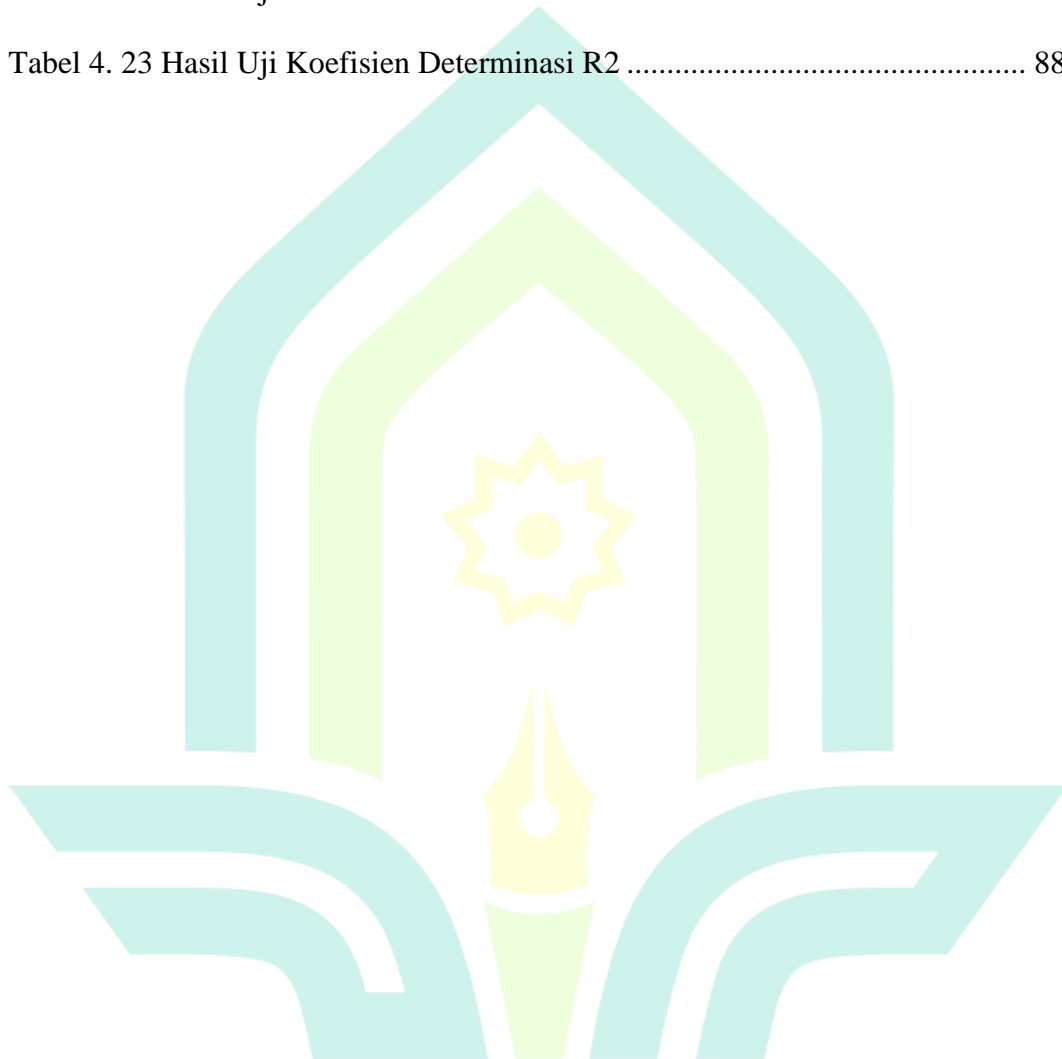
H. Metode Analisis Data.....	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
B. Deskripsi Responden.....	68
B. Analisis Data	75
C. Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP	93
A. Simpulan	93
B. Keterbatasan Penelitian.....	94
C. Implikasi Teoretis dan Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	I



DAFTAR TABEL

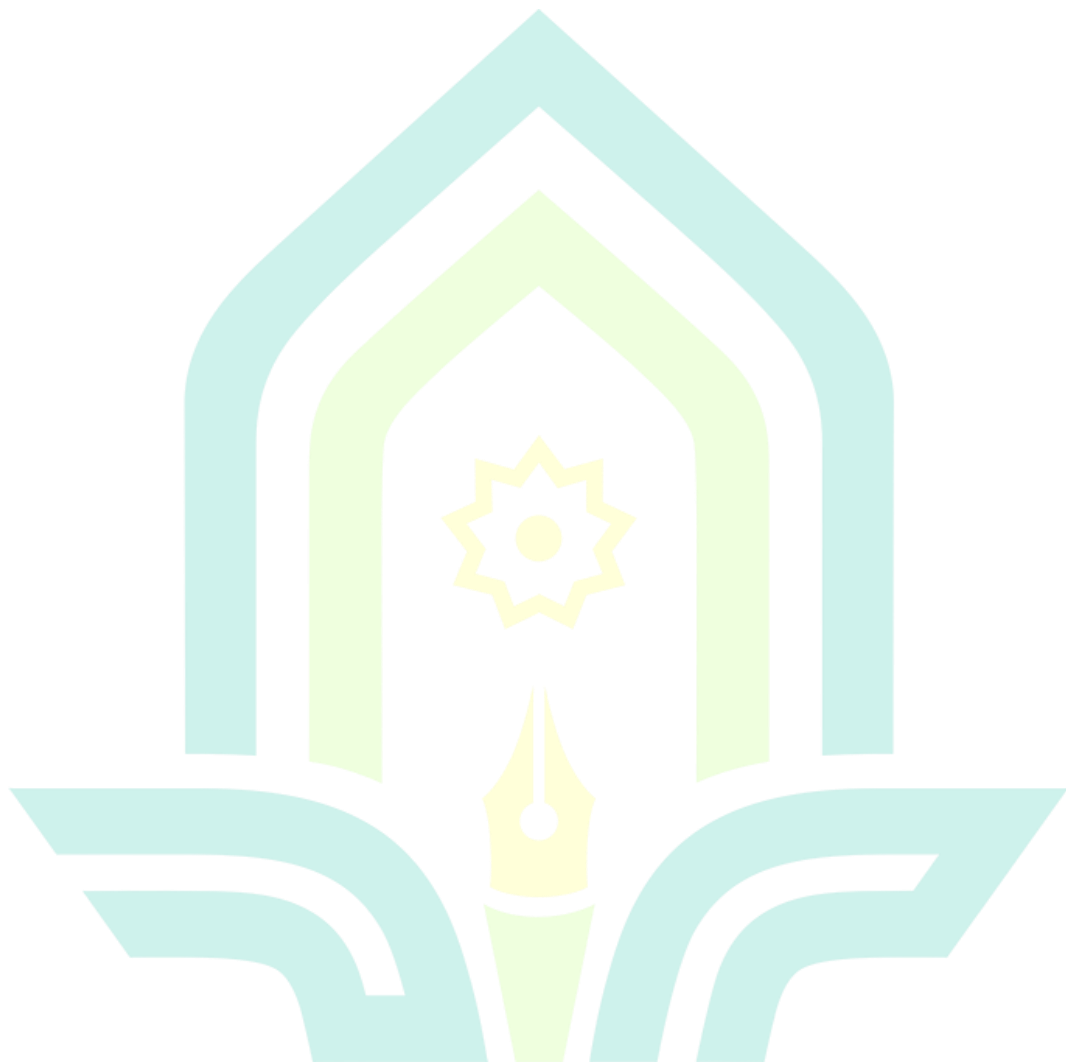
Tabel 1. 1 Data Pertumbuhan Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Minna Lana Tahun Periode 2018-2022	6
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	43
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	58
Tabel 4. 1 Profil KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan	67
Tabel 4. 2 Domisili.....	68
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 4 Umur	69
Tabel 4. 5 Pendidikan.....	70
Tabel 4. 6 Pekerjaan.....	71
Tabel 4. 7 Penghasilan	72
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan.....	73
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Brand Image	74
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Religiositas	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	76
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Religiositas	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Anggota.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinieritas	80

Tabel 4. 18 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linearitas	82
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4. 21 Hasil Uji T.....	85
Tabel 4. 22 Hasil Uji F.....	87
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	49
Gambar 4. 1 Grafik Uji Normalitas.....	79
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Identitas Responden.....	IX
Lampiran 3 Data Variabel X1, X2 , X3 , dan Y.....	XI
Lampiran 4 Uji Frekuensi Responden.....	XVIII
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	XX
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	XXIII
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XXIV
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi	XXVI
Lampiran 9 Tabel Nilai T.....	XXIX
Lampiran 10 Tabel F.....	XXXI
Lampiran 11 Surat Izin Penelitian.....	XXXIV
Lampiran 12 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XXXV
Lampiran 13 Dokumentasi.....	XXXVI
Lampiran 14 Riwayat Hidup Peneliti.....	XXXVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan Indonesia saat ini mengalami peningkatan. Perkembangannya meningkat seiring dengan kebutuhan pendanaan di era global saat ini. Lembaga keuangan sebagai suatu lembaga yang menghimpun dana serta menyalurkan dana. Lembaga keuangan ini memiliki peranan penting bagi pihak yang membutuhkan dana serta pihak yang kelebihan dana (Ilyas, 2018).

Pertumbuhan lembaga keuangan di Indonesia memberikan dampak yang signifikan, terlihat bahwa semakin banyaknya lembaga keuangan di Indonesia membuat persaingan semakin sulit. Sehingga untuk mendapatkan dukungan publik, lembaga keuangan harus menyusun strategi yang tepat. Dikarenakan saat ini masyarakat semakin bijak dan berhati-hati dalam memutuskan untuk menggunakan lembaga keuangan (Nurhadi, 2018).

Lembaga keuangan diklasifikasikan menjadi 2 jenis yaitu lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank adalah dua jenis lembaga keuangan syariah. Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah contoh lembaga keuangan bank. Contoh lembaga keuangan non bank seperti Pegadaian Syariah, Koperasi Syariah, BMT,

Asuransi Syariah, Reksa Dana Syariah dan Surat Berharga Syariah (Syauqoti & Ghozali, 2018).

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan salah satu bisnis yang menyediakan produk dan layanan. Koperasi ini terlibat dalam berbagai aktivitas bisnis, seperti pemberian pinjaman sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, penyimpanan dana, pengelolaan zakat, memberikan sedekah, mengurus wakaf, dan kontribusi infaq (Sobarna, 2020).

Koperasi syariah di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang positif. Menurut informasi dari Badan Pusat Statistik Indonesia, bahwa terdapat 83,46% koperasi yang menerapkan sistem pengembalian pinjaman secara konvensional sedangkan untuk koperasi simpan pinjam yang menerapkan bagi hasil hanya 16,54% (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022). Berdasar data tersebut, menjadi penting bagi manajemen pemasaran koperasi syariah untuk mempertahankan semangat dan upaya agar koperasi tersebut dapat tumbuh dengan cepat dan bersaing efektif dengan koperasi konvensional. Koperasi syariah kemungkinan akan menghadapi tantangan yang cukup berat mengingat statusnya yang masih relatif baru dibandingkan dengan koperasi konvensional yang sudah dikenal di kalangan masyarakat yang lebih luas.

Faktor penting munculnya koperasi syariah dilatarbelakangi oleh tujuannya, yaitu untuk menumbuhkan kesejahteraan anggotanya serta masyarakat umum serta memberi dukungan kepada para pemilik usaha

kecil dan menengah sehingga dapat meningkatkan produktivitas usahanya, untuk menghindari praktik riba di masyarakat dan membantu membangun sistem perekonomian Indonesia agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Hutagalung & Batubara, 2021).

Sebuah bisnis jasa pastinya akan membutuhkan manajemen. Menurut Kotler dan Keller (2009), teori manajemen pemasaran yaitu tindakan proses perancangan, pelaksanaan membuat ide, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan rancangan barang dan jasa untuk menghasilkan perubahan untuk memenuhi tujuan individu maupun organisasi (Haryanto, 2021). Agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan pemasaran perlu merancang operasi bisnis mereka agar mampu memenuhi permintaan dan keinginan dari konsumen mereka. Produsen juga perlu memperhatikan preferensi konsumen jika ingin menjaga kepuasan pelanggan (Widagdo & Ali, 2022).

Menurut Tjiptono, kualitas ialah kondisi yang fleksibel dan mempengaruhi cara kinerja individu, produk, proses, organisasi, dan lingkungan untuk mencapai atau bahkan melebihi ekspektasi (Syuhada' & Fitria, 2021). Menurut Kotler pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada pelanggannya dapat dijadikan alasan untuk mempengaruhi keputusan pelanggan (Erinawati & Syafarudin, 2021). Artinya kualitas pelayanan yang semakin tinggi maka semakin besar kesempatan anggota memutuskan untuk mengambil pembiayaan di KSPPS.

Brand image (citra merek) bisa memengaruhi keputusan seseorang dalam membeli barang atau jasa tertentu (Widagdo & Ali, 2022). Dalam kaitannya dengan perilaku konsumen, di sinilah manajemen pemasaran berperan. Tahap pertama dalam mengevaluasi perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan untuk menentukan tindakan pembelian suatu produk atau jasa, adalah mengenali masalahnya. Tahap selanjutnya adalah pencarian informasi mengenai barang dan jasa yang dibutuhkan, dilanjutkan dengan tahap evaluasi alternatif berupa proses seleksi. Setelah tahap pengambilan keputusan pembelian, langkah terakhir adalah perilaku pasca pembelian. Kepuasan konsumen dan *brand image* yang terkait dengan produk atau jasa mempunyai dampak yang besar pada keputusan untuk membeli barang atau jasa tersebut kembali (ESilaban et al., 2019).

Brand image yang positif bisa terbentuk melalui upaya kita untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. *Brand image* dan tingkat kepercayaan konsumen di KSPPS Minna Lana Pekalongan sangat terkait dengan kualitas layanan yang diterima oleh konsumen dari pihak KSPPS Minna Lana Pekalongan selaku penyedia jasa. Adanya pemberian layanan yang memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan, mampu memuaskan konsumen semaksimal mungkin, dengan disertai dan dilengkapi dengan evaluasi untuk terus meningkatkan dan memperbaiki pelayanan secara terus-menerus. Pada akhirnya, konsumenlah yang akan menilai layanan yang telah diberikan dan mereka akan menggunakan penilaian tersebut sebagai dasar untuk membuat keputusan pembelian.

Religiositas adalah sejauh mana seseorang merasa terhubung dengan agamanya. Ketika seseorang benar-benar menerima dan meresapi ajaran agama, ajaran tersebut dapat memengaruhi semua aspek tindakan dan pandangan hidup mereka, termasuk keputusan untuk memanfaatkan koperasi syariah (Rachmawati & Oka Widana, 2019).

KSPPS Minna Lana termasuk salah satu lembaga koperasi syariah yang ada di Pekalongan. KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan ini merupakan lembaga koperasi yang didirikan oleh alumni Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) dan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) periode 2005 pada tanggal 22 Maret 2007. Alamat KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan berada di Jalan Tembus Pasar Grogolan Baru, Kebulen Pekalongan.

Lembaga ini dalam kegiatan ekonominya menghimpun dana dan menyalurkan kepada masyarakat. Tidak hanya itu lembaga ini juga melakukan kegiatan penjangkaran masyarakat yang membutuhkan layanan berupa pelayanan pembiayaan syariah. Produk pembiayaan ini mencakup Pembiayaan *musyarakah*, pembiayaan *muḍarabah*, pembiayaan *bay' bittaqsyf*, pembiayaan *bay' bisaman ajil*, dan pembiayaan *qard ḥasan*,

Produk pembiayaan yang diminati oleh anggota KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan yaitu produk pembiayaan *mudharabah*. Pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang akadnya dilakukan antara pemilik dana dan pengelola, dimana pendapatan dibagi menurut nisbah yang telah ditentukan. Dengan adanya koperasi syariah ini, masyarakat diharapkan

mampu memenuhi kebutuhannya dengan memutuskan untuk melakukan pembiayaan di KSPPS tersebut.

Berikut disajikan data perkembangan anggota produk pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana periode tahun 2018-2022 :

Tabel 1. 1 Data Pertumbuhan Anggota Pembiayaan *Mudharabah* KSPPS Minna Lana Tahun Periode 2018-2022

No.	Tahun	Jumlah Anggota	Pertumbuhan
1.	2018	202	0%
2.	2019	231	14%
3.	2020	192	-17%
4.	2021	211	10%
5.	2022	178	-16%

Sumber: data sekunder KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, pada tahun 2018, jumlah anggota yang terlibat dalam pembiayaan *mudharabah* sebanyak 202 orang. Jumlah ini meningkat menjadi 231 orang pada tahun 2019. Namun, terjadi penurunan menjadi 192 orang pada tahun 2020. Tahun 2021 mencatat peningkatan anggota menjadi 211 orang, dibandingkan dengan tahun 2020. Namun, dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terjadi penambahan anggota sebanyak 19 orang. Di tahun 2022, diperkirakan akan terjadi pengurangan anggota sebanyak 33 orang.

Berdasarkan data tersebut, pihak KSPPS Minna Lana mengungkapkan bahwa terjadinya fluktuasi atau kenaikan dan penurunan pembiayaan dipengaruhi beberapa faktor antara lain dampak dari pandemi covid-19 yang terjadi saat itu, dan pastinya kualitas pelayanan, *brand image*, dan religiositas juga berpengaruh. Maka KSPPS Minna Lana Kota

Pekalongan harus memiliki strategi untuk meningkatkan keputusan masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di KSPPS. Pendekatan dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, *brand image* dan religiositas sehingga menciptakan kepercayaan bagi anggotanya dan diharapkan mendapatkan kepuasan sehingga akan melakukan keputusan pembelian.

Meningkatkan kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan sangatlah penting. Hasibuan (2002), berpendapat bahwa layanan merupakan suatu aktivitas memberikan jasa dari satu orang kepada orang lain. Layanan sangat diperlukan oleh KSPPS, dikarenakan layanan ikut berperan untuk meningkatkan citra dari KSPPS. Memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan mampu mendorong keberhasilan suatu perusahaan (Yoga & Mukhlis, 2022).

Hubungan antara kualitas layanan dengan keputusan anggota dalam pembiayaan, semakin tinggi standar kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin besar juga kemungkinan anggota yang memutuskan mengambil pembiayaan. Kualitas dan kesuksesan KSPPS ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Kualitas layanan diukur melalui indikator seperti sikap pegawai KSPPS Minna Lana, responsivitas, dan kecepatan pelayanan dari pegawai KSPPS Minna Lana, serta kelengkapan fasilitas yang diberikan KSPPS Minna Lana. KSPPS Minna Lana cepat dalam proses pelayanan kepada anggota karena dilengkapi dengan fasilitas dan peralatan berteknologi.

Karyawan di KSPPS Minna Lana mampu memberikan informasi terkait produk maupun persyaratan untuk mengajukan pembiayaan dengan jelas sehingga anggota dapat merasa nyaman saat melakukan transaksi.

Selain kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak KSPPS Minna Lana, ada juga *brand image* dan religiositas. Anggota dalam menentukan keputusan memilih pembiayaan juga dipengaruhi oleh *brand image* yang ditawarkan oleh pihak lembaga keuangan syariah.

Mengingat konsumen saat ini cenderung lebih selektif dalam memperoleh suatu produk, banyaknya penawaran produk menyebabkan konsumen semakin diskriminatif dalam proses penentuan keputusan pembelian. Mereka cenderung lebih menyukai produk yang memiliki reputasi yang baik, nama yang mudah dikenali, serta menawarkan produk berkualitas tinggi. Membentuk persepsi pelanggan terhadap *brand* tidak dapat terjadi secara instan atau hanya melalui satu saluran komunikasi. Sebaliknya, *brand image* harus terus disampaikan secara rutin melalui berbagai saluran komunikasi yang tersedia (Tafsir & Inda Nadita, 2019).

KSPPS Minna Lana menawarkan berbagai macam produk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Lokasi KSPPS Minna Lana yang strategis mampu memberikan kemudahan bagi anggota. KSPPS Minna Lana berfokus menyediakan produk dan jasa dengan mengutamakan prinsip syariah sehingga dapat membangun *brand image* yang kuat dan melekat dibenak anggota. Hal ini dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk mengajukan pembiayaan di KSPPS dengan memahami, baik

keinginan dan kebutuhan anggota serta menyajikan produk dan layanan yang memiliki kualitas yang tinggi.

Selain beberapa faktor tersebut, religiositas juga berhubungan langsung dengan keputusan pembelian. Religiositas seseorang mengindikasikan apakah perilaku dalam memutuskan sesuatu itu sejalan dengan prinsip-prinsip dan ajaran agama yang dianutnya dan tidak bertentangan dengan mereka (M. Nasir et al., 2021).

Produk pembiayaan yang ditawarkan KSPPS Minna Lana berdasarkan syariah. Apalagi untuk masyarakat muslim pasti lebih cenderung akan mempertimbangkan faktor-faktor sebelum mengambil keputusan. Ditambah seorang penganut agama Islam wajib patuh pada prinsip-prinsip ajaran agama, seperti larangan riba. Dalam rangka merangsang lebih banyak anggota untuk mengajukan permohonan pembiayaan di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan. Maka KSPPS harus mampu meningkatkan dan mempertahankan kereligiositasan KSPPS. Dengan adanya hal tersebut akan menjadi bukti kepada masyarakat sehingga akan menambah daya tarik keyakinan akan ke syariahan terhadap KSPPS tersebut.

Tentu saja setiap anggota berharap dapat yakin sepenuhnya bahwa KSPPS dijalankan selaras dengan prinsip-prinsip syariat Islam dengan religiositas sebagai salah satu faktor pembeda dari lembaga keuangan non bank lainnya. Sebagian besar umat muslim yang memiliki religiositas yang

kuat akan memilih untuk menggunakan produk dan layanan yang mematuhi aturan syariat Islam (Aini, 2022).

Namun ternyata masih terdapat kesenjangan persepsi masyarakat mengenai pertimbangan produk pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan dengan produk pembiayaan di lembaga lain. Masih banyak masyarakat yang menganggap tidak terdapat perbedaan dari pembiayaan syariah dengan konvensional karena bunga atau bagi hasil ditentukan oleh lembaga. Adanya kompetitor yang mempermudah peminjaman uang dan rendahnya literasi masyarakat sehingga menyebabkan mereka bimbang dalam mengambil keputusan, hal tersebut pastinya berpengaruh terhadap minat masyarakat pada KSPPS (Rachmawati & Oka Widana, 2019). Hal ini dibuktikan dengan adanya data perkembangan anggota pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana yang mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahunnya.

Penelitian ini dilakukan karena adanya perbedaan dalam temuan penelitian sebelumnya yang mencakup faktor-faktor yang memengaruhi keputusan, yang mengakibatkan perbedaan hasil penelitian. Beberapa *research gap* dalam penelitian yang mendasari riset ini antara lain. Temuan penelitian Umarul Faruq dan Nurul Jennah (2023) memperlihatkan bagaimana kualitas layanan yang diberikan memengaruhi keputusan anggota mengenai pembiayaan (Faruq & Jennah, 2023). Sebaliknya, penelitian Syuhada dan Nuzulah Ana Fitria pada tahun 2021

menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berhubungan dengan keputusan (Syuhada' & Fitria, 2021).

Penelitian Luluk Farhatin Istiana dan Rudy Haryanto (2021), menjelaskan bagaimana pandangan terhadap *brand image* dapat mempengaruhi proses keputusan anggota dalam pembiayaan (Farhatin Istiana & Haryanto, 2021). Sedangkan, penelitian Kevin Junjung Miharta dan Khusnudin, membuktikan jika keputusan nasabah tidak dipengaruhi secara parsial oleh *brand image* (citra merek) (Junjung Miharta et al., 2022).

Penelitian Hayatul Maemunah dan Mohammad Nufaiz Mauludin (2021), menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh terhadap keputusan anggota (Maemunah & Mauludin, 2021). Menurut studi yang dilakukan oleh Nurul Dewi Andriani, Lu'lu'il Maknuun, dan Moch Ichiyak Ulumudin pada tahun 2021, religiositas tidak memengaruhi keputusan anggota (Andriani et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang dan *research gap* yang telah diuraikan di atas terdapat keberagaman hasil dari penelitian. Hal ini bisa disebabkan karena penelitian dilakukan pada objek dan daerah yang berbeda sehingga masih ada peluang penelitian kembali. Dilengkapi dengan beberapa data, fakta dan masalah di atas akan menjadi landasan peneliti dalam penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Religiositas terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil**

Pembiayaan *Mudharabah* (Studi Kasus KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan?
2. Apakah *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan?
3. Apakah religiositas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan?
4. Apakah kualitas pelayanan, *brand image* dan religiositas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan.

2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *brand image* terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial religiositas terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, *brand image* dan religiositas terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak:

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Riset ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik dan saran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, *brand image*, dan religiositas terhadap keputusan anggota untuk pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana, sekaligus mendapatkan pengalaman praktis dalam menulis karya ilmiah.

b. Bagi Perusahaan

Studi ini dimaksudkan untuk menjadi titik awal dan panduan bagi perusahaan yang ingin membangun identitas *brand image* mereka dan standar kualitas pelayanan serta religiositas untuk membantu meningkatkan keputusan anggota dalam mengajukan pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan.

c. Bagi Pembaca

Dalam studi ini diharapkan informasi yang diberikan akan membantu pembaca dalam memperdalam pemahaman mereka tentang materi pelajaran dan memperluas pandangan dunia mereka.

2. Manfaat Teoritis

Harapan dari hasil penelitian ini meliputi pengetahuan umum tentang Lembaga Keuangan Syariah dan informasi tentang kualitas pelayanan, *brand image*, dan religiositas terkait dengan keputusan pembiayaan anggota.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Memuat uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Menjelaskan landasan teori pada seluruh variabel penelitian, telaah pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Memuat penjelasan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil analisis pengolahan data, termasuk analisis data secara deskriptif serta analisis hasil pengujian hipotesis yang baru saja diselesaikan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisi simpulan akhir penelitian serta saran dengan tujuan untuk memperbaiki proses penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas pelayanan, *brand image* dan religiositas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* (Studi Kasus KSPPS Minna Lana Kota Pekalongan). Dalam penelitian ini menggunakan 64 sampel responden yaitu anggota pembiayaan *mudharabah*. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f berikut hasil pengujiannya:

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah*.
2. *Brand Image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah*.
3. Religiositas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah*.
4. Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Religiositas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah*.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian penelitian ini masih memiliki keterbatasan:

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, *brand image*, dan religiositas. Sedangkan masih banyak variabel lain yang bisa digunakan untuk penelitian terhadap keputusan anggota mengambil pembiayaan *mudharabah*.
2. Penelitian ini hanya meneliti keputusan anggota menggunakan pembiayaan *mudharabah* sedangkan masih banyak produk-produk yang dapat diteiti lebih luas lagi cakupannya.
3. Keterbatasan dari penelitian ini adalah dengan jawaban kuesioner yang diperoleh dari responden terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

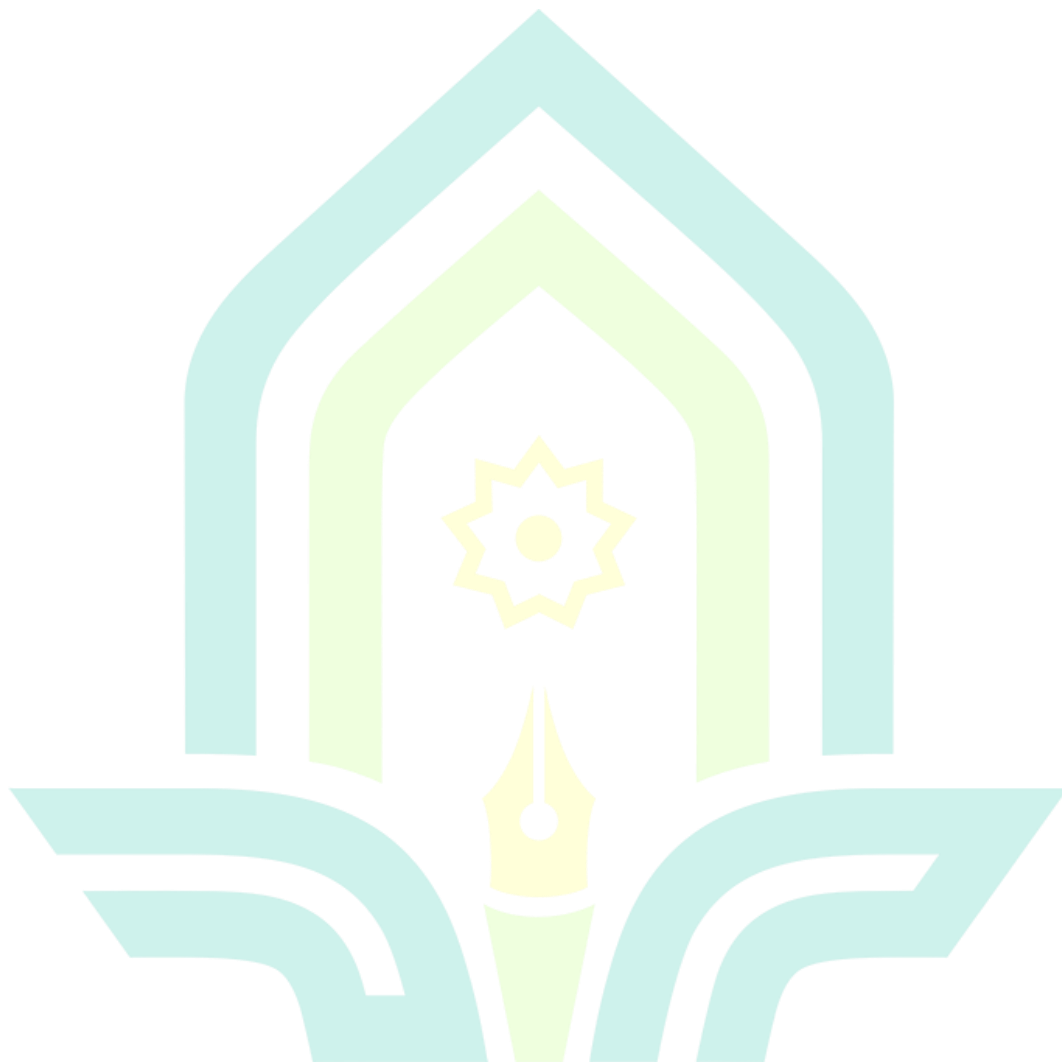
C. Implikasi Teoretis dan Praktis

1. Implikasi Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terkait pengaruh kualitas pelayanan, *brand image*, dan religiositas terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *mudharabah* karena hasil penelitian ini semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan implikasi praktis bagi lembaga koperasi syariah dalam mengembangkan dan meningkatkan keputusan anggota.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohman, D. (2021). Legitimasi Akad Mudharabah dan Musyarakah dalam Al-Quran dan Hadits. *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2).
- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2).
- Agustin Santoso, D., Erdiansyah, R., & Adi Pribadi, M. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2).
- Aini, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Kota Jambi. *JoCIS: Journal Of Comprehensive Studies*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.61>
- Andriani, N. D., Maknuun, L., & Ulumudin, M. I. (2022). Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas dan Margin Keuntungan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 3(2), 41–51. <https://doi.org/10.51311/istikhlahf.v3i2.329>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). *Statistik Koperasi Simpan Pinjam*.
- DSN-MUI. (2023a). *Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Mudharabah (Qiradh)*. https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/?s=PEMBIAYAAN%20MUDHARABA&post_types=all
- DSN-MUI. (2023b). *Fatwa Dewan Syari'ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 115/DSN-MUI/LX/2A 17 Tentang Akad Mudharabah*. https://drive.google.com/file/d/1Mxi_d4pec16F8TxcwSRtR0fZluqnpNmb/view
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- ESilaban, S., Elizabeth, & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Simpang Mataram Medan. *JRAK*, 5(2), 209–228.
- Farhatin Istiana, L., & Haryanto, R. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Tabarak Pada BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, 1(1).
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah

di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, 3(1), 22–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.19105/mabny.v3i01.9111>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hani'in, U., & Santosa, H. (2022). Pengaruh Pelayanan, Produk Pembiayaan, dan Persepsi Nasabah Terhadap Minat Produk Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Samara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03).

Harisandi, Y., Fransiska, W., & Sari, R. K. (2019). Pengaruh Budaya, Sosial dan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Baju Muslim Pada Toko Butik Arafah Di Situbondo. *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1).

Haryanto, H. R. (2021). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Duta Media Publishing.

Hidayat, F. (2023). Pengaruh Prosedur Pembiayaan, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Mudharabah pada Bank Syariah Indonesia Jambi. *JMPIS*, 4(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v4i2>

Hidayatulloh, R., Koesmawan, M., & Muftie, A. (2019). Pengaruh Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Menabung (Studi Kasus KSPPS BMT Al-Fath Ikmi di Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Liquidity*, 8(2), 153–159. <https://doi.org/https://doi.org/10.32546/lq.v8i2.339>

Hutagalung, M. W. R., & Batubara, S. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1494–1498. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2878>

Ilyas, R. (2018). Analisis Sistem Pembiayaan pada Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syari'ah*, 06(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i1.1167>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Irfan, A. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas yang diberikan Kenari Waterpark Bontang terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2).

Junjung Miharta, K., Malang, I., Gajayana No, J., Dinoyo, K., Lowokwaru, K., Malang, K., & Timur, J. (2022). Pengaruh Reputasi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Muamalat KC Kediri. *Jurnal Nisbah*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6000>

- Kamal, A. H., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Pencarian Pembiayaan terhadap Keputusan Anggota Koperasi Mengambil Pembiayaan (Studi Kasus Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSP-S) KUM3 Al Istiqomah). *Jurnal IQTISAD*, 5(1).
- Maemunah, H., & Mauludin, M. N. (2021). Analisis Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus pada BMT Beringharjo Cabang Ponorogo). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*. E-ISSN, 04(01), 2655–335.
- Maskur, A. (2019). Hubungan Antara Tingkat Religiusitas Orang Tua dengan Religiusitas Siswa. *DIRASAH*, 2(1). <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah>
- Mustofa, U. (2020). *Efektivitas Program Edukasi dan Religiositas Dalam Meningkatkan Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah*. 7(2), 214–231. <https://doi.org/10.31942/iq>
- Nadirah, T., Lubis, D., & Asmara, A. (2019). Pembiayaan Mudharabah dan Dampaknya terhadap Omset Usaha Mikro di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah El-Umma. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 4(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15548/al-masraf.v4i1.207>
- Najib, M. A. (2018). Konsep dan Implementasi Pembinaan Religiusitas Siswa di SMA. *Jurnal Tawadhu*, 2(2).
- Nasir, M. D. A. (2020). Religiusitas Mahasiswa Perbankan Syariah S1 UIN Malang yang Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Nasir, M., Meilvinasvita, D., Triputri, Y., & Adinda. (2021). Religiusitas dan Produk Bank serta Hubungannya dengan Keputusan Pengambilan Pembiayaan Usaha Miro Kecil Menengah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Bireuen. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 23(2).
- Nurhadi. (2018). Pembiayaan dan Kredit di Lembaga Keuangan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 1(2).
- Pandiangan, K., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, dan Brand Loyalty. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Rachmawati, A., & Oka Widana, G. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Liquidity*, 8(2), 111–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.32546/lq.v8i2.336>

- Rizki, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah. *DINAMIKA: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 1(2).
- Salam, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut di CV Seneng Bareng Sejahtera. *Jurnal Manajerial*, 6(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v6i01.866>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (3rd ed.). PrenadaMedia Grup.
- Setiawansyah, A., Muchtar, M., & Saleh, M. (2023). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. *AZIZI: Jurnal Perbankan Syariah Dan Manajemen Bisnis Islam*, 01(01). <https://jurnal.staijm.ac.id/ojs/index.php/jurnalazizi>
- Siregar, I. N. P., & Natalia, E. (2018). Pengaruh Merek dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Produk DVD Player Elecra pada PT Cakrawala Elecra Medan. *NIAGAWAN*, 7(2).
- Sobarna, N. (2020). Analisis Penilaian Tingkat Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Al Uswah Indonesia Kota Banjar. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3).
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sunyoto, D. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Suprpto, E., & Puryandani, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Suku Bunga, Pendapatan, Dan Pendidikan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit Produktif Di Bank Jateng Capem Margasari. *Jurnal Magisma*, 8(01).
- Suryanto, A., & Sa'adah, A. (2019). Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah pada BMT Daarut Tauhiid Bandung. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 2548–5032.
- Syauqoti, R., & Ghozali, M. (2018). Analisis Sistem Lembaga Keuangan Syariah Dan Lembaga Keuangan Konvensional. *Iqtishoduna*, 14(1), 15–30.
- Syuhada', & Fitria, N. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Keputusan Anggota Menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur (Studi Kasus pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidharjo Lamongan). *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52166/adilla.v4i1.2330>

- Tadany, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tafsir, M., & Inda Nadita, A. (2019). Tanggung Jawab Sosial dan Citra Merek: Sebuah Model Peningkatan Nilai Perusahaan. *Jurnal Mirai Management*, 4(1), 2597–4084. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Wahyulkarimah, A., Nurlaeli, I., & Makhrus. (2018). Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pegetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30595/jhes.v1i1.3712>
- Widagdo, T. H., & Ali, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti dan Kualitas Pelayanan Peripheral terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi empirik pada Sanggar Rias Widya Budaya Semarang). *JIBAKU: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/10.35473/v1i1>
- Yoga, N. M. A. T., & Mukhlis, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengajuan, Promosi terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(1), 91–104. <https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p91-104>
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>
- Zulianto, A., Tinggi, S., Islam, A., & Bojonegoro, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 Sumberrejo. *Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan*, 11(2). <http://e-jurnal.staiattanwir.ac.id/index.php/attanwir/index>

RIWAYAT HIDUP PENELITI



A. IDENTITAS

1. Nama : Ailatus Sakinah
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 23 Februari 2001
3. Alamat Rumah : Jl. Labuhan No. 44 Degayu
Pekalongan Jawa Tengah
4. Email : ailatussakinah01@gmail.com
5. Nama ayah : Zubaidi
6. Pekerjaan ayah : Buruh
7. Nama ibu : Sawinah
8. Pekerjaan ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MII Degayu 01 : Lulus Tahun 2013
2. SMP N 01 Pekalongan : Lulus Tahun 2016
3. SMA N 04 Pekalongan : Lulus Tahun 2019

Pekalongan, 2 Oktober 2023

Ailatus Sakinah