

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PENGETAHUAN,
DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH DI KSPPS BTM PEKALONGAN
CABANG BOJONG**

SKRIPSI

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



Oleh :

RAMADHAN SHAKTI BETA PRATAMA

NIM 4219013

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PENGETAHUAN,
DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH DI KSPPS BTM PEKALONGAN
CABANG BOJONG**

SKRIPSI

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



Oleh :

RAMADHAN SHAKTI BETA PRATAMA

NIM 4219013

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ramadhan Shakti Beta Pratama

NIM : 4219013

Judul Skripsi : **Pengaruh *Word Of Mouth*, Pengetahuan, dan Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong**

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

Pekalongan, 7 Juni 2024

Yang Menyatakan



Ramadhan Shakti Beta Pratama
NIM. 4219013

NOTA PEMBIMBING

Bambang Sri Hartono, M.Si

Karangtengah, Kaliwungu, Kendal

Lamp : 2 (Dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ramadhan Shakti Beta Pratama

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid

Pekalongan

c.q Ketua Program Studi Perbankan

Syariah di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ramadhan Shakti Beta Pratama

NIM : 4219013

Judul : **Pengaruh Word of Mbuth, Pengetahuan, dan Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong**

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 30 Maret 2024

Pembimbing



Bambang Sri Hartono, M.Si

NIP. 196802252023211001



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:

Nama : **Ramadhan Shakti Beta Pratama**
NIM : **4219013**
Judul Skripsi : **Pengaruh *Word of Mouth*, Pengetahuan, dan Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong**

Telah diujikan pada Hari Rabu Tanggal 15 Mei 2024 dan dinyatakan **LULUS**
Serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

M. Shulthoni, MA., M.S.I, Ph. D
NIP. 197507062008011016

Wilda Yulia Rusvida, M.Sc.
NIP. 199110262019032014

Pekalongan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

MOTTO

“Buatlah orang tua bangga dengan melihat anaknya yang telah menjadi sarjana, lalu foto bersama di acara wisuda”

Ramadhan Shakti B.P.



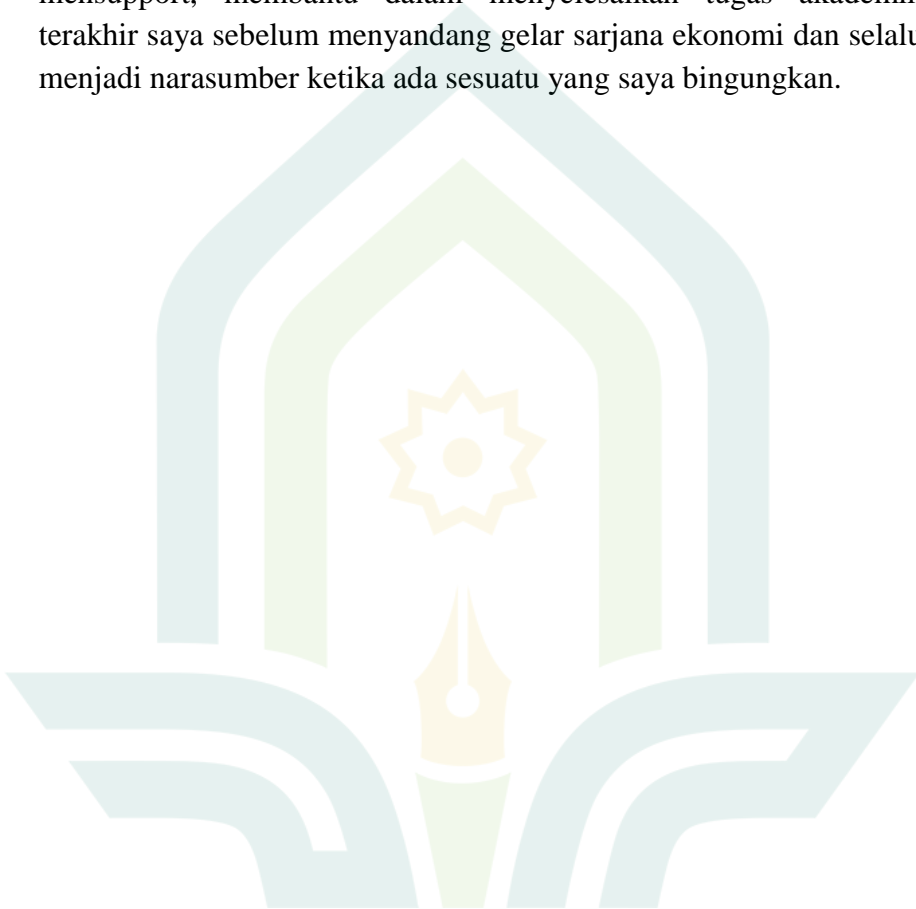
PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat 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 bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulis skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suyoto dan Ibu Setyowati atas segala bentuk dukungan moral, material, doa dan support. Terimakasih untuk segala bentuk pengorbanan dan kasih sayang tak terhingga serta selalu memberi inspirasi dan motivasi.
2. Almamater saya jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dosen pembimbing saya, Bapak Bambang Sri Hartono, M.Si. yang sudah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan skripsi.
4. Dosen Pembimbing Akademik saya, Bapak Dr. H. Achmad Tubagus Surur. M.Ag. yang senantiasa memberikan waktu dan support dalam kelancaran mulai dari semester awal hingga akhir.
5. Sahabat-sahabat saya di grup **“Squad Sambo”** (Rifki Maulana, Khafid Sadid Dudin, Kuntoro Agus Saputro, M. Misbahudin), terimakasih telah kebersamai dalam organisasi maupun keseharian di masa kuliah.
6. Seluruh sahabat PMII UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, terkhusus sahabat-sahabat saya di PMII Rayon Ekonomi dan Bisnis Islam yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah

membersamai dalam berproses, memberikan banyak ilmu dan pengalaman, relasi, dan sebagainya sebagai bentuk proses pencapaian diri.

7. Sahabat Sohibul Muttaqin, Khairunnisa Azmi Inayati, Heny Maulina Sodik, M. Ghulam Najmudin, Fina Nurul Izah, Riky Iqbal Maulana, M. Abidil Haq teman seperjuangan yang telah memberikan mensupport, membantu dalam menyelesaikan tugas akademik terakhir saya sebelum menyandang gelar sarjana ekonomi dan selalu menjadi narasumber ketika ada sesuatu yang saya bingungkan.



ABSTRAK

RAMADHAN SHAKTI BETA PRATAMA. Pengaruh *Word of Mouth*, Pengetahuan, dan Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong.

Lembaga keuangan syariah saat ini terus mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah nasabah di koperasi syariah yang terus meningkat dan mengalami pertumbuhan yang positif. Banyak dari masyarakat yang sekarang telah memutuskan untuk menjadi nasabah dan menggunakan produk-produk di berbagai koperasi syariah. Salah satu koperasi syariah yang terus mengalami perkembangan positif yaitu KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *word of mouth*, pengetahuan, dan psikologis terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 responden dengan teknik *Accidental Sampling*. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan *Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. *Word of Mouth*, pengetahuan, dan psikologis secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong.

Kata Kunci : *Word of Mouth*, Pengetahuan, Psikologis, dan Keputusan Menjadi Nasabah

ABSTRACT

RAMADHAN SHAKTI BETA PRATAMA. The Influence of Word of Mouth, Knowledge, and Psychology on the Decision to Become a Customer at KSPPS BTM Pekalongan Bojong Branch.

Islamic financial institutions currently continue to experience rapid development. This can be seen from the number of customers in sharia cooperatives which continue to increase and experience positive growth. Many of the people have now decided to become customers and use products in various Islamic cooperatives. One of the sharia cooperatives that continues to experience positive development is KSPPS BTM Pekalongan Bojong Branch. This study aims to examine the influence of word of mouth, knowledge, and psychology on the decision to become a customer at KSPPS BTM Pekalongan Bojong Branch. This research is a field research using a quantitative research approach. The number of samples used in this study was 99 respondents with the Accidental Sampling technique. In this study, data collection techniques used questionnaires and documentation.

The results showed that Word of Mouth had a positive effect on the decision to become a customer at KSPPS BTM Pekalongan Bojong Branch. Knowledge has a positive influence on the decision to become a customer at KSPPS BTM Pekalongan Bojong Branch. Psychology has a positive influence on the decision to become a customer at KSPPS BTM Pekalongan Bojong Branch. Word of mouth, knowledge, and psychology simultaneously or together have a positive influence on the decision to become a customer at KSPPS BTM Pekalongan Bojong Branch.

Keywords: Word of Mouth, Knowledge, Psychological, and Customer Decision

KATA PENGANTAR

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shulthoni, M.A.,M.S.I.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Setiawan, M.Si. Selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Dr. H. Achmad Tubagus Surur. M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA)

7. Bapak Bambang Sri Hartono, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu selama berada di bangku perkuliahan dan membantu proses administrasi akademik.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material, semangat dan support tiada henti
10. Seluruh sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 23 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Pembahasan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7
B. Telaah Pustaka.....	25
C. Kerangka Berfikir.....	31
D. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35

B. Setting Penelitian.....	35
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	36
D. Variabel Penelitian	37
E. Sumber Data.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Metode Analisis Data	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum	45
B. Deskripsi Data	50
C. Analisis Data	53
D. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

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

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi 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	ṣ	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
ص	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	ʿ	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	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

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 apostof ^/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شئ	ditulis	<i>syai`un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah di KSPPS BTM Pekalongan	2
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka.....	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	37
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	52
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Menjadi Nasabah	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji t (Parsial).....	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji f (Simultan)	59
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi.....	60

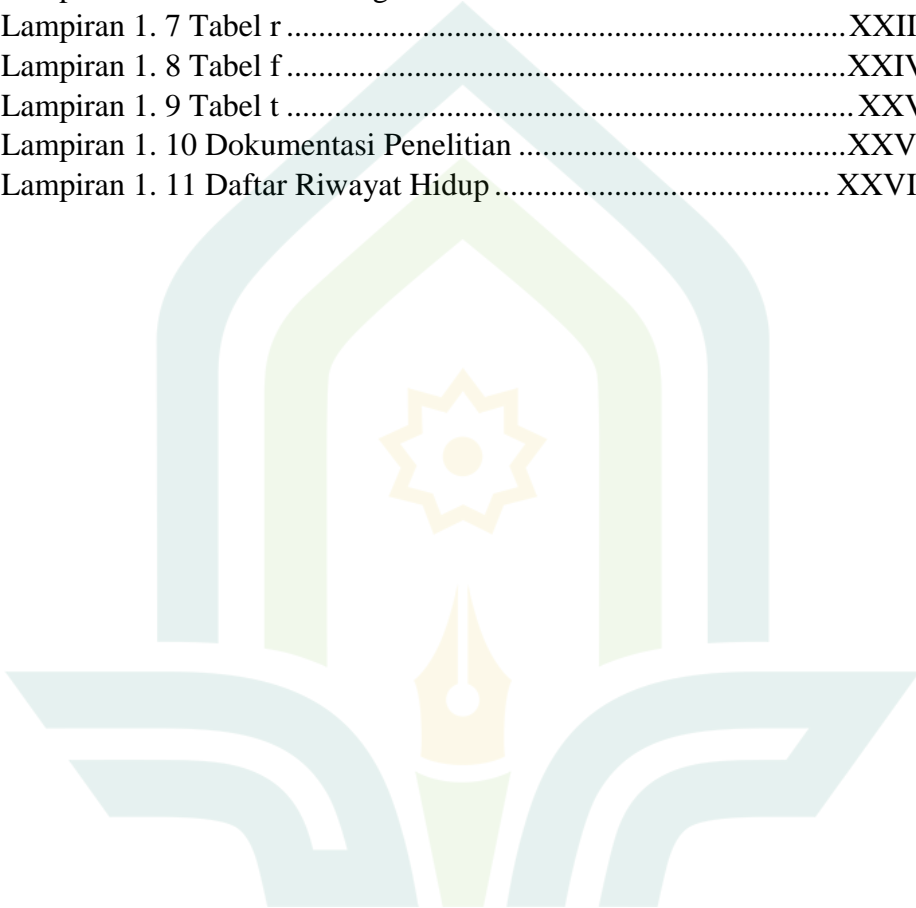
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	39
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong	47
Gambar 4. 2 Gambar Scatterplot Uji Heterokedastisitas.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Ijin Penelitian.....	I
Lampiran 1. 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	II
Lampiran 1. 3 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	III
Lampiran 1. 4 Tabulasi Data Responden.....	X
Lampiran 1. 5 Tabulasi Data Kuesioner.....	XIII
Lampiran 1. 6 Hasil Perhitungan SPSS.....	XVI
Lampiran 1. 7 Tabel r.....	XXIII
Lampiran 1. 8 Tabel f.....	XXIV
Lampiran 1. 9 Tabel t.....	XXV
Lampiran 1. 10 Dokumentasi Penelitian.....	XXVI
Lampiran 1. 11 Daftar Riwayat Hidup.....	XXVII



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia saat ini memiliki peran signifikan dalam memajukan perekonomian masyarakat, termasuk berkembangnya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah termasuk dalam kategori *Baitul Tamwil* karena berasal dari *Baitul Maal wat Tamwil*. *Baitul Maal wat Tamwil* adalah sebuah lembaga yang terdiri dari dua komponen, yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih berfokus pada kegiatan penghimpunan dan pendistribusian dana yang bersifat non-profit, seperti zakat, infaq, dan sedekah. Sementara itu, *Baitul Tamwil* adalah bagian yang bertanggung jawab dalam mengelola kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana. KSPPS atau BMT sering kali disebut juga sebagai balai usaha mandiri yang menjalankan operasinya sesuai dengan prinsip syariah, dengan tujuan memberikan sumber dana kepada usaha mikro dan kecil dalam masyarakat (Masyitoh, 2014).

Perkembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia juga memengaruhi minat organisasi keagamaan untuk mendirikan BMT. Contohnya, organisasi Muhammadiyah telah mendirikan sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang dikenal sebagai Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM). BTM adalah sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, di mana semua transaksi keuangan dilakukan berdasarkan akad yang berdasarkan ajaran Islam. Pada saat BTM didirikan, tujuannya adalah untuk membantu perkembangan usaha kecil dan juga melayani kebutuhan keuangan ekonomi yang tidak terjangkau oleh bank. Lembaga keuangan ini menyediakan layanan keuangan untuk masyarakat dan memberikan solusi permodalan bagi sektor riil, termasuk pedagang, petani, pegawai, koperasi, dan berperan sebagai perantara antara *shaibul maal* (pemilik dana) dan *mudarib* (pelaksana usaha). BTM secara

konsisten aktif dalam mendukung pembangunan nasional (Syamsyah, 2019).

Saat ini BTM Pekalongan telah memiliki banyak cabang yang tersebar di beberapa wilayah. Total kantor cabang BTM Pekalongan berjumlah 14 dengan 1 kantor pusat yang beralamat di Jl. Pahlawan Gejlik, Kecamatan Kajen, Kabupaten Pekalongan. Lahirnya KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong tentunya tidak luput dari terbentuknya BTM di Wiradesa yang sebelum merger dengan BTM Pekalongan. Awalnya KSPPS BTM Pekalongan bernama BTM Bojong telah beroperasi sejak Juni 2009. Kemudian pada tahun 2016 BTM Bojong resmi bergabung dengan BTM Pekalongan dan berubah nama menjadi KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Adapun data jumlah nasabah di KSPPS BTM Cabang Bojong dari tahun 2019-2023 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	5.819
2020	6.318
2021	6.951
2022	7.577
2023	8.854

Sumber : Data KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong 2023

Dari Tabel 1.1 diatas membuktikan bahwa jumlah nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2019-2023. Pada tahun 2019 terdapat 5.819 nasabah, kemudian pada tahun 2020 meningkat menjadi 6.318 nasabah. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2021 nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong meningkat menjadi 6.951 nasabah, pada tahun 2022 bertambah menjadi 7.577 nasabah hingga tahun 2023 jumlah nasabah bertambah menjadi 8.854.

Disaat pandemi covid-19 jumlah nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong terus bertambah pesat, hal ini merupakan sebuah capaian yang baik ditengah melemahnya perekonomian masyarakat. Dengan jumlah nasabah yang setiap

tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan, KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong memiliki potensi perkembangan yang cukup besar. Kerja keras harus terus dilakukan agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ada di BTM yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pada dasarnya nasabah yang merasa puas dengan suatu produk ataupun pelayanan akan berpengaruh pada peningkatan nasabah pada lembaga keuangan tersebut karena nasabah yang merasa puas pada umumnya akan menceritakan pengalamannya kepada orang-orang terdekat mereka, tindakan nasabah inilah yang disebut dengan *word of mouth*. Pemasaran *word of mouth* ini salah satu bentuk promosi yang sangat efektif dan tidak memerlukan banyak biaya. Teknik pemasaran *word of mouth* memiliki kelebihan tujuh kali lebih efektif dari pada iklan melalui media surat kabar dan majalah, empat kali lebih efektif daripada dengan penjualan pribadi, dan dua kali lebih efektif daripada pemasaran melalui iklan di radio (Sutisna, 2003).

Pada umumnya masyarakat akan menentukan lembaga keuangan syariah mana yang akan digunakannya setelah mereka mempertimbangkan beberapa hal seperti kemudahan, keamanan, dan keuntungan yang akan mereka dapatkan. Yang menjadi kendala adalah pemahaman masyarakat masih belum rata pada pengetahuan lembaga keuangan syariah. Banyaknya istilah dan konsep yang berbeda antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional menjadikan tantangan bagi pelaku *marketing* dalam menjelaskan kepada masyarakat (Mahirun, 2012). Sehingga, hal ini tidak terlepas dari pengetahuan mereka tentang suatu produk atau jasa yang ada di lembaga tersebut. Semakin banyak informasi yang masyarakat dapatkan dan persepsi yang baik dari masyarakat, maka semakin besar pula kemungkinan masyarakat akan tertarik dan memutuskan untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Pengetahuan yang dimiliki oleh calon nasabah akan memunculkan motivasi untuk dapat menggunakan atau tidak produk atau jasa tersebut. Calon nasabah akan terdorong untuk memutuskan menggunakan suatu produk

atau jasa jika informasi yang didapatkan sesuai dengan kebutuhannya.

Setiap lembaga keuangan harus mampu untuk menarik calon nasabah untuk mau menggunakan produk yang ada di lembaga keuangan tersebut. Dalam hal ini tentu saja masyarakat merupakan pangsa pasar yang baik untuk terus meningkatkan jumlah nasabah di lembaga keuangannya. Di era sekarang, mayoritas masyarakat lebih menyukai sesuatu yang dianggap mudah untuk dilaksanakan dan digunakan oleh banyak orang. Oleh karena itu, masyarakat dalam memilih lembaga keuangan pun akan lebih selektif. Dengan ini perlu dikaji lebih lanjut tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk bergabung dalam KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Dalam penelitian ini ada 3 variabel yang digunakan sebagai landasan peneliti untuk mengetahui variabel apa saja yang menjadi pengaruh dalam keputusan nasabah. Variabel itu diantaranya, *word of mouth*, pengetahuan, dan yang terakhir yaitu psikologis.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengambil dengan judul penelitian **"Pengaruh *Word Of Mouth*, Pengetahuan, dan Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong"**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong?
3. Apakah psikologis berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong?
4. Apakah *word of mouth*, Pengetahuan, dan Psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong

2. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong?
3. Untuk mengetahui apakah psikologis berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong?
4. Untuk mengetahui apakah *word of mouth*, pengetahuan, dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan dan sumber referensi terutama mengenai *word of mouth*, pengetahuan, dan psikologis dalam kaitannya dengan keputusan menjadi nasabah.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Lembaga

Hasil dari penelitian ini mampu menjadi acuan dan sumber informasi dalam merencanakan strategi yang tepat dalam meningkatkan nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong.

b. Bagi Civitas Akademik

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi pada akademisi yang melakukan penelitian sejenis sehingga mampu untuk menambah pengetahuan dan mendukung untuk penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun sesuai sistematika yang ada untuk mendapatkan garis besar serta informasi yang jelas tentang penelitian ini, maka penelitian ini dibagi dalam lima bab pembahasan yang meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara luas tentang bahan kajian yang ada dalam penelitian ini. Penelitian ini berisi latar belakang, rumusan masalah, yang kemudian

dilanjut dengan tujuan, manfaat serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai teori yang akan dibahas dalam penelitian. Dalam bab kedua berisi landasan teori, telaah Pustaka, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

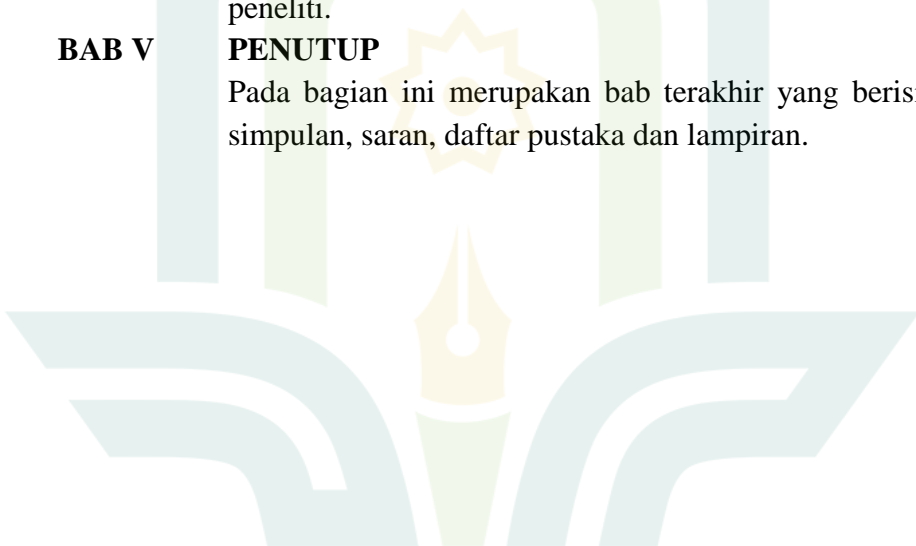
Dalam bab ini membahas tentang jenis penelitian dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi, sampel, dan tehnik pengambilan sampel, variabel penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi paparan dan pembahasan data serta hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini merupakan bab terakhir yang berisi simpulan, saran, daftar pustaka dan lampiran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

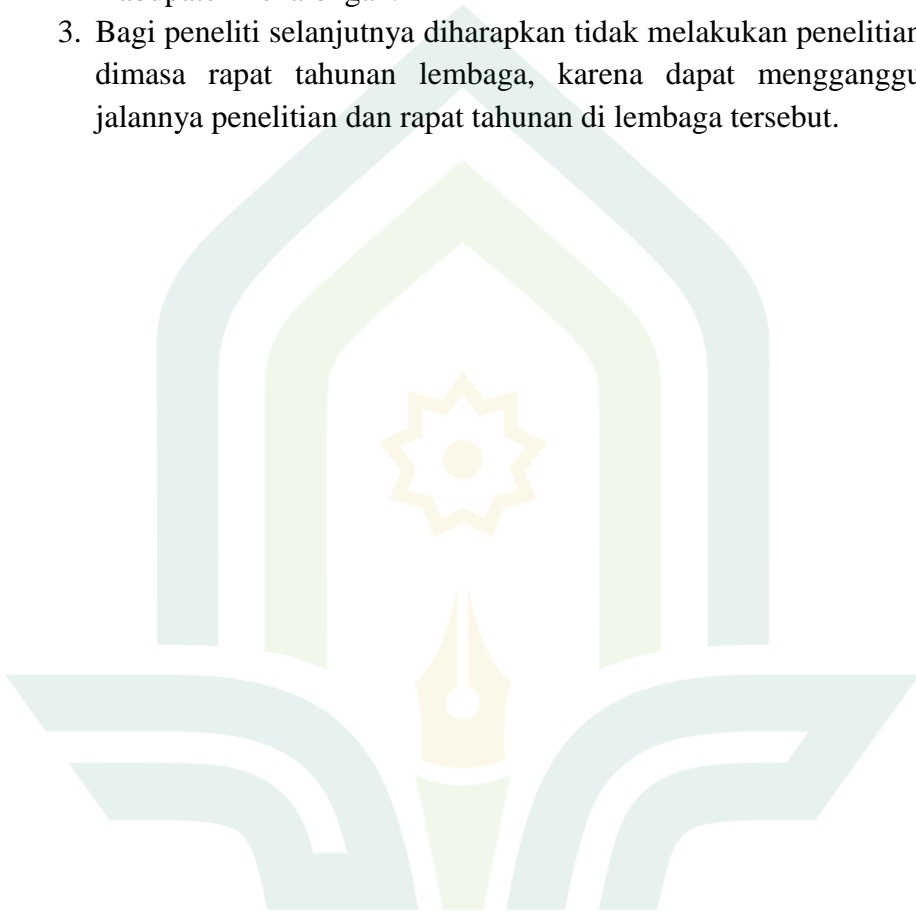
1. *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Sehingga semakin banyak orang yang melakukan *word of mouth*, maka jumlah nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong akan semakin bertambah.
2. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Sehingga semakin banyak pengetahuan seseorang tentang suatu produk, maka semakin besar pula kemungkinan seseorang untuk memutuskan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong
3. Psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong. Semakin tinggi tingkat motivasi, persepsi, dan sikap keyakinan seseorang terhadap suatu lembaga, maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang dalam mengambil keputusan.
4. *Word of Mouth*, pengetahuan, dan psikologis secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Bojong.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel dalam penelitian ini hanya mencakup 3, artinya masih perlu untuk menambah variabel guna memperluas informasi dalam hasil penelitian.
2. Keterbatasan peneliti dalam menjangkau responden yang berdomisili luar Kabupaten Pekalongan.
3. Sempat tertundanya dalam melakukan penelitian, karena penelitian ini dilakukan saat masa rapat tahunan lembaga.

C. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk menambahkan variabel penelitian sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih luas
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk menjangkau responden lebih luas, terutama yang berdomisili di luar Kabupaten Pekalongan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan tidak melakukan penelitian dimasa rapat tahunan lembaga, karena dapat mengganggu jalannya penelitian dan rapat tahunan di lembaga tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Adheliya Mustika. D. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan, dan Pengatahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya). UIN Raden Mas Said Surakarta.
- Ahmad, Abu. 2009. "Psikologi Umum". Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Almusrijah. A. (2022). Pengaruh Pengatahuan, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). *Jurnal of Comprehensive Islamic Studies*. Vol. 1, No. 1.
- Alva. R, Lisbeth. M, & Emilia. G. (2017). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.5, No. 3
- Annisa.W, Ida. N, & Markhus. (2018). Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengatahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 1, No. 1.
- Arief Firdy. F. (2019). Pengaruh Pengatahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.2, No.3.
- Astika. J. (2022). Pengaruh Pengatahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Masyarakat Muslim Kota Palopo). IAIN Palopo.
- Devi Khotimah. (2019). Pengaruh Psikologis dan Sosial Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya. UIN Siliwangi.
- Erna. Y. (2021). Pengaruh Pengatahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemeditasi Minat dan

Kesadaran (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kuta Bali). *JUBIS*. Vol. 2, No. 2.

- Faisal. U. H, & Rahma. W. (2022). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol.6, No.1. 22-33
- Fajar Rezky. M, Nevi. H, & Evriyenni. (2019). Pengaruh Pengatahuan Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *Global Jurnal of Islamic Banking and Finance*. Vol.2, No.2.
- Farid. A & Nely. A. (2023). Pengaruh Promosi, Religiusitas dan Pendapatan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik. *Journal of Aswaja and Islamic Economics*. Vol. 02, No. 02.
- Fina Nurul Izah. (2023). Pengaruh *Word of Mouth*, Pengetahuan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di KSPPS SM NU Cabang Sragi. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriani. (2023). Pengaruh Psikologi dan Pemahaman Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Pada Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palopo. IAIN Palopo.
- Hafni. R, M. Zuhirsyan, & Hubbul. W. (2021). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan. *Jurnal Syarikah*. Vol. 7, No. 2.

- Hanifa. A. N & Badriyatul. H. (2024). Pengaruh *Word of Mouth Promotion* dan *Service Excellent* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Giro BTM di Bank BTN Kantor Cabang Bandung Timur. *Jurnal Dimamu*. Vol. 3, No. 2.
- Ida Nurlaeli. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas. *Islamedia Jurnal Pemikiran Islam*. Vol.18, No.2.
- Indah M. (2023). Pengaruh Produk Perbankan Syariah dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol.4, No5.
- Kotimah. (2021). Pengaruh Pengatahuan dan Motivasi Santri Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Al Hikmah*. Vol.9.
- Kotler, Philip. Dan Armstrong Gary. 2008, Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Ed. 12. Dialihbahasakan oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Laitatul. B, Mufti. F & Citra. P. (2022). Pengaruh Strategi Word Of Mouth (WOM), Sharia Complience, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Palembang. *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi*. Vol.1 No.2
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang. 4, 43–57.
- Muhammad Rizalun. N. (2019). Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi Pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta). Vol. 10, No 2.

- Nindi. A. (2020). Pengaruh Pengatahuan Nasabah dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BMT Tumang Cabang Plaosan Magetan. IAIN Ponorogo.
- Novia. T. (2021). Pengaruh Promosi Model Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BPR Syariah Al-Washliyah di Krakatau Medan. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Novi. N. K. (2019). Pengaruh Pengatahuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BRI Syariah KCP Ponorogo. IAIN Ponorogo.
- Norlatifah. (2023). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Tabungan IB Hirah Haji di Bank Muamalat KCP Barabai (Studi Kasus Pedagang dan Karyawan Kota Barabai). UIN Antasari Banjarmasin.
- Nur Ainul. M & Nihayatu. A. S. (2023). The Affect of Word of Mouth, Service Quality, and Location on Decision to be a Customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*. Vol.7, No.2.
- Riski Saputra. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengatahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. IAIN Padangsidimpuan.
- Roiysatin & Rida. R. N. (2021). Pengaruh Pengatahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam. *Jurnal of Islamic Ekonomi*. Vol. 1, No. 1.
- Sangadji, Etta Mamang. Dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: C.V. ANDI OFFSET.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing*. Kaplan Inc, New York.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Ramadhan Shakti Beta Pratama
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 2 Desember 2000
3. Alamat : Bojongwetan, Bojong,
Pekalongan
4. Nomor Handphone : 089665191337
5. Email : shaktibeta02@gmail.com
6. Nama Ayah : Suyoto
7. Nama Ibu : Setyowati
8. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN Bojongwetan (2007-2013)
2. SMP : SMPN 1 Bojong (2013-2016)
3. SMA : SMAN 1 Bojong (2016-2019)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. HMJ Perbankan Syariah
2. DEMA UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. PMII Rayon Ekonomi dan Bisnis Islam
4. PMII Komisariat Ki Ageng Ganju

Pekalongan, 23 Maret 2024

Penulis