

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, NISBAH BAGI HASIL DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI
KSPPS BTM BANJARNEGARA CABANG PUNGCELAN
(STUDI PADA NASABAH SIMPANAN WADIAH)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)

Oleh:

Titis Wulan Purnamasari
NIM. 1817202084

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Titis Wulan Purnamasari
NIM : 1817202084
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan (studi pada Nasabah Simpanan Wadiah)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto,

Saya yang menyatakan,



Titis Wulan Purnamasari

NIM. 1817202084



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, NISBAH BAGI HASIL DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
DI KSPPS BTM BANJARNEGARA CABANG PUNGCELAN
(STUDI PADA NASABAH SIMPANAN WADIAH)**

Yang disusun oleh Saudara **Titis Wulan Purnamasari NIM 1817202084** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **15 Juni 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

In Solikhin, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji

Mahardhika Cipta Raharja, S.E., M.Si.
NIDN. 2010028901

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 21 Juni 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Titis Wulan Purnamasari NIM. 1817202084 yang berjudul:

Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang punggelan (studi pada Nasabah Simpanan Wadiah)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 22 Januari 2022
Pembimbing,



Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

MOTO

“Menyerah hanyalah untuk orang yang kalah”



**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, NISBAH BAGI HASIL DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI
KSPPS BTM BANJARNEGARA CABANG PUNGCELAN
(STUDI PADA NASABAH SIMPANAN WADIAH)**

Titis Wulan Purnamasari

NIM. 1817202084

E-mail: titiswulan.p@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Agama Islam Negeri

Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Keputusan menjadi nasabah di suatu lembaga keuangan merupakan suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif yang dilakukan oleh calon nasabah setelah melalui beberapa pertimbangan untuk selanjutnya memutuskan untuk menjadi nasabah. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Pungcelan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan analisis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi dan dokumentasi. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data dengan metode analisis regresi linier berganda, uji koefisien Determinan (R^2) dan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($-0,151 < 1,985$). (2) nisbah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah yang dibuktikan dengan nilai Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,775 > 1,985$). (3) Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($0,312 < 1,985$). Secara simultan variabel pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dibuktikan dengan nilai f_{hitung} lebih kecil dari f_{tabel} ($2,685 < 2,70$).

Kata Kunci : Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil, Pelayanan

**THE EFFECT OF PRODUCT KNOWLEDGE, PROFIT SHARING RATIO,
AND SERVICE ON THE DECISION TO BECOME A CUSTOMER AT
KSPPS BTM BANJARNEGARA PUNGCELAN BRANCH (STUDY ON
WADIAH DEPOSITS CUSTOMERS)**

Titis Wulan Purnamasari

NIM. 1817202084

E-mail: titiswulanm.p@gmail.com

Department of Sharia Banking

Faculty of Economics and Islamic Business

State Islamic University of Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The decision to become a customer at a financial institution is a choice of action from two or more alternative choices made by a prospective customer after going through several considerations to subsequently decide to become a customer. The purpose of this study is to determine the effect of product knowledge, profit sharing and service ratios on the decision to become a customer at KSPPS BTM Banjarnegara Pungcelan Branch

This research is a field research using quantitative research analysis. The sample used in this study were 100 people. Data collection techniques used are questionnaires, observation and documentation. The test instrument used in this research is the validity test and reliability test. Methods of data analysis with multiple linear regression analysis method, determinant coefficient test (R^2) and hypothesis testing with t test and F test. Classical assumption test used is normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test

The results showed that (1) product knowledge had no significant effect on the decision to become a customer as evidenced by the value of t_{count} less than t_{table} ($-0.151 < 1.985$). (2) the profit sharing ratio has a significant effect on the decision to become a customer as evidenced by the value of t_{count} greater than t_{table} ($2,775 > 1,985$). (3) Service has no significant effect on the decision to become a customer t_{count} less than t_{table} ($0.312 < 1.985$). Simultaneously the variables of product knowledge, profit-sharing ratio and service have no significant effect on the decision to become a customer as evidenced by the value of f_{count} less than f_{table} ($2.685 < 2.70$)

Keywords: Product Knowledge, Profit Sharing Ratio, Service

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan garis 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	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. *Ta' marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	ḥikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة لفطر	Ditulis	<i>zakat al-fitṛ</i>
-----------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ā
	تنس	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan segala kerendahan hati saya persembahkan karya ini sebagai ungkapan terima kasih untuk :

1. Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayahNya dan telah memberikan kesempatan saya untuk senantiasa belajar.
2. Kedua orang tua, Alm. Bapak Amin Madya Prayitno dan Ibu Muktirin. Terima kasih karena selalu menjaga saya dalam doa-doa dan selalu memberikan motivasi untuk saya mengejar segala impian saya apapun itu serta memberikan cinta dan kasih sayang yang sangat luar biasa.
3. Semua keluarga besar yang selalu mendukung secara moril dan materil, terimakasih ketulusannya untuk saya menyelesaikan study ini.
4. Beny Maulana Mubarak S.Pd partner tersayang, terimakasih sudah memberikan semangat, motivasi dan selalu membantu dari mahasiswa baru sampai penulis menyelesaikan study.
5. Icha Khoerunnisa adik tercinta. Delia, Refina, Fatma, Arisa/Pipin, sahabat yang selalu menghibur, tidak bosan mendengarkan segala keluh kesah penulis dan selalu memotivasi agar bisa mencapai tujuan hidup penulis.
6. Dan semua yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan kalian semua.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, para sahabat dan *tabi'in* semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan semoga mendapat syafa'atnya di hari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan (studi pada Nasabah Simpanan Wadiah)”. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. K.H Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Hastin Tri Utami, SE., M.Si Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
8. Sulasih, S.E., M.Si, Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
11. Pihak yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, motivasi, dan bantuan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena itu kritik, saran, dan masukan yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	x
PERSEMBAHAN.....	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	10
B. Grand Teori	19
C. Kajian Teori	20
1. Pengetahuan Produk.....	20
2. Produk Simpanan.....	22
3. Nisbah Bagi Hasil	26
4. Kualitas Pelayanan.....	39
5. Keputusan Menjadi Nasabah	36
D. Kerangka Pemikiran.....	42
E. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	46
B. Tempat Penelitian	46
C. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	46

D. Variabel dan Indikator Penelitian	47
E. Sumber Data Penelitian	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data Penelitian	53
BAB IV	HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	59
1. Sejarah Singkat KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.....	59
2. Visi dan Misi KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.....	63
3. Tujuan KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan .	63
4. Landasan Hukum KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.....	63
5. Struktur Organisasi KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.....	63
6. Kantor Cabang	64
7. Produk-Produk KSPPS BTM Banjarnegara	64
B. Karakteristik Responden.....	66
1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	66
2. Karakteristik Berdasarkan Umur	67
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	67
4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	68
5. Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan	68
C. Hasil Penelitian	69
1. Teknik Analisis Data	66
2. Uji Asumsi Klasik.....	72
3. Analisis Regresi Linear Berganda	75
4. Uji Hipotesis	77
D. Hasil Pembahasan	82

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2.2	Perbedaan bunga dan bagi hasil	32
Tabel 3.1	Indikator Penelitian	48
Tabel 3.2	Skor skala likert.....	52
Tabel 3.3	Contoh Pernyataan.....	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	67
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	67
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan	68
Tabel 4.6	Uji Validitas.....	70
Tabel 4.7	Reliabilitas Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi hasil dan Pelayanan.....	71
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.10	Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.11	Output Perhitungan Menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.12	Hasil Uji t	78
Tabel 4.13	Uji F (simultan)	80
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Jawaban Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Hasil Beberapa Uji
- Lampiran 4. Foto Pengisian Kuesioner
- Lampiran 5. Foto Wawancara
- Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Muncul dan berkembangnya lembaga keuangan syariah di Indonesia seperti Bank Syariah, Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, Pasar Modal Syariah juga berdampak terhadap perkembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia. Perkembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia pada saat ini sangat pesat dan mempunyai peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, termasuk perkembangan koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS). Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan lembaga yang termasuk *baitul tamwil* karena terlahir dari *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). *Baitul Maal wat Tamwil* merupakan suatu lembaga yang mempunyai dua istilah, yaitu baitul mal dan baitul tamwil. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti zakat, infak, dan sedekah. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. KSPPS atau BMT sering disebut juga dengan balai usaha mandiri terpadu adalah lembaga keuangan mikro berbadan hukum koperasi yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan tujuan menyediakan permodalan bagi masyarakat usaha mikro dan kecil (Masyitoh, 2014).

Perkembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia juga berdampak terhadap minat organisasi keagamaan untuk mendirikan BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*). Salah satunya organisasi Muhammadiyah yang telah mendirikan sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang diberi nama *Baitul Tamwil Muhammadiyah* (BTM) yaitu lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai syariat Islam. Pada awal berdirinya BTM yakni bertujuan untuk membantu mengembangkan usaha kecil serta melayani kebutuhan keuangan bagi golongan ekonomi lemah

yang tidak terjangkau oleh bank umum. Lembaga yang akan memberikan layanan keuangan kepada masyarakat dan memberi solusi permodalan bagi sektor riil, yaitu bagi usaha kecil dan menengah seperti pedagang, petani, pegawai dan rekan-rekan koperasi dan juga menjadi perantara kerjasama antar *Shahibul Mal* (pemilik dana) dan *Mudarib* (pelaksana usaha) secara konsisten berperan aktif dalam pembangunan nasional (Syamsyah, 2019).

Dari sekian banyak *Baitul Tamwil Muhammadiyah* di Indonesia yang telah didirikan oleh organisasi Muhammadiyah, maka ada KSPPS BTM di Banjarnegara yang memiliki 6 cabang di antaranya, kantor cabang Kalibening, kantor cabang Wanayasa, kantor cabang Banjarnegara, kantor cabang Punggelan, kantor cabang Wanadadi dan kantor kas Mandiraja. Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) BTM di Banjarnegara melaksanakan usaha pemupukan modal melalui produk simpanan, tabungan nasabah, jasa pelayanan dan pemberian produk koperasi. Produk simpanan yang dijalankan oleh KSPPS BTM di Banjarnegara yaitu, simpanan wadiah, simpanan mudharabah biasa (SIMUSA), simpanan mudharabah masa depan (IMMADA), simpanan fitri dan simpanan berjangka.

KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan yang menjadi penelitian utama merupakan KSPPS BTM di Banjarnegara terbaik 2020 dalam penghargaan tahunan antar cabang KSPPS BTM di Banjarnegara, kategori jumlah dana simpanan terbanyak dan merupakan cabang terbaik dalam pengelolaan administrasi di bandingkan dengan cabang lainnya. Selain itu juga satu satunya koperasi pertama di Kecamatan Punggelan. KSPPS BTM Banjarnegara di Kecamatan Punggelan telah berdiri sejak 2003, meskipun pada waktu itu bernama koperasi serba usaha (KSU) dengan kegiatan yang dimulai dari pembiayaan kepada masyarakat yang memiliki usaha dan kepada pedagang pasar tradisional. Kemudian pada tahun 2009 sudah legal menjadi koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS).

Berikut jumlah nasabah pada tahun 2016-2020 di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan :

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pengguna Produk Simpanan

NO	Tahun	Jumlah Nasabah	Presentase
1	2016	3.903 Orang	-
2	2017	4.316 Orang	10%
3	2018	4.705 Orang	8%
4	2019	6.217 Orang	24%
5	2020	6.780 Orang	8%

Sumber : KSPPS BTM Banjarnegara 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui jumlah nasabah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan tahun 2016 sampai tahun 2020, dapat dideskripsikan bahwa setiap tahunnya mengalami penambahan jumlah nasabah namun tidak signifikan. Jumlah nasabah pada tahun 2016 sebanyak 3.903 nasabah. Jumlah nasabah tahun 2017 mengalami peningkatan 10% dari tahun sebelumnya dengan jumlah nasabah sebanyak 4.316 nasabah. jumlah nasabah tahun 2018 mengalami peningkatan 8% dari tahun sebelumnya dengan jumlah nasabah 4.705 nasabah. Jumlah nasabah tahun 2019 mengalami peningkatan 24% dari tahun sebelumnya dengan jumlah nasabah 6.217 dan jumlah nasabah tahun 2020 mengalami peningkatan 8% dari tahun sebelumnya dengan jumlah nasabah 6.780 nasabah.

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian yaitu: ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan yang diambil semakin mendekati tujuan tersebut (Maski, 2010). Keputusan menjadi nasabah merupakan suatu tindakan dari dua pilihan *alternative* atau lebih.

Alternative tersebut muncul ketika para nasabah sadar akan kebutuhan yang mereka hadapi dan memerlukan solusi untuk mengatasinya. Beberapa *alternative* muncul ke pikiran dan akan membentuk *evoked set* atau *set* pertimbangan yaitu suatu kumpulan produk atau merk yang mungkin dipertimbangkan oleh seseorang pelanggan dalam proses pengambilan keputusan (Sangadji, 2013:120).

Menurut Safitri (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah diantaranya yaitu pengetahuan produk perbankan, nisbah bagi hasil dan pelayanan. Pengetahuan produk sendiri meliputi merek, *terminology* produk, produk, atribut dan kepercayaan mengenai produk tersebut. Hal ini juga dijelaskan Widowati (2018) Pengetahuan produk merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Menurut Sumantri (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah adalah kualitas pelayanan yang diberikan suatu lembaga keuangan non bank maupun bank terhadap calon nasabah. pelayanan berkualitas sangat penting bagi perbankan dikarenakan pesaing antar perbankan dari setiap bank semakin ketat. Menurut Khasanah (2014) sistem bagi hasil atau nisbah bagi hasil merupakan salah satu faktor terpenting seseorang memutuskan menjadi nasabah di lembaga keuangan, karena semakin tinggi keuntungan bagi hasil yang diterima maka seseorang cenderung tertarik menggunakan jasa tersebut.

Pengetahuan produk atau *product knowledge* merupakan sekumpulan beberapa informasi yang terkait mengenai suatu produk (Yoesmanam, 2015). Pengetahuan ini sendiri menyangkut tentang kategori produk, merek produk dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan produk akan menjadi faktor yang digunakan untuk mempertimbangkan keputusan menabung. Calon nasabah yang mengetahui produk suatu lembaga keuangan dan mengetahui keuntungannya akan cenderung berminat untuk menggunakannya. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau digunakan jasanya sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler,

2003:54). Produk yang inovatif, kreatif dan menguntungkan akan menjadi pilihan bagi calon nasabah. KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan sendiri memiliki berbagai produk yang di tawarkan, seperti Simpanan Wadiah, Simpanan Mudharabah Biasa (SIMUSA), Simpanan Fitri, Investasi Mudharabah Biasa dan Deposito. Selain itu juga terdapat jenis pembiayaan modal usaha dan piutang.

Adapun jumlah anggota pengguna produk Simpanan di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Jumlah nasabah pengguna produk simpanan

NO	Nama PRODUK	JUMLAH NASABAH
1.	Simpanan Wadiah	4.209
2.	Simpanan Mudharabah Biasa (SIMUSA)	2.057
5.	Simpanan Berjangka	516

Sumber: BTM Banjarnegara, 2020

Dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan tahun 2020 mempunyai 3 produk simpanan dan ada 2 produk yang belum berjalan yaitu Simpanan Pendidikan dan Simpanan Fitri. Produk simpanan yang terdiri dari Simpanan Wadiah sebanyak 4.209 nasabah, Simpanan Mudharabah Biasa (SIMUSA) sebanyak 2.057 nasabah dan Simpanan Berjangka (Deposito) sebanyak 516 nasabah. kesimpulannya bahwa Simpanan Wadiah paling banyak diminati nasabah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan, hal tersebut karena simpanan wadiah merupakan merupakan titipan dana dari nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan kapanpun nasabah butuhkan.

Nisbah bagi hasil merupakan porsi pembagian, rasio pembagian keuntungan atau pendapatan yang disepakati antar pihak yang bekerjasama, yang biasanya berhubungan dengan bagi hasil usaha (Suwiknyo, 2009:186). Nisbah bagi hasil yang menguntungkan akan menjadi daya tarik nasabah untuk menggunakan jasa suatu lembaga keuangan. Sistem

bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukan perjanjian atau ikatan bersama didalam melakukan kegiatan usaha. Didalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Lembaga keuangan syariah melakukan pembagian hasil dengan mengedepankan prinsip *profit and loss sharing* (sistem bagi hasil dan resiko). Prinsip *profit and loss sharing* adalah laba neto yaitu laba bruto sudah dikurangi beban-beban yang berkaitan dengan pembiayaan mudharabah (Imammah, 2019). Sistem ini dikatakan sebagai konsep yang mempunyai unsur keadilan, dimana tidak ada suatu pihak yang diuntungkan sementara pihak lain dirugikan antara pemilik dana dan pengelola dana sehingga besarnya benefit yang diperoleh deposan sangat tergantung kemampuan KSPPS BTM Banjarnegara dalam menginvestasikan dana-dana. Menabung dilembaga keuangan syariah akan lebih relatif aman ditinjau dari perspektif Islam, karena akan mendapatkan keuntungan atau bagi hasil yang dihasilkan dari bisnis yang halal.

Hal ini memberi arti bahwa faktor bagi hasil sangat menentukan bagi calon nasabah dalam hal mengambil keputusan menabung di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan atau dengan semakin meningkat bagi hasil maka keinginan calon nasabah mengambil keputusan menabung semakin besar. Dalam prakteknya, KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan menerapkan sistem bagi hasil atau bonus dalam bentuk bingkisan/ parcel pada saat lebaran. Berdasarkan kesepakatan bersama, dan bagi hasil dalam bentuk ini juga salah satu strategi untuk menarik nasabah menggunakan produk simpanan. Sedangkan pada hari biasa simpanan di KSPPS BTM Banjarnegara menerapkan nisbah sesuai dengan keputusan bersama, yang biasa lembaga menerapkan yaitu nisbah 60:40.

Pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan (Alma, 2007:286). Sedangkan menurut Tjiptono (2007), pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya

dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2009), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan menerapkan pelayanan yang baik, dibuktikan dengan kemudahan dalam menjalankan transaksi pembiayaan/meminjaman modal bagi pelaku usaha, menanggapi nasabah dengan ramah dan juga memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah untuk menggunakan salah satu produknya. Bagi pelaku usaha kecil bisa mendapatkan pinjaman modal di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan karena prosedur yang diterapkan mudah dan sesuai ketentuan syariat islam.

Penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor pengetahuan produk, nisbah bagi hasil, dan pelayanan yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di lembaga keuangan bank maupun non bank menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti kadang tidak konsisten dengan penelitian yang serupa, hal ini dapat terjadi dimungkinkan karena perbedaan sampel, waktu, lokasi dan populasi yang diteliti. Contohnya, hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahidah (2019) menemukan bahwa variabel independen (pengetahuan produk) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Sedangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulana (2019) menemukan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fajriyati (2018) menunjukkan bahwa variabel nisbah bagi hasil tidak adanya pengaruh terhadap keputusan nasabah. Sedangkan penelitian

sebelumnya yang dilakukan oleh Anes (2019) menunjukkan variabel bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sumantri (2014) menemukan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Sedangkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Musqari (2018) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap keputusan nasabah.

Adapun alasan peneliti melakukan penelitian pada KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan karena menurut data yang peneliti diperoleh dan hasil wawancara dengan Ibu Ugi Wiranti selaku Manager cabang menyatakan bahwa banyaknya masyarakat yang menginginkan transaksi dengan sistem sesuai Syariat Islam menjadi peluang yang sangat besar bagi lembaga keuangan syariah dalam mendapatkan calon nasabah. Namun sayangnya karena calon nasabah belum mengetahui seperti apa produk tabungan dan sistem bagi hasil yang terdapat di KSPPS BTM Banjarnegara, dan juga Pemahaman yang rendah masyarakat salah satunya diakibatkan oleh kurangnya sosialisasi mengenai produk simpanan dan nisbah bagi hasil yang diterapkan, dengan demikian hal tersebut mempengaruhi minat dan keputusan calon nasabah dalam memilih menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Berdasarkan hasil identifikasi dan hasil riset gap penelitian sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan (studi pada Nasabah Simpanan Wadiah)”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan?
2. Apakah nisbah bagi hasil yang diterapkan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan?
3. Apakah pelayanan yang diterapkan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan?
4. Apakah pengetahuan produk, nisbah bagi hasil, dan pelayanan berpengaruh simultan terhadap keputusan menjadi nasabah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu :

- a. Mengetahui pengaruh pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.
- b. Mengetahui pengaruh nisbah bagi hasil yang diterapkan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan
- c. Mengetahui pengaruh pelayanan yang diterapkan terhadap keputusan menjadi nasabah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.
- d. Mengetahui pengaruh simultan pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan

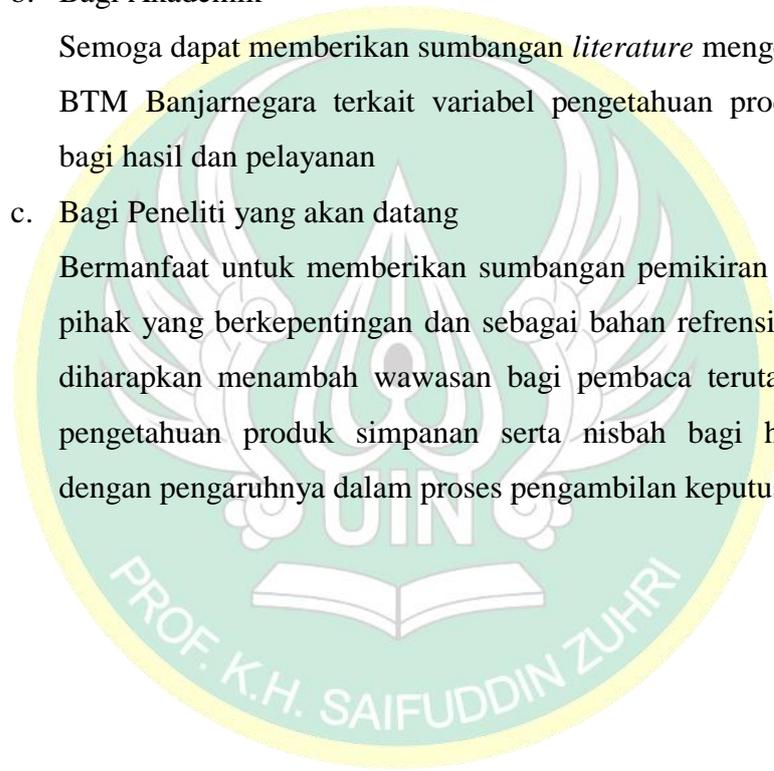
Hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat kepada Lembaga, khususnya mengenai pentingnya sosialisasi terhadap produk-produk simpanan dan nisbah bagi hasil serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan, sehingga dapat memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat selaku calon nasabah

b. Bagi Akademik

Semoga dapat memberikan sumbangan *literature* mengenai KSPPS BTM Banjarnegara terkait variabel pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Bermanfaat untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan sebagai bahan referensi yang dapat diharapkan menambah wawasan bagi pembaca terutama tentang pengetahuan produk simpanan serta nisbah bagi hasil terkait dengan pengaruhnya dalam proses pengambilan keputusan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan pengaruh pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan terhadap keputusan nasabah oleh beberapa peneliti antara lain sebagai berikut:

Jurnal Nurmala Dewi tahun 2015, yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung” Dari hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa, variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BTM Mentari Ngunut Tulungagung, variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BTM Mentari Ngunut Tulungagung, variabel pengetahuan produk dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menjadi nasabah pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung.

Jurnal Ayun Sekar Widowati 2018, yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung nasabah” Hasil dari penelitian menunjukkan : Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

Jurnal Maisur, 2015, Berjudul “Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas, dan kualitas Kelayanan terhadap keputusan Menabung nasabah Pada Bank syariah” Hasil penelitian

menunjukkan bahwa prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah.

Jurnal Bagja Sumantri, 2014, Berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah” Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

Jurnal Arief Firdy Firmansyah, 2019, Berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, dengan demikian diterimanya H1 maka variabel Pengetahuan Nasabah (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya. Selain itu juga didapat nilai koefisiensi Nasabah dan Kualitas Pelayanan sebesar 55,1%. Sedangkan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Jurnal Fajar Rezky Maulana, 2018, Berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil bahwa variabel pengetahuan produk dan word of mouth secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah dimana kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi $<0,05$. Kemudian secara simultan, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk dan word of

mouth memiliki pengaruh sebesar 51,5% terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah.

Jurnal Erinda Resti ,2021, Berjudul “Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6)” Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan dengan proporsi motivasi menghindari riba (X1) dan pengetahuan produk perbankan syariah (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar 75,2%. Sedangkan untuk pengujian parsial motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah diketahui bahwa motivasi menghindari riba (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan. Variabel kedua pengetahuan produk perbankan syariah (X2) juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia (Ex. Bank Syariah Mandiri KCP Palembang).

Jurnal Harish Muhammad Ramadhani, 2021, Berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan mahasiswa berdomisili Tangerang Selatan menjadi nasabah pada Perbankan.

Jurnal Muhammad Fajar Fahrudin, 2015, Berjudul “Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya” Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Bank Mandiri Surabaya. Namun, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Bank Mandiri Surabaya. Temuan penelitian ini menunjukkan

bahwa Bank Mandiri Surabaya harus memperhatikan kualitas layanan dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan tabungan mereka.

Jurnal Yulika Khasanah, 2014, Berjudul “Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon (Penelitian Survei Terhadap Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon)” Hasil penelitian ini menunjukkan sistem bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank di kota Cirebon, hal tersebut penilaian masyarakat terkait bagi hasil di kota Cirebon sangat baik.

Berdasarkan uraian diatas, akan dijelaskan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan tahun penelitian	judul	Perbedaan	Persamaan
1	Nurmala Dewi, 2015	Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut Tulungagung	<p>a. Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini di BTM Mentari Ngunut Tulungagung, penelitian penulis di KSPPS BTM Banjarnegara</p> <p>b. Jumlah variabel independen, penelitian ini jumlah</p>	<p>a. Penelitian ini sama-sama meneliti variabel dependen (Keputusan Nasabah)</p> <p>b. Variabel independen pada penelitian ini sama sama tentang Pengetahuan Produk dan Nisbah Bagi Hasil.</p>

			<p>variabel independen 2 yaitu (Pengetahuan Produk dan Nisbah Bagi Hasil), penulis meneliti 3 variabel dependen (Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan)</p>	
2	Ayun Sekar Widowati, 2018.	<p>Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah.</p>	<p>a. Variabel independen pada penelitian ini terdapat variabel Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah.</p>	<p>a. Penelitian ini sama-sama meneliti variabel independen Pengetahuan Produk. b. Variabel dependen ini sama-sama tentang Keputusan Nasabah.</p>
3	Maisur, Muhammad Arfan dan Shabri,	<p>Pengaruh Prinsip Bagi Hasil,</p>	<p>a. Variabel Independen</p>	<p>a. Penelitian ini sama-sama</p>

	2015.	Tingkat Pendapatan, Religiusitas, dan kualitas Kelayanan terhadap keputusan Menabung nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh.	pada penelitian ini terdapat variabel Tingkat Pendapatan dan Religiusitas. b. Lokasi penelitian ini berbeda, penelitian ini pada Bank Syariah Banda Aceh, penelitian penulis pada KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.	meneliti variabel independen Bagi Hasil b. Variabel dependen ini sama-sama tentang Keputusan Menabung
4	Bagja Sumantri, 2014.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah	Dalam Penelitian ini tidak terdapat Variabel Independen Bagi hasil dan pengetahuan produk perbankan.	a. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan yaitu meneliti variabel independen pelayanan b. Variabel dependen

				dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan
5	Arief Firidy Firmansyah, 2019	Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah	Dalam penelitian ini tidak ada Variabel independen nisbah bagi hasil.	<p>a. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan yaitu meneliti variabel independen pelayanan</p> <p>b. Variabel dependen dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan</p>
6	Fajar Rezky Maulana, 2018	Pengaruh Pengetahuan Produk dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank	Dalam penelitian ini variabel yang di teliti pengetahuan produk dan word of mouth, tidak terdapat variabel pelayanan dan	a. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan yaitu meneliti variabel independen pengetahuan

		Syariah	nisbah bagi hasil	produk b. Variabel dependen dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan
7	Erinda Resti ,2021	Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6)	Dalam penelitian ini variabel yang diteliti motivasi dan pengetahuan produk, tidak ada variabel pelayanan dan nisbah bagi hasil	a. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan yaitu meneliti variabel independen pengetahuan produk b. Variabel dependen dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan
8	Harish Muhammad Ramadhani, 2021	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi,	Dalam penelitian ini tidak meneliti variabel nisbah bagi hasil dan	a. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan

		Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank	pengetahuan produk	yaitu meneliti variabel independen pelayanan b. Variabel dependen dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan
9	Muhammad Fajar Fahrudin, 2015	Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya	Dalam penelitian ini tidak meneliti variabel pengetahuan produk dan nisbah bagi hasil	a. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan yaitu meneliti variabel independen pelayanan b. Variabel dependen dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan.
10	Yulika Khasanah, 2014	Pengaruh Sistem Bagi Hasil	Dalam penelitian ini tidak meneliti	a. Dalam penelitian ini

	Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon (Penelitian Survei Terhadap Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon)	variabel pengetahuan produk dan pelayanan	terdapat kesamaan yaitu meneliti variabel independen bagi hasil b. Variabel dependen dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan
--	---	---	---

B. Grand Teori

Grand Theory (teori besar) dalam penelitian ini adalah ilmu manajemen pemasaran Bank Syariah. Menurut Kotler dan Amstrong, pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan. Hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan memiliki karakteristik sendiri. Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, produk yang diperjual belikan merupakan jasa keuangan. Untuk menarik nasabah agar menggunakan jasanya faktor utama yang perlu diperhatikan adalah produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan calon nasabah, pelayanan yang diberikan memuaskan dan bagi hasil yang didapatkan menguntungkan. Hal ini juga dijelaskan Safitri (2017) bahwa pengetahuan seseorang mengenai produk dan jasa, nisbah bagi hasil atau keuntungan yang didapatkan merupakan faktor yang

mempengaruhi seseorang memutuskan menjadi nasabah. Seseorang yang mengetahui suatu produk dan kegunaannya akan cenderung tertarik menggunakan jasa tersebut. Pelayanan yang memuaskan nasabah baik dari segi fasilitas yang diberikan maupun bukti fisik seperti keramahan pegawai menjadi penarik minat masyarakat memutuskan menjadi nasabah. Sebagaimana diketahui bank konvensional maupun bank-bank syariah merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam penyedia jasa keuangan, maka kualitas pelayanan jasa kepada konsumen merupakan salah satu faktor penting sukses atau tidaknya perusahaan dalam memasarkan jasanya kepada nasabah (Hessel,2005).

C. Kajian Teori

1. Pengetahuan Produk

Menurut Nittissusastro (dalam Lubis, 2012) *Product knowledge* (pengetahuan produk) memiliki peran penting dalam meneliti perilaku pemakaian suatu produk. Konsumen perlu mengetahui karakteristik suatu produk yang akan dipakai, apabila konsumen kurang memahami informasi tentang karakteristik suatu produk, konsumen bisa salah mengambil keputusan. Pengetahuan produk juga diartikan sebagai kumpulan informasi mengenai suatu produk. Pengetahuan itu meliputi kategori produk, terminologi produk, merk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan terhadap produk.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk merupakan semua informasi yang disimpan dalam ingatan nasabah tentang berbagai macam produk dan jasa atau layanan, pengetahuan lain terkait produk atau jasa, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya nasabah. Pengetahuan calon nasabah mengenai produk bisa didapat dari anggota keluarga, teman, atau orang lain yang sudah menggunakan produk atau informasi yang didapat dari promosi yang dilakukan lembaga, baik melalui brosur, media cetak maupun media internet sehingga calon

anggota dapat mengetahui produk-produk simpanan yang tersedia dan bagaimana penerapan bagi hasilnya.

Peter dan Olson membagi pengetahuan produk menjadi empat Indikator, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk dan kepercayaan mengenai produk (Firmansyah, 2018: 69), yakni :

a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Elemen penting dalam strategi pemasaran adalah ciri-ciri Produk, karena konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau ciri atau atribut produk tersebut. Konsumen mempunyai tingkat pengetahuan produk yang berbeda-beda. Pengetahuan ini meliputi kelas produk, bentuk produk, merek, dan model atau fitur produk. Dari sudut pandang kognitif, maka dapat dipertanyakan apakah konsumen memiliki pengetahuan ciri tersebut dalam ingatannya dan apakah konsumen memang mengaktifkan serta menggunakan pengetahuan tersebut tentang suatu produk.

b. Pengetahuan tentang manfaat produk

Konsumen sering berfikir tentang manfaat yang didapatkannya setelah membeli atau menggunakan suatu produk. Konsumen akan mendapatkan dua manfaat setelah menggunakan suatu produk, yaitu manfaat fungsional dan manfaat psikososial (yang menyangkut perasaan, emosi, dan suasana hati). Pengetahuan mengenai manfaat suatu produk penting bagi konsumen karena akan mempengaruhi keputusan pembelian.

c. pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk

Sebelum membeli atau menggunakan suatu produk seorang konsumen tentu akan mempertimbangkan tingkat kepuasan yang akan didapatkan dari produk tersebut. Hal tersebut tentu akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

d. Pengetahuan tentang kategori produk secara umum

Konsumen yang akan menggunakan suatu produk atau jasa memiliki kepercayaan mengenai produk tersebut apapun konsekuensinya. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan produk mana yang akan digunakan.

Menurut Sumarwan, ketika konsumen memiliki pengetahuan lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih cepat dalam mengolah informasi dan mampu megambil informasi dengan baik. Pengetahuan sangat penting bagi manusia dengan pengetahuan yang dimilikinya manusia akan tahu mana yang benar mana dan yang salah, semakin luas pengetahuan manusia, semakin luas pula pemikiran seseorang tentang suatu hal. Pengetahuan yang lebih mengenai produk dan bagi hasil sangat diperlukan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan. Dalam hal ini adalah produk simpanan wadiah. Oleh karena itu produk yang inovatif dan bagi hasil yang menguntungkan dapat mempengaruhi calon nasabah dalam keputusannya untuk menabung.

2. Produk Simpanan

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah “sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Sunyoto,2014:69). Produk dalam lembaga keuangan merupakan produk berupa jasa yang digunakan nasabah sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Produk jasa dapat diartikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun melainkan membantu seseorang untuk mencapai sebuah tujuan.

Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada suatu lembaga keuangan dalam bentuk giro, deposito

berjangka, sertifikat deposito, tabungan atau yang dapat dipersamakan dengan itu (Kasmir,2022:288). Simpanan nasabah di KSPPS BTM Cabang Punggelan penyetoran dan pengambilannya dapat dilakukan sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan sedangkan simpanan berjangka atau deposito penyetoran dilakukan sekali dan pengambilan dapat dilakukan sewaktu-waktu sesuai perjanjian antara KSPPS BTM dengan nasabahnya.

Penghimpunan dalam KSPPS BTM diperoleh dari simpanan dana yang dipercayakan oleh nasabah untuk disalurkan sektor produktif dalam bentuk pembiayaan. Simpanan ini dapat berbentuk tabungan wadiah, simpanan mudharabah jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan masyarakat menyimpan uang biasanya adalah keamanan uangnya. Kemudian untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh laba dari hasil simpanannya. Selain itu untuk mempermudah melakukan transaksi pembayaran.

Produk simpanan dibagi menjadi dua bagian berdasarkan prinsipnya, yaitu simpanan dengan prinsip wadiah dan simpanan dengan prinsip mudharabah

a. Simpanan Wadi'ah

Wadi'ah dalam fiqh berarti titipan, juga diartikan *i'tha'u al-mal liyahfadzahu wa fi qobulihi* yaitu memberikan harta untuk dijaga sebagai amanat bagi orang yang menerimanya dan wajib mengembalikan pada waktu pemilik meminta (Suwiknyo, 2010:295). Simpanan wadi'ah merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad wadi'ah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu waktu (Karim,2004:291).

Wadi'ah dipraktikkan pada lembaga keuangan islam yang menggunakan sistem syariah, seperti KSPPS BTM yang mengartikan wadi'ah sebagai titipan murni dari satu pihak kepihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja penitip kehenaki. Al-Wadiah juga bersifat

percaya mempercayai kepada pihak penyimpan untuk bersedia menyimpan dan menjaga keselamatan dana yang dititipkan. Landasan hukum, firman Allah dalam QS An-Nisa: 58.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan), kepada yang berhak menerimanya...”(An-Nisa’:58).

Dalam firman Allah SWT di atas dijelaskan bahwa amanah harus disampaikan pada orang yang berhak menerima amanah tersebut misalnya amanah yang diberikan pada orang-orang yang dapat dipercaya dalam pemberian amanah tersebut harus dilakukan secara adil.

Wadi’ah terdiri dari dua jenis yaitu wadi’ah yad amanah dan wadi’ah yad adh-dhamanah.

- 1) *Wadi’ah yad amanah* yaitu pihak yang menerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang atau benda sehingga orang/bank yang dititipi hanya berfungsi sebagai penjaga barang tanpa memanfaatkannya. Sebagai konsekuensinya yang menerima titipan dapat saja mensyaratkan adanya biaya penitipan. Praktik semacam ini dalam perbankan berlaku akad *save deposit box* atau kotak penitipan (Ridwan, 2004: 107-108).
- 2) *Wadi’ah yad adh-dhamanah* yaitu penitipan barang/uang di mana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang/uang titipan (Wirdiyarningsih, 2005: 125). Praktik wadi’ah semacam ini dalam perbankan diterapkan dalam bentuk tabungan dan giro.

b. Simpanan Mudharabah

Mudharabah merupakan suatu bentuk kerja sama dalam lapangan ekonomi. Mudharabah yaitu perjanjian antara pemilik modal dengan pengelola dimana pemilik modal bersedia membiayai sepenuhnya suatu usaha dan pengelola setuju untuk mengelolanya dengan pembagian hasil sesuai dengan kesepakatan. Pemilik modal tidak ikut dalam pengelolaan usaha namun tetap diperbolehkan memberikan usulan dan pengawasan. Apabila usaha yang dijalankan mengalami kerugian, maka kerugian tersebut ditanggung pemilik modal, terkecuali apabila kerugian tersebut terjadi karena penyelewengan atau penyalahgunaan pengelola (Soemitro,1993:11). Mudharah merupakan prinsip bagi hasil ketika pemili modal atau shohibul maal menyerahkan uangnya kepada lembaga keuangan sebagai pengelola atau mudharib untuk di manfaatkan sebagai modal usaha produktif. pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam nisbah dan lembaga keuangan syariah tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan. Besar kecilnya nisbah bagi hasil masing-masing tidak diatur dalam syariah, tetapi tergantung kesepakatan semua pihak. Landasan hukum, firman Allah dalam QS Al- Jumu'ah ayat 10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia Allah SWT dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. “(al-Jumu’ah:10).

Ayat tersebut telah menganjurkan kepada kita untuk melakukan usaha untuk mencari rezeki dimuka bumi. Melakukan usaha dengan sikap pantang menyerah agar rizki yang diberikan selalu membawa keberkahan.

Dalam praktiknya *muḍhārabah* terbagi dalam dua jenis, yaitu *muḍhārabah muthlaqah* dan *muḍhārabah muqayyad*.

- 1) *Muḍhārabah Muthlaqah* merupakan transaksi yang sifatnya mutlak dimana shahibul maal tidak menetapkan restriksi atau syarat-syarat tertentu kepada mudharib (Susana,2011). Bentuk kerja sama antara shohibul maal dan mudharib cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh sfesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqh ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma syi'ta* (lakukanlah sesukamu) dari shahibul maal ke mudharib yang memberi kekuasaan sangat besar.
 - 2) *Muḍhārabah Muqayyadah* yaitu pemilik dana menentukan syarat dan pembatasan kepada pengelola dan penggunaan tersebut dengan jangka waktu, tempat, jenis usaha dan sabagainya (Dauly,2017). Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum shahibul maal dalam memasuki jenis dunia usaha.
3. Nisbah Bagi Hasil
- a. Nisbah

Nisbah atau yang dalam Bahasa arab *Nisbat* merupakan rasio pembagian keuntungan antara pemilik dana dengan pengelola dana (Alinda,2016). Rasio pembagian bagi hasil yang akan diterima setiap pihak yang melakukan kerjasama usaha sesuai nisbah yang tertuang dalam akad persetujuan kedua belah pihak. Nisbah ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima kedua belah pihak atas yang bermudharabah. Nisbah keuntungan inilah yang mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak

mengenai cara pembagian keuntungan, adapun nisbah bagi keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk *prosentase* antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal tertentu.

Besarnya nisbah bagi hasil akan dipengaruhi oleh pertimbangan kontribusi masing-masing pihak dalam bekerja sama (*share and parthership*) dan prospek perolehan keuntungan (*expected return*) serta tingkat risiko yang mungkin terjadi (*expected risk*). Penentuan besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan, tetapi dalam prakteknya, tawar menawar nisbah antara pemilik modal dengan bank syariah terjadi bagi investor dengan jumlah besar, karena mereka memiliki daya tawar yang tinggi. Menurut Adiwarmanto (dalam Risal, 2019) hal-hal yang berkaitan dengan nisbah bagi hasil yaitu :

1) Prosentase

Nisbah harus didasarkan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nominal rupiah tertentu. Nisbah keuntungan ini misalnya, 50:50, 70:30, dan 60:40. Jadi nisbah keuntungan ditentukan atas kesepakatan, bukan berdasarkan porsi setoran modal.

2) Pembagian Keuntungan

Bila dalam akad mudharabah ini mendapat kerugian, pembagian kerugian itu bukan berdasarkan atas nisbah, tetapi berdasarkan porsi modal masing-masing pihak. Itulah alasan mengapa nisbah disebut sebagai nisbah keuntungan, bukan nisbah saja, karena nisbah 50:50 itu hanya diterapkan bila bisnisnya untung. Bila bisnisnya rugi, kerugian itu harus dibagi berdasarkan porsi masing-masing pihak, bukan berdasarkan nisbah.

3) Manfaat

nasabah akan mendapatkan manfaat dari bagi hasil yang diterima yang berupa investasi halal sehingga nasabah yang

melakukan transaksi akan merasa aman dengan sistem bagi hasil yang diberikan. Hal ini karena sistem bagi hasil merupakan pembagian keuntungan yang menjauhi perbuatan riba.

4) Menentukan Besarnya Nisbah

Besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berakad. Jadi, angka besaran nisbah sebagai hasil tawar-menawar antara *shahibul māl* dan *mudharib*.

5) Cara Penyelesaian Kerugian

Jika terjadi kerugian, cara penyelesaian diambil terlebih dahulu dari keuntungan, karena keuntungan merupakan perlindungan dari modal. Kemudian bila kerugian melebihi keuntungan, baru diambil dari pokok modal.

b. Bagi Hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (bahasa Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. Menurut kamus ekonomi *profit sharing* berarti pembagian laba. Namun secara definisi *profit sharing* merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan (Muhammad,2001:67). Pembagian laba dalam didistribusikan dalam bentuk bonus akhir tahun, prestasi dan lain-lain yang akan dihitung setiap bulan atau periode. Berapapun tingkat pendapatan itu yang kemudian didistribusikan kepada nasabah.

Bagi hasil adalah sistem pembagian hasil usaha dimana pemilik modal bekerjasama dengan pemilik usaha untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menghasilkan keuntungan maupun kerugian ditanggung bersama (Hisamuddin,2015).

Lembaga keuangan Mikro Syariah berdasarkan pada prinsip *profit and loss sharing* (bagi untung dan bagi rugi). KSPPS

BTM sendiri tidak membebankan bunga, melainkan mengajak partisipasi dalam bidang usaha yang didanai. Para deposan juga sama-sama mendapat bagian dari keuntungan bank sesuai dengan rasio yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian ada kemitraan antara lembaga keuangan dengan para anggota disatu pihak dan antara lembaga keuangan dengan para anggota investasi sebagai pengelola sumber dana para deposan dalam berbagai usaha produktif di pihak lain.

c. Mekanisme Nisbah Bagi Hasil

Dalam praktiknya, mekanisme perhitungan bagi hasil dapat didasarkan pada dua cara yaitu dengan cara sebagai berikut (Wahab,2016) :

1) *Profit sharing* (Bagi Laba)

Dalam kamus ekonomi *profit* dapat diartikan sebagai laba. Namun secara istilah *profit* adalah perbedaan yang timbul akibat total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*). Dalam kegiatan perbankan syariah istilah *profit sharing* yang sering dipakai adalah *profit and loss sharing*, dimana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah diperoleh. *Profit sharing* adalah perhitungan bagi hasil yang didasarkan pada laba dari pengelola dana, yaitu pendapatan usaha dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut. Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk kerjasama antara pemodal dan pengelola modal dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana keduanya akan terikat kontrak bahwa didalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi.

Kerugian bagi pemodal adalah tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak mendapatkan upah/hasil dari jerih payahnya atas kerja yang telah dilakukannya. Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha.

Jadi, dalam sistem *profit dan loss sharing* jika terjadi kerugian maka pemodal tidak akan mendapatkan pengembalian modal secara utuh, sedang bagi pengelola tidak akan mendapat upah dari kerjanya. Sedangkan keuntungan yang akan dibagikan adalah seluruh pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya operasional selama proses usaha.

2) *Revenue Sharing* (bagi pendapatan)

Revenue Sharing terdiri dari dua suku kata berasal dari bahasa inggis *Revenue* berarti penghasilan, hasil, atau pendapatan, sedangkan kata *sharing* merupakan kata kerja dari kata *share* yang berarti bagi. Jadi secara bahasa *revenue sharing* adalah pembagian hasil, penghasilan, dan pendapatan. Yaitu perhitungan bagi hasil yang mendasarkan pada *revenue* (pendapatan) dari pengelola dana, yaitu pendapatan usaha sebelum dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut. Dalam kamus ekonomi *revenue* adalah hasil uang yang diterima oleh perusahaan dari penjualan barang atau jasa.

Dalam perbankan pengertian *revenue* adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil penyaluran dana atau penyediaan jasa oleh bank. Sedangkan dalam perbankan syariah, *revenue* adalah hasil yang diterima oleh bank dari

penyeluran dan (investasi) kedalam bentuk aktiva produktif, yaitu penempatan dana bank kepada pihak lain. Lebih jelasnya Revenue sharing dalam arti perbankan adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

d. Perbedaan Bunga Dan Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan pembeda antara Lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Perbedaan antara sistem ekonomi islam dengan sistem ekonomi konvensional adalah terletak pada penerapan bunga. Dalam ekonomi islam, bunga dikatakan sebagai riba yang diharamkan oleh syariat islam. Sehingga dalam ekonomi yang berbasis syariah, bunga tidak diterapkan dan sebagai gantinya diterapkan sistem bagi hasil.

Lembaga keuangan syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslimin menarik atau membayar bunga (riba). Pelarangan inilah yang membedakan sistem lembaga keuangan syariah dengan sistem lembaga keuangan konvensional. Meski keduanya memberikan keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempunyai perbedaan yang sangat nyata. Hal ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 2.2
Perbedaan bunga dan bagi hasil

Bunga	Bagi Hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi

Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
Jumlah pembayaran bunga tidak mengingatkan sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang “booming”	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan
Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk islam	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

(Sumber : Saputri,2019)

Dalam penentuan bunga ataupun rasio bagi hasil, sistem bunga dan bagi hasil sama-sama dilakukan pada awal akad. Namun perbedaan antara bunga dan bagi hasil adalah sistem bunga berasumsi harus selalu untung. Jadi terdapat asumsi bahwa pemakaian dana akan mendapatkan untung. Sedangkan nisbah bagi hasil berpedoman terhadap kemungkinan untung dan rugi. Karena ada kalanya suatu transaksi akan mengalami keuntungan maupun kerugian didalamnya.

Perbedaan penentuan besaran bunga dan bagi hasil yang paling mudah dilihat terletak pada proses penentuan besaran keduanya. Bunga ditentukan dalam bentuk persentase berdasarkan besaran jumlah uang (modal) yang dipinjamkan, sementara bagi hasil ditentukan dalam bentuk rasio (perbandingan) berdasarkan jumlah keuntungan yang diperoleh. Artinya dalam menentukan jumlah presentase keuntungan dalam sistem bunga telah

ditentukan besarnya berdasarkan bunga pasar (*market invest rate*), sementara sistem bagi hasil lebih didasarkan atas kontribusi masing-masing pihak akan keuntungan dan tingkat resiko yang mungkin terjadi. Perbedaan besarnya pendapatan dan jumlah pembayaran perbedaan bunga dan bagi hasil juga terletak pada besarnya pendapatan yang diperoleh dari keduanya. pada sistem bunga, pendapatan yang diperoleh akan bersifat statis, artinya meski usaha yang dibiayai merugi, utang tetap memiliki bunga yang tetap. Sementara pada sistem bagi hasil, pendapatan yang diperoleh akan bersifat dinamis atau bisa berubah-ubah, artinya jika usaha yang dibiayai memperoleh keuntungan kecil, maka besarnya pendapatan bagi hasil akan kecil, begitupun jika usaha yang dibiayainya memperoleh keuntungan yang lebih besar, maka besarnya pendapatan bagi hasil pun akan semakin besar.

Berdasarkan eksistensinya, perbedaan bunga dan bagi hasil juga sangat tampak. Eksistensi bunga sangat diragukan, bahkan hingga dikecam oleh beberapa kalangan, terutama oleh kalangan Islam, sementara pada sistem bagi hasil tidak ada yang meragukan eksistensi keabsahannya, karena berlandaskan syariat islam. KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan tidak membebankan bunga melainkan mengajak berpartisipasi dalam bidang usaha yang dialami, sehingga terdapat hubungan kemitraan diantara keduanya.

4. Pelayanan

a. Pelayanan

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyelesaikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain. Sedangkan menurut istilah diantaranya, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang secara langsung (Monier,2007:17). Pelayanan merupakan semua tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu

pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan di sini Menurut Kotler (dalam Sumantri, 2014) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, di mana pelayanan merupakan perilaku seseorang dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang lainnya demi tercapainya kepuasan. Bagi suatu perusahaan khususnya perusahaan dibidang jasa, kualitas pelayanan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Sehingga bagi perusahaan jasa sangatlah penting untuk mengatur strategi bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen dapat tercipta.

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sering. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra bahwa komponen jasa dan layanan memainkan peran strategik dalam setiap bisnis (Tijjono,2011:175). Suatu perusahaan dapat dikatakan sukses ketika pelayanan yang diberikan baik dan memenuhi standar pelayanan , oleh karena itu jumlah pelanggan sangat dipengaruhi pelayanan pada sebuah perusahaan.

kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi tingkat keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.

b. Indikator Mengukur Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2005:70) yang dikutip dalam (Sunyoto, 2018) mengatakan bahwa dimensi kualitas terdiri dari lima dimensi yaitu :

- 1) *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.
- 2) *Responsiveness* (daya tangkap) yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan kepada nasabah, keinginan karyawan untuk membantu para nasabah (misal: *customer service* memberikan informasi seperti yang diperlukan nasabah, serta adanya karyawan pada jam-jam sibuk).
- 3) *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff, bebas dari bahaya, risiko, dan keraguan.
- 4) *Empaty* (kepedulian) yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memberikan kebutuhan bagi nasabah. Hal ini berkaitan dengan perhatian atau kepedulian karyawan kepada pelanggan, misal untuk menemui karyawan senior. Kemudahan mendapatkan layanan berkaitan dengan banyaknya outlet, kemudahan mendapat informasi melalui telepon. Kepedulian mendapatkan karyawan terhadap masalah yang dihadapinya.
- 5) *Tangibles* (bukti fisik) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi

peyanan, fasilitas fisik seperti gedung, ruang tempat layanan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, tempat parkir yang merupakan salah satu segi dalam kualitas jasa karena akan memberikan sumbangan bagi konsumen yang memerlukan layanan perusahaan. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan pada kecepatan dan ketepatan layanan.

5. Keputusan Menjadi Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Menurut Kotler (2002) dalam Sufitrayati (2018) mengemukakan bahwa keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Ketika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu maka perilaku tersebut bukan termasuk keputusan.

Keputusan juga diartikan sebagai suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Pengambilan keputusan (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Maski,2010).

b. Proses Keputusan Pembelian

Pada umumnya, dalam melakukan pembelian konsumen melalui lima tahap dari proses pembelian (Sumarni, 2002) yaitu:

1) Pengenalan Kebutuhan

Pembeli ingin melakukan pembelian setelah merasakan adanya kebutuhan dan kebutuhan ini bisa timbul dari stimuli internal dan eksternal. Rasa lapar, haus bisa muncul tiba-tiba dari dalam diri seseorang manakala ia melewati warung makan. Hal ini didorong oleh stimuli internal. Sedangkan jika seseorang berkeinginan menabung di suatu bank setelah membaca iklan tabungan hadiah dari bank tersebut, maka ini merupakan stimuli eksternal. Pemasar harus dapat mengidentifikasi stimuli yang paling sering menimbulkan minat pembeli.

2) Pencarian Informasi

Seorang calon pembeli aktif mencari informasi mengenai suatu produk/jasa apabila dipicu oleh keinginan yang kuat untuk membeli produk/jasa tersebut. Sumber informasi yang dapat digunakan calon pembeli adalah:

- Sumber pribadi: Keluarga, teman, tetangga.
- Sumber komersial : Wiraniaga, iklan, penyalur, pajangan.
- Sumber publik : Media massa, lembaga konsumen.
- Sumber pengalaman: Pemakaian pribadi, pemeriksaan pribadi.

3) Evaluasi Alternatif

Model proses evaluasi pembeli berorientasi secara kognitif yakni, mereka menganggap bahwa sebagian besar pembeli melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional. Konsumen/nasabah akan berupaya untuk memuaskan suatu kebutuhan dan ia akan mencari manfaat (*benefit*) tertentu dari produk/jasa tersebut. Konsumen/nasabah memandang bahwa,

produk/jasa mengandung kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat.

4) Keputusan Pembeli

Setelah melalui tahap evaluasi terhadap beberapa alternatif merk atau nama bank maka tiba gilirannya konsumen membentuk minat pembelian untuk memilih Bank yang paling disukai. Dalam hal ini terdapat dua faktor yang turut berperan dalam minat pembelian dan keputusan pembelian.

5) Perilaku Sesudah Pembelian (Purna Beli)

Tugas pemasaran bank tidak berhenti pada saat transaksi telah terjadi tetapi harus memantau perilaku nasabah setelah pembelian atau purna beli. Sekali lagi, kepuasan nasabah akan dipengaruhi oleh harapannya dan prestasi yang diterima dari jasa bank yang dibelinya. Jika jasa bank tidak memenuhi harapan maka nasabah akan tidak puas dan apabila jasa bank memenuhi harapan maka nasabah merasa puas dan jika melebihi harapan, nasabah menjadi sangat puas.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kotler (2005) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut (Indrasari, 2019)

1) Faktor Budaya

Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam. Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Sub budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Sedangkan kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarki dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak hanya

mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan wilayah tempat tinggal.

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta peran dan status sosial masyarakat.

a) Kelompok Acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri atas semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut. Kelompok acuan mempengaruhi pendirian dan konsep pribadi seseorang karena individu biasanya berhasrat untuk berperilaku sama dengan kelompok acuan tersebut.

b) Keluarga

Keluarga sendiri biasanya menjadi sumber orientasi dalam perilaku. Anak akan cenderung berperilaku sama dengan orang tua saat mereka melihat perilaku orang tua mereka mendatangkan manfaat atau keuntungan.

c) Peran dan status dalam masyarakat

Peranan adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekelilingnya. Sedang status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dijalankan. Setiap individu dan status yang disandangnya akan mempengaruhi perilakunya.

3) Faktor Pribadi

Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Individu dalam membeli barang atau jasa biasanya disesuaikan dengan perubahan usia mereka. Pola konsumsi yang terbentuk juga berbeda antara individu-individu yang usianya berbeda.

b. Pekerjaan Pekerjaan

Individu tentunya ikut mempengaruhi perilaku pembelian individu. Penghasilan yang mereka peroleh dari pekerjaannya itulah yang menjadi determinan penting dalam perilaku pembelian mereka.

c. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang sebagaimana tercermin dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup akan sangat mempengaruhi pola tindakan dan perilaku individu.

d. Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama. Faktor-faktor tersebut terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan.

a. Motivasi Motivasi adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong sesuatu bertindak.

b. Persepsi Disamping motivasi mendasari seseorang untuk melakukan keputusan pembelian maka akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan.

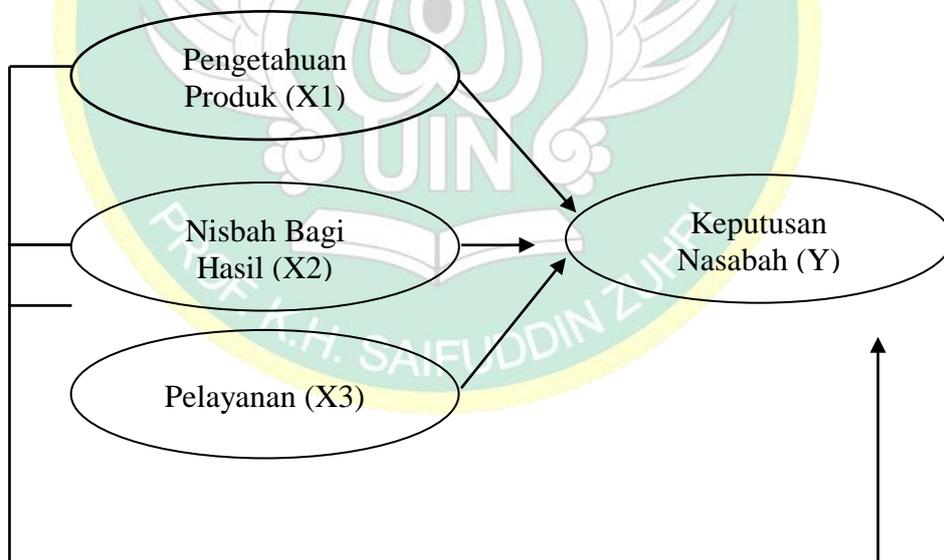
c. Pembelajaran Pembelajaran adalah suatu proses, yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima (mungkin didapatkan dari

membaca, diskusi, observasi, berpikir) atau dari pengalaman sesungguhnya, baik informasi terbaru yang diterima maupun pengalaman pribadi bertindak sebagai feedback bagi individu dan menyediakan dasar bagi perilaku masa depan dalam situasi yang sama.

- d. Keyakinan dan Sikap Keyakinan adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan suka atau tidak suka, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang pada sebuah obyek atau ide.

D. Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian diatas maka pengaruh pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan dapat digambarkan dalam pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Berpikir

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian atau jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiono, 2017:118). Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

1. Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi Nasabah

Menurut Nittissusastro (Lubis, 2012) *Product knowledge* (pengetahuan produk) memiliki peran penting dalam meneliti perilaku pemakaian suatu produk. Konsumen perlu mengetahui karakteristik suatu produk yang akan dipakai, apabila konsumen kurang memahami informasi tentang karakteristik suatu produk, konsumen bisa salah mengambil keputusan. Pengetahuan produk juga diartikan sebagai kumpulan informasi mengenai suatu produk. Pengetahuan itu meliputi kategori produk, terminologi produk, merk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan terhadap produk.

Hasil penelitian yang dilakukan Rahnad Husni dan Santi Arafah (2020) menemukan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BNI Syariah. Hasil penelitian yang dilakukan Ivany Rachmawati (2017) menemukan bahwa variabel pengetahuan produk mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BRI Syariah Surabaya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Kholila (2018) menemukan bahwa pengetahuan produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan teori dan penelitian diatas dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut .

H1 = Terdapat pengaruh signifikan antara Pengetahuan Produk (X1) dan Keputusan Nasabah (Y) pada KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

2. Pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah

Nisbah atau yang dalam Bahasa arab Nisbat merupakan rasio pembagian keuntungan antara pemilik dana dengan pengelola dana (Alinda,2016). Rasio pembagian bagi hasil yang akan diterima setiap pihak yang melakukan kerjasama usaha sesuai nisbah yang tertuang dalam akad persetujuan kedua belah pihak. Nisbah ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima kedua belah pihak atas yang bermudharabah. Nisbah keuntungan inilah yang mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan, adapun nisbah bagi keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal tertentu..

Hasil penelitian yang dilakukan Yulika Khasanah dan Indra Gunawan (2014) menemukan bahwa nisbah bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dikota Cirebon. Hasil penelitian yang dilakukan Novita Erliani Sari (2017) menemukan bahwa nisbah bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Hasil penelitian yang dilakukan Nilam (2020) menemukan bahwa bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BTM Surya Kencana Balong. Berdasarkan teori dan penelitian diatas dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H2 = Terdapat pengaruh signifikan antara Nisbah Bagi Hasil (X2) dan Keputusan Nasabah (Y) pada KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

3. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah

Pelayanan di sini Menurut Kotler (dalam Sumantri, 2014) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, di mana pelayanan merupakan

perilaku seseorang dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang lainnya demi tercapainya kepuasan.

Hasil penelitian yang dilakukan Ari Setiawan dan Rizqa (2012) menemukan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. Hasil penelitian yang dilakukan Annisa Wahyulkarima (2018) menemukan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Hasil penelitian yang dilakukan Arief Firdi (2019) menemukan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan teori dan penelitian diatas dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H3 = Terdapat pengaruh signifikan antara Pelayanan (X3) dan Keputusan Nasabah (Y) pada KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

4. Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan (Simultan)

Hasil Penelitian yang dilakukan Diah Puji Lestari (2017) menemukan bahwa variabel pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan secara bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian yang dilakukan Ayu Safitri (2017) menemukan bahwa variabel pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian yang dilakukan Susanti Mei Diana (2016) menemukan bahwa variabel pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah.

H4 : Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap keputusan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif karena data yang digunakan berupa angka dengan pendekatan regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat analisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahuinya (Kasiram,2008). Dan penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field reseach*), yaitu penelitian dengan mengangkat data-data yang ada di lapangan mengenai hal-hal yang diteliti. Penelitian lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan yaitu yang berkenaan dengan pengetahuan nasabah mengenai produk Wadiah, nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan yang diterapkan di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

B. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KSPPS BTM Banjarnegara yang berada di Jl. Raya Karangasem, Karang Sari, Punggelan, Banjarnegara, Jawa Tengah 53465

C. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna produk Simpanan Wadiah yang berjumlah 4.209 nasabah.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi. Sampel

juga diartikan sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ukuran sampel lebih kecil dibandingkan populasi dan berfungsi sebagai wakil dari populasi (Sugiyono, 2017: 136). Penentuan besaran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin* :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar :

$$n = \frac{4.209}{1 + 4.209 (0,1)^2}$$

= 97,88 dibulatkan menjadi 100

3. Teknik pengambilan sampel:

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan sesuai rumus Slovin maka ditetapkan jumlah responden sebanyak 100 responden pada nasabah Simpanan Wadiah. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik *sample random sampling*, atau sampel acak sederhana yaitu sampel diambil secara acak dari semua populasi, dimana semua anggota populasi mempunyai peluang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015: 82).

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai harapan maka perlu dipahami berbagai unsur yang menjadi dasar suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu, variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) dan variabel Dependen yaitu variabel yang

dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.
(Sugiyono, 2019:57)

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

No	Jenis Variabel	Konsep	Indikator Penelitian
1	Pengetahuan Produk (X1)	untuk mengukur tentang pengetahuan produk simpanan calon nasabah maupun nasabah meliputi karakteristik produk, manfaat produk, pengetahuan mengenai kepuasan menggunakan produk dan pengetahuan mengenai kategori produk	<p>1. Pengetahuan tentang karakteristik produk = Nasabah mengetahui karakteristik produk simpanan termasuk syarat dan ketentuannya</p> <p>2. Pengetahuan tentang manfaat produk = Nasabah mengetahui manfaat produk simpanan</p> <p>3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk = Sebelum menggunakan produk, nasabah mempertimbangkan pengetahuan kepuasan yang akan didapatkan dari produk</p> <p>4. Pengetahuan mengenai kategori produk = Nasabah memiliki pengetahuan mengenai produk simpanan yang akan digunakan</p> <p>(Firmansyah, 2018: 69)</p>
2	Nisbah Bagi Hasil (X2)	untuk mengukur rasio dan proporsi bagi hasil	Adapun Indikator Bagi hasil dapat diukur dengan:

		yang didapatkan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prosentase bagi hasil = Nisbah keuntungan ditentukan atas kesepakatan bukan berdasarkan porsi setoran awal 2. Pembagian bagi hasil = Besaran bagi hasil sesuai dengan prosedur yang disepakati dan besaran pembagian untung berdasarkan keuntungan yg diperoleh BTM 3. Kebermanfaatan = nisbah bagi hasil yang diberikan bermanfaat bagi nasabah 4. Besarnya Nisbah = Rasio pembagian keuntungan sesuai akad persetujuan kedua belah pihak 5. Cara Menyelesaikan Kerugian = Apabila terjadi kerugian diambil dari keuntungan karena merupakan perlindungan dari modal <p>(Muhammad, 2016 :118)</p>
	Pelayanan (X3)	Untuk mengukur tingkat pelayanan yang diberikan petugas kepada nasabah maupun calon nasabah.	<p>Adapun Indikator Pelayanan dapat diukur dengan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>Tangibilitas</i>)= Kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan 2. Keandalan (<i>Realibilitas</i>)=Kemampuan petugas dalam menggunakan

			<p>alat bantu dalam proses pelayanan</p> <p>3. Daya tanggap (<i>Responsivitas</i>)=Petugas merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat</p> <p>4. Jaminan (<i>assurance</i>) = Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan</p> <p>5. Peduli (<i>empathy</i>) = Petugas melayani dengan sikap ramah (Sunyoto, 2018)</p>
4	Keputusan menjadi nasabah (Y)	Untuk mengukur suatu proses penelusuran masalah, identifikasi masalah dimana nasabah memutuskan menjadi nasabah	<p>Adapun Indikator Keputusan dapat diukur dengan:</p> <p>1. Pengenalan kebutuhan = memutuskan menjadi nasabah karena produk simpanan sesuai dengan kebutuhan</p> <p>2. Pencarian informasi = memutuskan menjadi nasabah dengan cara mencari informasi mengenai sistem dan syarat menyimpan dana di BTM</p> <p>3. Evaluasi alternative = memutuskan menjadi nasabah perlu membandingkan produk BTM dengan produk koperasi syariah lainnya</p>

			<p>4. Keputusan pembelian = Memutuskan menjadi nasabah karena pertimbangan terkait manfaat yang diberikan</p> <p>5. Perilaku pasca pembelian = memutuskan menjadi nasabah karena merasa tepat memilih produk</p> <p>(Indrasari, 2019).</p>
--	--	--	--

E. Sumber Data Penelitian

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Kemudian, data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (dapat berupa jurnal, artikel, buku, koran, literatur serta website yang berhubungan dengan penelitian (Suliyanto, 2009: 131).

2. Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2004). Data-data sekunder diperoleh dari dokumen KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan mengenai jumlah nasabah, produk dan lainnya serta buku-buku tentang Pengetahuan Produk, Bagi Hasil, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner (Angket)

Menurut (Suliyanto, 2006:140) Kuesioner atau angket merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan angket dengan memberi daftar pernyataan yang diukur dengan menggunakan persepsi responden atas pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Penulis melakukan kuesioner dengan mengajukan pertanyaan berupa angket kepada Nasabah Simpanan Wadiah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan yang menjadi sampel untuk diperoleh jawaban yang dibutuhkan dalam penelitian.

Dalam kuesioner ini alat ukur yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2018) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, *skala likert* yang digunakan memiliki rentang nilai 5 sampai dengan 1. Alternatif jawaban yang digunakan yaitu “Sangat Setuju”, “Setuju”, “Ragu-Ragu”, “Tidak Setuju”, dan “Sangat Tidak Setuju”.

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dalam pengukuran pengaruh pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan pada Nasabah Wadiah di KSPPS BTM

Banjarnegara Cabang Punggelan, instrument penelitian menggunakan skala likert dibuat dalam bentuk *checklist* yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.3
Contoh Pernyataan

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya berminat menggunakan produk simpanan di KSPPS BTM Banjarnegara karena mengetahui informasi melalui lingkungan sekitar		✓			

2. Observasi

observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi yang dilakukan dengan mengamati kejadian yang terjadi sesuai dengan kejadian di Lapangan yaitu di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan. Dalam hal ini peneliti akan terang-terangan dalam melakukan pengumpulan data bahwa sedang dilakukan penelitian (Sugiyono,2018:145).

3. Dokumentasi

Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, catatan harian dll. Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data yang bersumber dari bahan tertulis untuk mengetahui sejarah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

G. Teknik Analisis Data Penelitian

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat keabsahan suatu alat ukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Wahyono,2008).

Adapun kriteria pengujian validitas sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali,2013:53).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (dalam Rangkuti, 2002) Uji Reliabilitas menunjukan pada suatu pengertian bahwa suatu alat cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena alat ukur tersebut sudah baik. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji *statistic Cronbachalpha*.

Tabel 1.6
Koefisien reliabilitas instrument

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 -0,599	Sedang
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Apabila instrumen penelitian memiliki nilai $\alpha \geq 0,60$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang mencukupi.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi agar persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi. Asumsi-asumsi tersebut yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu uji statistik untuk melihat sebaran suatu data apakah bersifat normal atau tidak. Data berdistribusi normal adalah data dengan sebaran utama yang berada pada tengah dengan nilai rendah atau bagian kiri dan nilai tinggi atau data bagian kanan simetris (Hardisman,2020:85).

Alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogrov-smirnov*. Karena penelitian ini menggunakan tarafsignikan 5% , maka data dapat dikatakan:

- H_0 = Distribusi populasi normal, jika probabilitas $> 0,05$, H_0 diterima.
- H_a =Distribusi populasi tidak normal, jika probabilitas $<0,05$, H_0 ditolak (Kadir,2015).

b. Uji Multikolonieritas

Dalam Suliyanto (2009: 82) menerangkan bahwa, uji multikolineaeitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (atau gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikolinearitas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas perlu dilakukan jika jumlah variabel independennya (variabel bebas)

lebih dari satu. Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak mengandung multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas memiliki makna terdapat varian variabel pada model regresi yang tak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi ialah homoskedastisitas. Masalah heteroskedastisitas umumnya sering terjadi pada penelitian yang menggunakan data *Cross Section* (Suliyanto, 2009: 95).

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Uji heteroskedastisitas dengan metode *glejser* dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya $|e|$. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas (Suliyanto, 2009: 102).

3. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dengan maksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah (Y) dan variabel independen yaitu Pengetahuan Produk (X1), Nisbah Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X3). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan jika minimal terdapat dua variabel independen (Sugiyono, 2017: 275).

Rumus matematis persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

a = konstanta

b_1 = Koefisien regresi X_1

b_2 = Koefisien regresi X_2

b_3 = Koefisien regresi X_3

X_1 = Variabel dependen 1 (Pengetahuan Produk)

X_2 = Variabel dependen 2 (Nisbah Bagi Hasil)

X_3 = Variabel dependen 3 (Pelayanan)

e = Nilai Residu

4. Uji Hipotesis

1) Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan. Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. H_a diterima, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$

2) Uji F (simultan)

Menurut Santoso (2006) Uji f yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama-sama untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan dalam model regresi secara simultan (bersama-sama) yang mampu menjelaskan variabel dependen. Kriteria keputusannya sebagai berikut:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat kontribusi simultan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada kontribusi simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Sebelum menjadi KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan lembaga ini telah lahir melalui suatu proses metamorfosis yang panjang. Berawal dari keinginan segenap Pimpinan Cabang Muhammadiyah Punggelan pada waktu itu untuk memiliki sebuah lembaga keuangan syariah yang nantinya bisa untuk membantu meningkatkan ekonomi anggota dan warga Muhammadiyah pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya maka teretuslah ide untuk mendirikan sebuah amal usaha dibidang ekonomi.

Akhirnya pada tanggal 25 Oktober 1997 terbentuklah *Baitul Maal wat-Tamwil* (BMT) Nurul Huda yang bertempat di Desa Danakerta Kecamatan Punggelan Banjarnegara sebagai amal usaha dibidang ekonomi Pimpinan Cabang Muhammadiyah Punggelan yang menjadi tonggak dan cikal bakal berdirinya KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan sampai sekarang ini. Yang dikomandani oleh Pimpinan Cabang Muhammadiyah Punggelan dan berbagai unsur yang terdiri dari Wiraswasta, PNS, Perangkat Desa, Guru, Pedagang dan Sopir angkutan umum dengan memiliki tujuan utama untuk membantu meningkatkan tarafhidup masyarakat desa. Khususnya dalam upaya pemberdayaan ekonomi umat dengan pembinaan sistem syariah yang diharapkan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan anggotanya namun menciptakan kondisi masyarakat yang mempunyai status ekonomi yang kuat sehingga dapat bersaing pada era globalisasi dengan persaingan yang ketat dan kompetitif.

Seiring berjalannya waktu kegiatan operasional BMT Nurul Huda masih belum ada Badan Hukumnya pada saat itu. Dengan modal awal yang sangat terbatas hasil dari donasi para sesepuh dan pengurus Muhamadiyah tetap berkomitmen untuk bisa mengembangkan usaha

BMT Nurul Huda. Atas Kuasa Rapat Pembentukan Koperasi yang diselenggarakan pada tanggal 23 Maret 2003 yang ditandatangani oleh Bapak H. Soedjaidengan 20 orang anggota selain untuk membahas pembentukan badan hukum agenda rapat salah satunya mengubah nama BMT Nurul Huda menjadi BMT Amanah. Dengan harapan dengan penggantian nama menjadi Amanah lembaga ini bisa mengelola dana masyarakat dengan amanah sesuai dengan namanya. Alhamdulillah pada tanggal 31 Maret 2003 Badan Hukum koperasi dengan Nomor 133/BH/KDK.11.18/III/2003 Akta Pendirian Koperasi Serba Usaha (KSU) BTM Amanah telah disahkan.

Adapun unit usaha yang dikembangkan oleh KSU BMT Amanah pada waktuituadalah :

- 1) Usaha Simpan Pinjam
- 2) Unit Usaha Waserda/Pertokoan
- 3) Unit Usaha Saprotan /Saprodi

Dari ketiga unit kegiatan usaha diatas kegiatan usaha yang lebih maju dan dominan adalah Unit usaha simpan pinjamnya. Faktor yang menyebabkan kemandulan dari unit usaha perdagangan dan unit usahaSaprotan adalah kendala keterbatasan jumlah sumber daya manusia yang tidak memadai.

Melihat perkembangan yang terakhir atas dasar Neraca pada kenyataannya belum bisa memberikan kontribusi yang optimal sesuai dengan pendirian BMT sebagai satu-satunya Amal Usaha Muhammadiyah di Kecamatan Punggelan Kabupaten Banjarnegara. Maka pada Rapat Anggota Tahunan TutupBuku 2008 pada tanggal 29 Maret 2009 dengan kesepakatan Pengurus dan Anggota nama dari KSU BMT Amanah berubah menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitu Tamwil Muhammadiyah Punggelan dengan singkatan KJKS BTM Punggelan dengan Nomor Badan Hukum Perubahan No. 11/BH/PAD/XIV.I/X/2009 tertanggal 6 Oktober 2009. Dengan terbentuknya KJKS BTM Punggelan akan semakin memudahkan

dalam pengembangan usaha dan permodalan yang masih menjadi kendala utama pada saat masih menjadi KSU BMT Amanah.

Memasuki usia yang ke 12 tahun (2003 – 2015) KJKS BTM Punggelan telah menunjukkan perkembangan yang pesat berkat pengelolaan yang amanah, jujur dan professional serta pengelolaan dana dengan prinsip kehati-hatian dalam mengelola dana pembiayaan. Ini dibuktikan dengan terjadinya kerjasama-kerjasama seperti dengan dunia pendidikan serta pembiayaan modal kerja dengan Bank Syari'ah dan Lembaga-Lembaga Keuangan Mikro. Juga dipercaya dalam pengelolaan dana-dana program dari pemerintah seperti P3KUM. Dan dalam pengelolaan management sudah menggunakan system komputerisasi software Pusat BTM Jawa Tengah. Yang semakin menambah nilai kredibilitasnya dari segi pengelolaan laporan keuangan karena sudah menggunakan system akuntansi terpadu dengan Pusat dan meminimalkan resiko kesalahan dalam menyusun laporan keuangan harian maupun bulanan.

Dalam perjalanan KJKS BTM Punggelan mengalami beberapa kali perubahan Nama dan Badan Hukum. Perubahan dan proses legal formal Badan Hukum daritahun 2015 seiring Undang-Undang terbaru tentang perubahan anggaran dasar dan pada tanggal 23 Februari 2016 kendati telah memperoleh Keputusan Bupati Banjarnegara dengan Nomor : 23 dan Nomor : 5/BH/XIV.I/II/2016. BerAkta Notaris Sukri Maulana, SH Banjarnegara. Namun ditengah perjalanan ada arahan dari Management Pusat BTM Jawa Tengah dengan melihat berbagai pertimbangan maka Koperasi LKMS BTM Punggelan diarahkan agar berubah atau diganti menjadi KSPPS BTM atau KSPPS BTM Banjarnegara. Tanggal 12 November 2018 KSPPS BTM Banjarnegara telah memperoleh Badan Hukum Akta Nomor : 30 Notaris Sri Endang Suprihani, SH Banjarnegara hasil merger KJKS BTM Punggelan dan KJKS BTM Kalibening per tanggal 11 Desember 2018 persyaratan telah dinyatakan sesuai peraturan perundang – undangan maka pada

tanggal 09 Februari 2019 Perubahan KSPPS BTM Banjarnegara resmi menerima Surat Keputusan (SK) Menteri KUMKM tentang Akta Pendirian KSPPS *Baitut Tamwil Muhammadiyah* Banjarnegara dengan nomor : 012027/BH/M.KUMKM.2/II/2019.

Dasar *merger* dari KJKS BTM Punggelan dan KJKS BTM Kalibening menjadi KJKS BTM Banjarnegara adalah Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 6/P.BH./XIV/2016 dan Surat Edaran Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor : 004/18/2017. Bahwa setelah dilakukan penelitian secara seksama terhadap Data Isian BHKOP Form 1 dan Salinan Akta Nomor 30 Tanggal 12 November 2018 yang dibuat dan disampaikan oleh Notaris Sri Endang Suprihani, SH dan diterima pada tanggal 11 Desember 2018 telah memenuhi syarat dan telah sesuai dengan peraturan perundang – undangan, perlu menetapkan Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tentang Pengesahan Akta Pendirian KSPPS *Baitut Tamwil Muhammadiyah* Banjarnegara Nomor : 012027/BH/M.KUMKM.2/II/2019.

BTM adalah kependekan *Baitut Tamwil Muhammadiyah*, yaitu Lembaga Keuangan Mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip Syariah artinya semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan kedudukan lembaga keuangan tersebut merupakan Amal Usaha Ekonomi Muhammadiyah. Secara prinsip kedudukan KSPPS BTM Banjarnegara sama seperti AUM yang lain seperti sekolah, rumah sakit dan panti asuhan. Tetapi karena ini lembaga bisnis, maka manajemen memiliki kewenangan penuh dalam pengelolaan KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

2. Visi dan Misi KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan
 - a. Menjadi amal usaha di bidang keuangan yang handal dan mampu mendukung dakwah Muhammadiyah
 - b. Misi
 - 1) Mewujudkan dakwah bil haal di bidang ekonomi
 - 2) Membangun perekonomian anggota dan warga muhammadiyah pada khususnya, serta masyarakat Indonesia pada umumnya sesuai ajaran islam
 - 3) Menciptakan amal usaha dibidang ekonomi yang dapat mendukung misi Muhammadiyah
3. Tujuan KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan
 - 1) Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
 - 2) Menyediakan pelayanan jasa keuangan bagi anggota dan masyarakat yang sesuai dengan ajaran islam.
 - 3) Menjadi gerakan ekonomi rakyat, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional.
4. Landasan Hukum KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan
 - 1) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian.
 - 2) Peraturan Pemerintah Nomer 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Oleh Koperasi.
 - 3) Keputusan Menteri Tentang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI nomer 96/Kep/M.KUKM/IX/2004 Tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Simpan Pinjam dan Unit Simpan Pinjam Koperasi.
5. Struktur Organisasi KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan
 - a. Pengurus dan pengawas

Ketua	: Akhmad Syaebani, S.Ag
Sekretaris	: Imam Mustaqim, S.Ag
Bendahara	: H.Harun Nur Faid, S.ST

- Pengawas : H.Makhud, S.Pd.I
 Ketua DPS : Rudi Atmoko, SE
 Anggota DPS : H.Teguh Imam Santosa
 Anggota DPS : Aman Budiyanto, SE
- b. Karyawan
- Manager Cabang : Ugi Wiranti
 Wakil Kacab / MP : Kholid Abdullah
 CS + MP : Shelli Ambarwati
 Akt/Teller : Laras Ameliani
 AO : Budhi Yuwono Hartanto
 Marketing : Rachmawati Setianingrum
 Security & Ob : Wahid Nurokhim
6. Kantor Cabang
- a. Kantor Cabang Kalibening
 - b. Kantor Cabang Wanayasa
 - c. Kantor Cabang Banjarnegara
 - d. Kantor Cabang Punggelan
 - e. Kantor Cabang Wanadadi
 - f. Kantor Kas Mandiraja
7. Produk-Produk KSPPS BTM Banjarnegara
- a. Produk Simpanan
 - 1) Simpanan Mudharabah Biasa (SIMUSA)
 Simpanan Mudharabah Biasa adalah suatu simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat selama kas masih buka.
 - 2) Simpanan Idul Adha dan Idhul Fitri (SIIDAFITRI)
 - Simpanan Idhul Fitri adalah simpanan yang penarikannya satu bulan sebelum dan satu minggu sesudah Idhul Fitri.
 - Simpanan Idhul Adha adalah simpanan yang penarikannya satu bulan dan tiga hari sesudah Idhul Adha.

3) Simpanan Mudharabah Berjangka/Deposito

Simpanan Mudharabah berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu saat jatuh tempo. Jangka waktu simpanan mudharabah/deposito adalah 1bulan, 3bulan, 6bulan dan 12bulan

4) Investasi Mudharabah Masa Depan (IMMADA)

Investasi Mudharabah Masa Depan adalah tabungan yang dipersiapkan untuk keperluan masa depan, seperti asuransi tetapi bisa di ambil saat jatuh tempo. Jangka waktu IMMADA minimal 5 tahun. Bagi hasil yang akan didapatkan nasabah 60:40, atau sebesar 1,1% perbulan.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah adalah akad kerjasama usaha, di mana pihak pemilik dana (BTM) menanggung sepenuhnya kebutuhan modal usaha anggota, dengan porsi keuntungan akan dibagi bersama (nisbah) sesuai dengan kesepakatan dimuka dari kedua belah pihak.

2) Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan Musyarakah adalah akad kerjasama usaha, di mana pemilik modal (BTM) tidak menanggung sepenuhnya kebutuhan modal usaha anggota. Keuntungan dibagi menurut proporsi penyertaan modal atau berdasarkan kesepakatan bersama.

3) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan Murabahah adalah jual beli barang dengan menyatakan harga asal (harga perolehan) dengan tambahan keuntungan (marjin) yang disepakati oleh pihak penjual (BTM) dan pembeli (anggota). Karakteristiknya adalah penjual harus memberitahu berapa harga produk yang dibeli

dan menentukan suatu tingkat keuntungan /margin sebagai tambahan.

4) Pembiayaan Ijarah

Pembiayaan Ijarah adalah perjanjian sewa dimana BTM membiayai kebutuhan jasa atau manfaat suatu barang untuk selanjutnya disewakan kepada anggota.

B. Karakteristik Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, serta jumlah pendapatan responden.

1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	41	41%
2	Perempuan	59	59%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah lebih besar dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 59% berbanding 41%. Hal tersebut menunjukkan bahwa perempuan sebagai konsumen yang lebih potensial dalam menggunakan produk tabungan di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan, selain itu juga pedagang di Pasar Manis dan Pasar Pon Punggelan lebih banyak dikelola oleh kaum perempuan.

2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	<20 tahun	5	5%
2	20-30 tahun	15	15%
3	31-40 tahun	37	37%
4	>40 tahun	43	43%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021

Dari tabel 4.2 menyatakan bahwa nasabah dibawah 20 tahun sebanyak 5%, nasabah 20-30 tahun berjumlah 15% sedangkan bersia 31-40 tahun sebanyak 37%, dan sisinya responden berumur lebih dari 40 tahun sebanyak 44%. Dengan demikian disimpulkan bahwa nasabah tabungan KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan mayoritas berusia produktif yaitu usia dimana seseorang masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuai yang bernilai.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	10	10%
2	SMP	42	44%
3	SMA/SMK	38	36%
4	Diploma	4	4%
5	Sarjana/pascasarjana	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel berikut menunjukkan bahwa responden sebagian besarnya memiliki pendidikan SMP dan SMA, yaitu sebesar 42% dan

38% disbanding dengan lulusan diploma maupun sarjana masing-masing berjumlah 4% dan 6%.

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/mahasiswa	9	9%
2	Pegawai negeri/ Swasta	14	14%
3	Wiraswasta	26	26%
4	Lain-lain	51	51%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa masing-masing jenis pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 9%, pegawai negeri/swasta sebanyak 14%, wiraswasta sebanyak 26%, dan lainnya sebanyak 51 yang dalam hall ini adalah pedagang.

5. Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan

No	Jumlah Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	< Rp.1.000.000	19	19%
2	Rp.1000.000-Rp.2.000.000	43	43%
3	Rp.2.000.000- Rp.3.000.000	26	26%
4	Rp.3.000.000- Rp.5.000.000	8	8%
5	> Rp.5.000.000	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil output pada tabel, maka diperoleh karakter responden berdasarkan penghasilannya per bulan adalah sebagai berikut, responden berpenghasilan <Rp.1.000.000 sebanyak 19%, penghasilan Rp.1000.000-Rp.2.000.000 sebanyak 43%, Rp.2.000.000-

Rp.3.000.000 sebanyak 26%, Rp.3.000.000-Rp.5.000.000 sebanyak 8% dan sisanya 4% untuk responden berpenghasilan >Rp.5.000.000 perbulan.

C. Hasil Penelitian

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (dalam Rangkuti, 2002) Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat keabsahan suatu alat ukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Wahyono,2008).

Adapun kriteria pengujian validitas sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali,2013:53).

Nilai r tabel dapat dicari pada tabel statistic pada signifikansi 0,05. Adapun penentuan nilai r tabel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n-2 \\ &= 100-2 \\ &= 98 \\ &= 0,196 \end{aligned}$$

Untuk lebih jelasnya, uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 16 for windows dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	X1.1	0,628	0,196	Valid
	X1.2	0,561	0,196	Valid
	X1.3	0,495	0,196	Valid
	X1.4	0,743	0,196	Valid
Nisbah Bagi Hasil (X2)	X2.1	0,557	0,196	Valid
	X2.2	0,619	0,196	Valid
	X2.3	0,517	0,196	Valid
	X2.4	0,535	0,196	Valid
	X2.5	0,513	0,196	Valid
Pelayanan	X3.1	0,812	0,196	Valid
	X3.2	0,846	0,196	Valid
	X3.3	0,685	0,196	Valid
	X3.4	0,417	0,196	Valid
	X3.5	0,497	0,196	Valid
Keputusan Nasabah	Y1	0,730	0,196	Valid
	Y2	0,658	0,196	Valid
	Y3	0,538	0,196	Valid
	Y4	0,637	0,196	Valid
	Y5	0,384	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa perhitungan bahwa perhitungan Uji Validitas berjumlah 19 pertanyaan yang terdiri dari 4 pertanyaan pada variabel Pengetahuan Produk, 5 pertanyaan pada variabel Nisbah Bagi Hasil, 5 pertanyaan pada variabel Pelayanan dan 5 pertanyaan pada variabel keputusan Menjadi Nasabah. Bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,196$). Maka dapat disimpulkan semua

butir angket yang digunakan dalam variabel Pengetahuan Produk (X1), Nisbah Bagi Hasil (X2), dan Pelayanan (X3) di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan dinyatakan valid. Maka kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (dalam Rangkuti, 2002) Uji Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu alat cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena alat ukur tersebut sudah baik. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji *statistic Cronbachalpha*. Apabila instrumen penelitian memiliki nilai $\alpha \geq 0,60$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang mencukupi (Sugiyono,2011:184).

Tabel 4.7
Reliabilitas Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi hasil dan Pelayanan

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha > 0,60	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	0,729	0,60	Reliabel
Nisbah bagi hasil (X2)	0,697	0,60	Reliabel
Pelayanan (X4)	0,764	0,60	Reliabel
Keputusan menjadi nasabah (Y)	0,735	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa semua item dalam variabel Pengetahuan Produk (X1), Nisbah Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X3) dan Keputusan Menjadi Nasabah (Y) dinyatakan reliabel. Hal ini berdasarkan keterangan masing-masing variabel r_{α} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{\alpha} > 0,60$). Sehingga seluruh atribut penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu uji statistik untuk melihat sebaran suatu data apakah bersifat normal atau tidak. Data berdistribusi normal adalah data dengan sebaran utama yang berada pada tengah dengan nilai rendah atau bagian kiri dan nilai tinggi atau data bagian kanan simetris (Hardisman,2020:85).

Alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogrov-smirnov*. Karena penelitian ini menggunakan tarafsignikan 5% ,maka data dapat dikatakan:

- H_0 = Distribusi populasi normal, jika probabilitas $> 0,05$, H_0 diterima.
- H_a = Distribusi populasi tidak normal, jika probabilitas $< 0,05$, H_0 ditolak (Kadir,2015).

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73255156
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.056
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.790
Asymp. Sig. (2-tailed)		.561

a. Test distribution is Normal.

Sumber :Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Output diatas menunjukkan besarnya nilai signifikan *Asymp.Sig* adalah 0,561 lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Dalam Suliyanto (2009: 82) menerangkan bahwa, uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (atau gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikolinearitas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas perlu dilakukan jika jumlah variabel independennya (variabel bebas) lebih dari satu. Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak mengandung multikolinearitas.

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1(Constant)	16.572	2.910				
X1_TOTAL	-.018	.121	-.015	-.151	.880	.950	1.052
X2_TOTAL	.268	.097	.279	2.775	.007	.951	1.052
X3_TOTAL	-.025	.079	-.031	-.312	.756	.999	1.001

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

:Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Nilai VIF untuk variabel Pengetahuan Produk sebesar $1,052 < 10$, sedangkan tolerance $0,950 > 0,10$. Sehingga variabel fasilitas dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Nilai VIF untuk variabel Nisbah Bagi Hasil sebesar $1,052 < 10$, sedangkan tolerance $0,951 > 0,10$. Sehingga variabel fasilitas dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- 3) Nilai VIF untuk variabel Pelayanan sebesar $1,001 < 10$, sedangkan tolerance $0,999 > 0,10$. Sehingga variabel fasilitas dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas memiliki makna terdapat varian variabel pada model regresi yang tak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homokedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi ialah homoskedastisitas. Masalah heteroskedastisitas umumnya sering terjadi pada penelitian yang menggunakan data *Cross Section* (Suliyanto, 2009: 95).

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser*. Uji heteroskedastisitas dengan metode *glejser* dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya $|e|$. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas (Suliyanto, 2009: 102).

Tabel 4.10
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.250	1.910		.131	.896
	X1_TOTAL	.115	.079	.150	1.446	.151
	X2_TOTAL	-.051	.063	-.084	-.811	.420
	X3_TOTAL	.010	.052	.019	.193	.848

a. Dependent Variable: RES2

Sumber :Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Dapat dilihat dari tabel diatas, diketahui nilai *signifikansi* pada X1 sebesar 0,151 , X2 sebesar 0,420 dan X3 sebesar 0,848 lebih besar dari 0,05. Maka kesimpulannya, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dengan maksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah (Y) dan variabel independen yaitu Pengetahuan Produk (X1), Nisbah Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X3). Jadi analisis regresi berganda

akan dilakukan jika minimal terdapat dua variabel independen (Sugiyono, 2017: 275).

Tabel 4.11
Output Perhitungan Menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
16.572	2.910		5.695	.000
-.018	.121	-.015	-.151	.880
.268	.097	.279	2.775	.007
-.025	.079	-.031	-.312	.756

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

Sumber :Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = -0,018$, $X_2 = 0,268$, dan $X_3 = -0,025$ dengan konstanta sebesar 16,572 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 16,572 - 0,018 X_1 + 0,268 X_2 - 0,025 X_3 + e$$

Dimana :

a = konstanta

b_1 = Koefisien regresi X_1

b_2 = Koefisien regresi X_2

b_3 = Koefisien regresi X_3

X_1 = Variabel dependen 1 (Pengetahuan Produk)

X_2 = Variabel dependen 2 (Nisbah Bagi Hasil)

X_3 = Variabel dependen 3 (Pelayanan)

e = Nilai Residu

Dalam persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- 1) Nilai konstanta sebesar 16,572 menyatakan jika variabel Pengetahuan produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan konstan atau sama dengan nol, maka keputusan menjadi nasabah mengalami penurunan sebesar 16,572
 - 2) Koefisien regresi (b1) untuk pengetahuan produk (X1) bertanda negatif sebesar -0,018, menyatakan bahwa setiap penambahan pengetahuan produk sebesar 1%, maka tidak akan memberikan meningkatkan -0,018 keputusan menjadi nasabah.
 - 3) Koefisien regresi (b2) untuk Nisbah Bagi hasil (X2) bertanda positif sebesar 0,268, menyatakan setiap penambahan nisbah bagi hasil sebesar 1% maka akan memberi kenaikan 0,268 keputusan menjadi nasabah
 - 4) Koefisien regresi (b3) untuk pelayanan (X3) bertanda negatif sebesar -0,025, menyatakan bahwa setiap pelayanan sebesar 1%, maka tidak akan memberikan meningkatkan -0,025 keputusan menjadi nasabah
4. Uji Hipotesis
- a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan. Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

 - Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.
 - Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap

variabel dependen. H_a diterima, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$

Nilai t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistic signifikansi 0,05 dan derajat bebas (db) = n-2 maka rumusnya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 100-3-1) \\ &= 0,025 ; 96 \\ &= 1,985 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variable independen (bebas)

Tabel 12
Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.572	2.910		5.695	.000
X1_TOTAL	-.018	.121	-.015	-.151	.880
X2_TOTAL	.268	.097	.279	2.775	.007
X3_TOTAL	-.025	.079	-.031	-.312	.756

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

:Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Dari tabel di atas hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa :

a. Pengaruh Pengetahuan Produk (X1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel coefficientsa diatas menunjukkan bahwa koefisien B pengetahuan produk bernilai negative sebesar -0,018 dan nilai t_{hitung} sebesar t -0,151. Nilai t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($-0,151 < 1,985$) dan dengan tingkat signifikansi t lebih besar dari 0,05 ($0,880 > 0,05$). Maka H_1 ditolak dan H_0 diterima

yang artinya variabel Pengetahuan Produk tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

- b. Pengaruh Nisbah Bagi Hasil (X1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel *coefficientsa* diatas menunjukkan bahwa koefisien B pengetahuan produk bernilai positif sebesar 0,268 dan nilai t hitung sebesar t 2,775. Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,775 > 1,985$) dan dengan tingkat signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0,07 < 0,05$). Maka H_2 diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel Nisbah Bagi Hasil memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan

- c. Pengaruh Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Tabel *coefficientsa* diatas menunjukkan bahwa koefisien B pengetahuan produk bernilai negative sebesar -0,025 dan nilai t hitung sebesar t -0,312. Nilai t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($0,312 < 1,985$) dan dengan tingkat signifikansi t lebih besar dari 0,05 ($0,758 > 0,05$). Maka H_3 ditolak dan H_0 diterima yang artinya variabel Pelayanan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

- b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Santoso (2006) Uji f yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama-sama untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variable independen yang digunakan dalam model regresi secara simultan (bersama-sama) yang mampu menjelaskan variabel dependen.

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat kontribusi simultan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada kontribusi simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Nilai f_{tabel} dapat dicari pada tabel statistic pada signifikansi 0,05. Adapun penentuan nilai f_{tabel} sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 f_{tabel} &= \alpha ; (k;n-k-1) \\
 &= 0,05 ; (3; 100-3-1) \\
 &= 0,05 ; 3; 96 \\
 &= 2,70
 \end{aligned}$$

Tabel 13
Uji F (simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.938	3	8.313	2.685	.051 ^a
	Residual	297.172	96	3.096		
	Total	322.110	99			

a. Predictors: (Constant), X3_TOTAL, X2_TOTAL, X1_TOTAL

b. Dependent Variable: Y_TOTAL

Sumber :Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Berdasarkan tabel ditunjukkan bahwa f_{hitung} sebesar 2.685 sedangkan f_{tabel} sebesar 2,70. Hal ini berate f_{hitung} lebih kecil dari f_{tabel} ($2.685 < 2,70$) atau sig lebih besar dari 0,05 ($0,051 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang diartikan bahwa secara keseluruhan variabel Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara bersama sama terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

Tabel 14
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.278 ^a	.077	.049	1.75941

a. Predictors: (Constant), X3_TOTAL, X2_TOTAL, X1_TOTAL

b. Dependent Variable: Y_TOTAL

Sumber :Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS 16

Berdasarkan output Model Summary^b, dapat diketahui bahwa nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,077, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan terhadap variabel Y adalah 7,7%. Sedangkan sisanya (100% - 7,7%) adalah 92,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

C . Hasil Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Berikut adalah pembahasan dari masing-masing variabel yang terkait dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Pengetahuan nasabah adalah bagaimana atau dari mana calon nasabah mendapatkan informasi tentang produk simpanan dan nisbah bagi hasil yang di terapkan bank. Jadi pengetahuan calon nasabah itu segala sesuatu yang diketahui pihak-pihak yang menggunakan jasa terhadap produk maupun jasa tersebut, sehingga tidak ada keraguan didalamnya.

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel bebas yaitu pengetahuan produk terhadap variabel terikat yaitu keputusan menjadi nasabah, hasil analisis data dan pengujian hipotesis menyatakan berdasarkan uji t yang memperoleh hasil t_{hitung} lebih kecil t_{tabel} yaitu $-0,151 < 1,98$ dan dengan tingkat signifikansi t lebih besar dari 0,05 yaitu $0,880 > 0,05$. Hal ini menunjukkan pengetahuan produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah KSPPS BTM Banjarnegara cabang Punggelan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah ditolak. Karena menunjukkan hasil yang tidak signifikan antara pengetahuan produk dengan keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan, maka dalam setiap peningkatan pengetahuan produk nasabah belum memberikan hasil maksimal terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imran dan Bambang Hendrawan tahun 2017 berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah” yang mendapatkan hasil bahwa Pengetahuan Produk Bank Syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk Bank Syariah.

Calon nasabah yang mengetahui suatu produk dalam bank maupun lembaga keuangan lainnya belum tentu menjadi keputusan calon nasabah untuk menggunakan jasa tersebut, seperti kasus yang terdapat di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan. Setelah dilakukan observasi lapangan mengenai pengetahuan produk, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi masyarakat mengenai menabung di lembaga keuangan harus memiliki dana kurang lebih Rp.100.000 padahal di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan pada produk simpanan wadiah maupun simpanan mudharabah setoran awal minimal Rp.50.000 dan minimal menabung selanjutnya Rp.10.000. Walaupun masyarakat sudah mengetahui produk-produk yang ditawarkan tapi tidak menutup kemungkinan bahwa mereka masih belum memahami syarat dan ketentuannya. Hal tersebut terjadi karena rata-rata calon nasabah bertaraf ekonomi menengah kebawah dan rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai sistem lembaga keuangan.

Produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat juga menjadi penentu keputusan nasabah. KSPPS BTM Banjarnegara baru menjalannya tiga produk simpanan diantaranya, Simpanan Mudharabah Biasa, Simpanan Wadiah dan Simpanan Berjangka (Deposito). Setelah dilakukan observasi banyak masyarakat yang tidak tertarik untuk menabung dikarenakan produk jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebutuhan.

2. Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Bagi hasil adalah sistem pembagian hasil usaha dimana pemilik modal bekerjasama dengan pemilik usaha untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menghasilkan keuntungan maupun kerugian ditanggung bersama (Hisamuddin,2015).

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel bebas yaitu pengetahuan produk terhadap variabel terikat yaitu keputusan menjadi nasabah, hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang menyatakan berdasarkan uji t yang memperoleh hasil t_{hitung} lebih besar t_{tabel} yaitu $2,775 > 1,98$ dan dengan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$. Hal ini menunjukkan nisbah bagi hasil berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah KSPPS BTM Banjarnegara cabang Punggelan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan nisbah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah diterima. Karena menunjukkan hasil yang signifikan antara nisbah bagi hasil dengan keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan, maka dalam setiap peningkatan nisbah bagi hasil memberikan hasil maksimal terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulika Khasanah dan Arie Indra Gunawan tahun 2014 berjudul “Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon (Penelitian Survei Terhadap Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon) yang mendapatkan hasil bahwa Bagi Hasil berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hal tersebut diketahui dari hasil angket yang diberikan kepada responden, bahwa tingkat nisbah bagi hasil juga menjadi faktor pendorong keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan, karena bagi hasil yang diberikan mampu memenuhi keinginan nasabah dan calon nasabah yang sebelumnya sudah mengetahui tentang nisbah bagi hasil didasarkan pada prosentase. Nisbah bagi hasil tidak sesuai dengan setoran minimal

tetapi berdasarkan kesepakatan. Setelah melakukan wawancara kepada nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara bisa ditarik kesimpulan, bahwa calon nasabah tertarik menjadi nasabah disebabkan karena bagi hasil yang diterapkan di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan berbeda dengan yang diterapkan pada bank, selain itu besarnya bagi hasil yang diberikan sesuai dan bermanfaat.

3. Pengaruh Pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Pelayanan di sini Menurut Kotler (dalam Sumantri, 2014) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, di mana pelayanan merupakan perilaku seseorang dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang lainnya demi tercapainya kepuasan.

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel bebas yaitu pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan menjadi nasabah, hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang menyatakan berdasarkan uji t yang memperoleh hasil t_{hitung} lebih kecil t_{tabel} yaitu $-0,312 > 1,98$ dan dengan tingkat signifikansi t lebih besar dari 0,05 yaitu $0,756 < 0,05$. Hal ini menunjukkan pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah KSPPS BTM Banjarnegara cabang Punggelan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah ditolak. Karena menunjukkan hasil yang tidak signifikan antara pelayanan dengan keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan, maka dalam setiap peningkatan pelayanan nasabah belum memberikan hasil maksimal terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Pelayanan keseluruhan yang diberikan oleh KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan kepada nasabah maupun calon nasabah tidak mempengaruhi untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Berdasarkan teori dari Muhtosim Arief pada pelayanan disusun beberapa indikator yaitu kehandalan, daya tangkap, jaminan, kepedulian dan bukti fisik. Dari indikator tersebut diturunkan menjadi beberapa pernyataan seperti melayani nasabah dengan baik, selalu siap memberikan bantuan, menjalin komunikasi yang baik dan pegawai berpenampilan rapi dan sopan. Setelah dilakukan observasi dapat ditarik kesimpulan bahwa KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan dalam melayani nasabah sudah sesuai standar operasional, namun persepsi masyarakat bahwa standar operasional yang diterapkan pada bank maupun lembaga keuangan di Kecamatan Punggelan itu sama, maka dari itu masyarakat menganggap bahwa pelayanan bukan menjadi faktor penentu mereka memutuskan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan. Faktor lainnya pada indikator jaminan, karena masih rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai badan hukum KSPPS BTM mengakibatkan ketika masyarakat menjaminkan barang berharganya masih memiliki ketakutan kerugian.

4. Pengaruh Pengetahuan produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.

Setelah dilakukan perhitungan diperoleh t hitung berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 2,865 dan nilai Sig. F 0,051. Nilai signifikan lebih dari 0,05 ($0,051 < 0,05$) maka H_4 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ke tiga variabel secara simultan atau bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Dari hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diketahui nilai *Adjust R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,077 atau 7,7% Ini berarti bahwa 7,7% dari penelitian ini dalam menjelaskan variabel

dependen. Sedangkan sisanya 92,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil penelitian ini tidak signifikan karena kurangnya sosialisasi produk-produk dan sistem yang dijalankan di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan sehingga tidak meningkatkan keputusan menjadi nasabah. Nasabah pada produk simpanan tidak terlalu banyak dibandingkan pada produk pembiayaan. Hal tersebut mengakibatkan bahwa pengetahuan produk simpanan, nisbah bagi hasil dan pelayanan tidak dapat mempengaruhi calon nasabah memutuskan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan. Adanya temuan penelitian ini KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan lebih meningkatkan lagi sosialisasi dan pelayanan agar dapat menimbulkan tindakan atau keputusan untuk menjadi nasabah dan dapat bersaing dengan lembaga keuangan bank lainnya.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulannya itu:

1. Tidak berpengaruh antara Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada KSPPS BTM Banjarnegara. Disebabkan karena produk tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan kurangnya sosialisasi terkait sistem dan persyaratannya secara menyeluruh.
2. Terdapat pengaruh antara Nisbah Bagi Hasil terhadap Keputusan menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan. Disebabkan semakin menguntungkan bagi hasil yang diberikan kepada nasabah akan mempengaruhi keputusan calon nasabah menjadi nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.
3. Tidak berpengaruh antara Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada KSPPS BTM Banjarnegaa. Disebabkan karena kurangnya kepercayaan masyarakat dan kurangnya pengetahuan mengenai badan hukum dan pengawas KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan.
4. Hasil uji hipotesis secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan. Dibuktikan dari hasil uji F nilai p-value lebih besar dari *level of significant* yang telah ditentukan sebesar 5%. Berati secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

- a) KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan hendaknya meningkatkan pemahaman maupun transparansi mengenai nisah bagi hasil secara optimal sehingga calon anggota juga akan tertarik dan lebih paham mengenai nisbah bagi hasil yang diterapkan.
- b) KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap anggota sehingga anggota akan merasa nyaman dalam melakukan transaksi.
- c) KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan hendaknya sebelum menjadikan calon nasabah menjadi nasabah, memberikan penjelasan terlebih dahulu mengenai produk serta fitur-fitur lainnya sehingga calon anggota tidak kebingungan apabila nanti akan mengambil/ tarik tunai tabungan.
- d) KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan Agar masyarakat tertarik menabung di KSPPS BTM, hendaknya pihak KSPP BTM lebih gencar lagi melakukan sosialisasi maupun promosi, baik melalui media cetak maupun media elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma , B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Alinda, R. P., & Ridwan, A. (2016). Pengaruh Tingkat Suku Bunga Bank dan Nisbah Bagi Hasil pada Deposito Mudharabah. *Jurnal Ilmu dan Riset Ekonomi*, 5(1), 2-15.
- Daulay, A. N. (2017). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Human Falah*, 4(1), 106 - 136.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fahrudin, M. F., & Yuliyanti, E. (2015). Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 149-162.
- Ghozali, I. (2006). *Analisis Multivarite dan Program SPSS*. Semarang.
- Hisamuddin, N. (2015). Analisis yang Dipertimbangkan dalam Penentuan Nisbah Bagi Hasil Simpanan Deposito Mudharabah dan Perlakuan Akutansinya pada BPR Syariah Asri Mandiri Nusantara. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 136 - 173.
- Halisanda, & Jamaludin. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya sebagai Variabel Moderating pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 1-21.
- Hardisman. (2020). *Tanya Jawab Analisis Data Prinsip Dasar dan Langkah-Langkah Aplikasi Praktis pada Penelitian Kesehatan dengan SPSS*. Jawa Barat: Guepedia.
- Hasan, I. (2004). *Analisis Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imamah, I. F. (2019). Penentuan Nisbah Bagi Hasil pada Pembiayaan Mudharabah dan Perlakuan Akutansinya (Studi Kasus pada KSPPS BTM NU Cabang Wringin Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 41-52.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Karim, A. (2004). *Bank Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2002). *Dasar-Dasar Perbankan* . Jakarta: PT Raja Garfindo.
- Kadir. (2015). *Statistika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisel dalam penelitian*. Jakarta: Rajawali pers.
- Khasanah, Y., & Arie , I. G. (2014). Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon (Penelitian Survei Terhadap Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon). *Edunomic*, 2(1), 38-46.
- Kotler, P., & Amstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lubis, R. F., & Magnadi, R. F. (2015). Studi Tentang Produk Knowledge dan Pembelian pada Notebook Acer (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 4(4), 2-10.
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Menabung dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang. *Jurnal Of Indonesian Applied Economicc*, 4(1), 43-57.
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni. (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *Global Jurnal Of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 124-134.
- Maysitoh, N. D. (2014). Analisis Normatif UU Nomer 1 tahun 2013 tentang LKM atas Status Badan Hukum dan Pengawasan BMT. *Jurnal Economica*, 5(2), 18.
- Monier. (2007). *Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. (2001). *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Nastiti , N., Hartanto, A., & Ulfah, I. F. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 64-70.

- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- Ramadhani, H. M., & Rahmi, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi*, 2, 689-704.
- Risal, T., & Alexander, A. (2019). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada Mahasiswa Univesitas Potensi Utama. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(2), 118 - 130.
- Resti , E., Aravik, H., & Choirunnisa. (2021). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 135-144
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Saputri, E. J. (2019). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Bunga, dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Jambi. *Jurnal Riset Akutansi Jambi*, 2(2), 39-45.
- Soemitro, W. (1993). *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sufitrayati, F. N. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi*, 2(1).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D cet 24*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.

- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Dan Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Ofset.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Ofset.
- Sumantri, B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia*, 10(2), 141-147.
- Sumarni, M. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sunyoto, D. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Susana, E., & Prasetyanti, A. (2011). Pelaksanaan dan Sistem Bagi Hasil Pembiayaan Al-Mudharabah pada Bank Syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(3), 466-474.
- Suwiknyo, D. (2010). *Kompilasi tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Suwiknyo, D. (2009). *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media.
- Syamsyah, N., Syahrir, A. M., & Susanto, I. (2019). Peran Koperasi BTM Terhadap Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah di Bandar Lampung. *Jurnal Economica*, 2(1), 64-72.
- Tijjono, F. (2011). *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi.
- Wahab, W. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1).
- Widowati, A. S. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, 7(2), 141-156.
- Wiridyaningsih. (2004). *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Yoesmanam, I. C. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 136.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN

Yth. Calon Responden Penelitian

Di

Tempat

Dengan hormat,

Saya mahasiswa Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, bermaksud melaksanakan penelitian dengan Judul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di KSPPS BTM Banjarnegara Cabang Punggelan (studi pada Nasabah Simpanan Wadiah)”.

Saya mengharap partisipasi bapak/ibu/saudara/saudari dalam penelitian yang saya lakukan, saya menjamin kerahasiaan data yang diisi oleh responden. Informasi yang bapak/ibu/saudara/saudari berikan hanya semata-mata digunakan untuk pengembangan ilmu keuangan syariah dan tidak digunakan untuk maksud lain.

Apabila bapak/ibu/saudara/saudari bersedia menjadi responden, bapak/ibu/saudara/saudari mengisi dan menandatangani lembar persetujuan menjadi responden. Atas perhatian dan kesediaan bapak/ibu/saudara/saudari disampaikan terima kasih.

Peneliti

Responden

KUISIONER PENELITIAN

A. Data Pribadi

1. Nama :
2. Umur ` :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
4. Alamat :
5. Pendidikan Terakhir : a) SD/Sederajat d) Diploma
b) SMP e) Sarjana/Pascasarjana
c) SMA/AMK
6. Pekerjaan : a) Pelajar/Mahasiswa d) Wiraswasta
b) Pegawai Negeri e) Lainnya
c) Pegawai Swasta
7. Penghasilan/bulan : a) <1 juta d) 3 s/d 5 juta
b) 1 s/d 2 juta e) >5 juta
c) 2 s/d 3 juta

Bagian 2

B. DAFTAR PERTANYAAN RESPONDEN

Jawablah pertanyaan dibawah ini sesuai dengan kualitas pelayanan, pengetahuan produk, dan nisbah bagi hasil, dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Dengan petunjuk dibawah ini:

Keterangan:

Sangat tidak setuju (STS) = 1 Tidak setuju (TS) = 2 Ragu-
ragu (RR) = 3
Setuju (S) = 4 Sangat setuju (SS) = 5

Pengetahuan Produk			Penilaian				
			SS	S	KS	TS	STS
No	Indikator	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1	Pengetahuan tentang karakteristik produk	Nasabah mengetahui karakteristik produk simpanan termasuk syarat dan ketentuannya					
2	Pengetahuan tentang manfaat produk	Nasabah mengetahui manfaat produk simpanan					
4	Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk	Sebelum menggunakan produk, nasabah mempertimbangkan pengetahuan kepuasan yang akan didapatkan dari produk					
4	Pengetahuan mengenai kategori produk	Nasabah memiliki pengetahuan mengenai produk simpanan yang akan digunakan					
Nisbah Bagi Hasil			Penilaian				
			SS	S	KS	TS	STS
No	Indikator	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1	Prosentase	Nisbah keuntungan ditentukan atas kesepakatan bukan berdasarkan porsi setoran awal					
2	Pembagian bagi hasil	Besaran bagi hasil sesuai dengan					

		prosedur yang disepakati dan besaran pembagian untung berdasarkan keuntungan yg diperoleh BTM					
3	Bermanfaat	nisbah bagi hasil yang diberikan bermanfaat bagi nasabah					
4	Besarnya Nisbah	Rasio pembagian keuntungan sesuai akad persetujuan kedua belah pihak					
5	Cara menyelesaikan Kerugian	Apabila terjadi kerugian diambil dari keuntungan karena merupakan perlindungan dari modal					
Pelayanan			Penilaian				
			SS	S	KS	TS	STS
No	Indikator	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1	Bukti Fisik (Tangibles)	Kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan					
2	Keandalan (Reliability)	Kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan					
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	Petugas merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan dengan cepat, tepat, dan					

		cermat					
4	Jaminan (Assurance)	Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan					
5	Peduli (Empathy)	Petugas selalu melayani dengan sopan dan ramah					
Keputusan Menjadi Nasabah			Penilaian				
			SS	S	KS	TS	STS
No	Indikator	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1	Pengenalan Kebutuhan	memutuskan menjadi nasabah karena produk simpanan sesuai dengan kebutuhan					
2	Pencarian Informasi	memutuskan menjadi nasabah dengan cara mencari informasi mengenai sitem dan syarat menyimpan dana di BTM					
3	Evaluasi Alternatif	memutuskan menjadi nasabah perlu membandingkan produk BTM dengan produk koperasi syariah lainnya					
4	Keputusan Pembelian	Memutuskan menjadi nasabah karena pertimbangan terkait manfaat yang diberikan					
5	Perilaku Pasca Pembelian	memutuskan menjadi nasabah karena merasa tepat memilih produk					

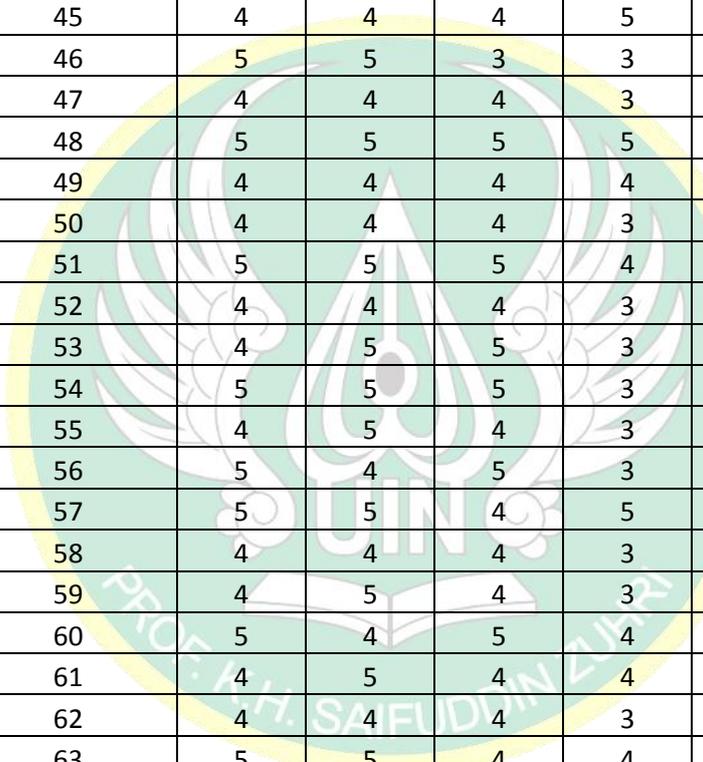
Lampiran 2.

Jawaban Kuesioner Responden

TABULASI DATA

Pengetahuan Produk

data reponden	Pengetahuan Produk				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	3	5	4	3	15
2	4	4	4	3	15
3	3	4	4	2	13
4	4	4	4	3	15
5	4	4	4	2	14
6	4	5	4	4	17
7	3	4	5	4	16
8	4	5	4	4	17
9	4	4	5	4	17
10	5	4	4	3	16
11	4	5	4	2	15
12	4	5	4	4	17
13	3	4	4	2	13
14	4	4	4	3	15
15	3	4	5	4	16
16	3	5	4	3	15
17	4	5	4	4	17
18	3	4	4	2	13
19	4	5	5	4	18
20	3	5	4	3	15
21	5	5	4	4	18
22	5	4	5	4	18
23	4	5	4	4	17
24	3	4	5	4	16
25	4	5	5	3	17
26	3	5	4	4	16
27	4	5	4	4	17
28	4	5	5	3	17
29	4	4	4	3	15
30	4	4	5	4	17
31	4	5	5	4	18
32	4	4	5	3	16
33	3	4	4	4	15



34	5	5	5	4	19
35	4	4	4	3	15
36	4	5	4	3	16
37	4	5	5	4	18
38	5	5	5	4	19
39	4	4	4	4	16
40	5	5	3	4	17
41	3	4	4	3	14
42	4	5	4	4	17
43	4	4	4	3	15
44	5	5	4	4	18
45	4	4	4	5	17
46	5	5	3	3	16
47	4	4	4	3	15
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	3	15
51	5	5	5	4	19
52	4	4	4	3	15
53	4	5	5	3	17
54	5	5	5	3	18
55	4	5	4	3	16
56	5	4	5	3	17
57	5	5	4	5	19
58	4	4	4	3	15
59	4	5	4	3	16
60	5	4	5	4	18
61	4	5	4	4	17
62	4	4	4	3	15
63	5	5	4	4	18
64	4	5	5	4	18
65	5	4	4	3	16
66	5	5	4	4	18
67	4	4	4	4	16
68	4	5	4	3	16
69	5	4	5	4	18
70	4	5	4	4	17
71	4	4	4	3	15
72	4	5	4	4	17
73	5	4	5	3	17
74	5	4	4	4	17

75	4	5	4	3	16
76	5	4	4	4	17
77	4	5	4	3	16
78	4	4	3	2	13
79	4	5	4	3	16
80	4	4	3	2	13
81	4	5	4	4	17
82	3	4	3	4	14
83	4	5	4	4	17
84	4	4	4	4	16
85	5	5	3	4	17
86	4	4	4	4	16
87	4	3	4	2	13
88	4	5	5	4	18
89	5	5	4	4	18
90	4	4	4	3	15
91	4	5	3	4	16
92	4	3	4	4	15
93	4	5	4	5	18
94	4	4	5	4	17
95	4	5	3	3	15
96	5	5	4	4	18
97	4	5	4	3	16
98	4	4	3	4	15
99	5	5	3	4	17
100	4	4	3	4	15

Nisbah Bagi Hasil

data reponden	Nisbah Bagi Hasi					Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	3	4	5	4	3	19
2	3	5	4	3	3	18
3	4	4	5	3	5	21
4	4	5	4	4	4	21
5	3	4	4	4	4	19
6	4	5	4	3	5	21
7	4	4	4	4	5	21
8	3	5	4	5	4	21
9	3	4	4	2	3	16
10	4	4	5	3	5	21

11	4	5	4	2	4	19
12	3	5	5	4	5	22
13	4	4	4	3	3	18
14	3	5	4	4	4	20
15	3	4	5	3	4	19
16	4	5	4	3	3	19
17	4	5	5	4	3	21
18	4	4	4	5	3	20
19	3	4	5	5	5	22
20	4	5	4	4	5	22
21	3	4	4	3	4	18
22	4	4	5	5	4	22
23	3	5	4	4	4	20
24	3	4	5	4	5	21
25	4	5	4	5	3	21
26	3	4	3	4	3	17
27	3	4	5	3	3	18
28	4	5	4	5	5	23
29	3	5	3	3	5	19
30	2	4	4	4	5	19
31	3	4	5	5	5	22
32	5	5	4	4	4	22
33	3	4	3	5	4	19
34	4	4	3	4	3	18
35	4	5	3	5	5	22
36	2	3	3	4	4	16
37	3	4	5	4	4	20
38	2	4	4	4	5	19
39	4	4	5	5	4	22
40	4	4	5	4	4	21
41	3	3	3	3	3	15
42	3	4	4	3	3	17
43	3	5	5	4	3	20
44	4	4	4	4	4	20
45	3	4	4	5	4	20
46	4	5	5	4	3	21
47	3	4	5	5	3	20
48	4	5	4	5	4	22
49	4	4	5	3	4	20
50	3	4	4	4	4	19
51	3	4	5	4	4	20

52	4	5	5	5	3	22
53	4	4	4	4	5	21
54	3	5	5	4	5	22
55	4	5	5	3	5	22
56	3	4	4	4	5	20
57	3	4	5	4	4	20
58	4	5	4	3	4	20
59	5	4	4	4	4	21
60	3	4	4	3	3	17
61	4	5	4	4	4	21
62	3	4	4	3	4	18
63	5	5	4	4	4	22
64	3	4	5	4	5	21
65	4	4	5	5	3	21
66	4	4	5	4	5	22
67	3	4	4	4	4	19
68	4	5	4	4	5	22
69	3	4	4	5	4	20
70	4	5	5	4	4	22
71	4	4	4	3	4	19
72	3	4	5	5	4	21
73	4	5	4	4	3	20
74	4	5	4	5	5	23
75	3	5	4	5	5	22
76	4	4	4	4	5	21
77	4	5	4	3	4	20
78	4	4	3	4	4	19
79	3	4	3	3	4	17
80	4	4	4	3	4	19
81	3	4	3	5	5	20
82	4	4	4	3	5	20
83	5	5	5	4	4	23
84	3	4	4	4	4	19
85	5	4	5	3	5	22
86	3	3	4	4	5	19
87	2	2	3	3	3	13
88	4	5	4	4	5	22
89	3	4	5	4	4	20
90	5	5	5	5	5	25
91	3	5	4	4	4	20
92	4	5	4	5	5	23

93	3	4	4	4	5	20
94	4	4	3	4	4	19
95	4	4	3	3	5	19
96	3	4	3	4	4	18
97	4	4	5	3	5	21
98	4	5	4	4	4	21
99	4	4	3	3	4	18
100	5	4	3	4	4	20

Pelayanan

data reponden	Pelayanan					Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	3	4	4	5	4	20
2	4	5	4	4	5	22
3	4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	4	20
5	3	4	5	4	5	21
6	4	5	5	4	5	23
7	4	5	4	4	4	21
8	4	5	5	4	4	22
9	3	4	5	4	4	20
10	4	5	4	4	5	22
11	2	2	2	3	4	13
12	4	4	4	4	4	20
13	2	2	3	3	4	14
14	4	5	3	4	4	20
15	4	4	3	4	5	20
16	2	3	3	4	4	16
17	2	3	4	4	4	17
18	4	4	4	4	4	20
19	4	3	4	4	5	20
20	4	5	5	5	4	23
21	4	4	4	4	4	20
22	2	4	3	4	5	18
23	2	3	4	4	5	18
24	4	5	4	4	4	21
25	4	5	4	4	4	21
26	3	5	5	4	5	22
27	4	4	5	3	4	20
28	4	5	5	5	5	24

29	4	4	4	3	5	20
30	3	4	4	4	4	19
31	4	5	4	4	4	21
32	4	5	4	4	5	22
33	3	4	5	4	5	21
34	4	5	4	4	5	22
35	4	5	5	4	4	22
36	4	4	4	3	5	20
37	3	4	4	4	4	19
38	4	5	5	4	4	22
39	4	4	4	4	4	20
40	3	4	4	3	4	18
41	4	5	5	4	4	22
42	4	4	4	4	4	20
43	4	5	4	4	5	22
44	2	4	4	4	4	18
45	4	5	5	5	4	23
46	4	5	4	4	5	22
47	2	3	4	3	5	17
48	4	5	4	4	4	21
49	4	4	5	3	4	20
50	4	4	4	4	5	21
51	4	5	5	4	4	22
52	4	5	4	4	4	21
53	3	4	4	4	4	19
54	4	5	4	4	5	22
55	4	5	5	4	5	23
56	4	5	4	4	4	21
57	3	3	4	3	5	18
58	4	5	4	4	5	22
59	4	5	4	4	4	21
60	4	5	4	4	4	21
61	4	5	5	5	5	24
62	3	4	4	4	3	18
63	4	5	4	4	5	22
64	4	5	4	4	3	20
65	3	4	4	4	5	20
66	4	5	4	4	5	22
67	4	5	5	3	3	20
68	4	4	4	4	5	21
69	4	5	4	4	3	20

70	2	4	4	4	3	17
71	4	4	4	4	5	21
72	4	5	4	3	3	19
73	3	4	5	3	5	20
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	2	4	4	4	3	17
77	4	5	4	4	5	22
78	4	5	4	3	5	21
79	4	5	4	4	5	22
80	4	5	4	3	5	21
81	3	3	4	4	3	17
82	4	5	4	4	5	22
83	4	5	4	4	5	22
84	2	4	4	4	3	17
85	4	5	4	4	3	20
86	4	4	4	4	3	19
87	4	5	5	4	5	23
88	2	4	3	4	3	16
89	4	5	5	4	5	23
90	2	3	3	2	5	15
91	4	5	5	3	4	21
92	2	3	3	4	3	15
93	4	5	4	4	5	22
94	2	2	3	4	3	14
95	4	4	4	3	3	18
96	2	4	3	4	4	17
97	4	5	5	4	4	22
98	3	4	4	4	4	19
99	4	5	4	3	4	20
100	3	4	5	4	4	20

Keputusan Nasabah

Data reponden	Keputusan Nasabah					Total
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
1	4	5	5	4	4	22
2	4	5	4	4	4	21
3	4	4	5	3	4	20
4	4	5	4	4	4	21
5	5	4	4	4	4	21

6	4	5	5	5	4	23
7	4	5	4	4	5	22
8	5	5	4	5	4	23
9	5	5	5	4	5	24
10	4	4	4	3	5	20
11	4	5	4	5	5	23
12	5	5	4	4	5	23
13	4	4	4	4	4	20
14	3	5	4	4	4	20
15	5	4	5	5	4	23
16	4	4	4	5	4	21
17	4	5	5	4	4	22
18	4	4	4	5	4	21
19	5	4	5	5	4	23
20	4	5	4	4	5	22
21	5	4	5	4	4	22
22	4	4	5	5	4	22
23	3	4	4	4	4	19
24	5	4	5	4	5	23
25	5	4	5	5	5	24
26	3	4	5	4	4	20
27	5	4	5	4	4	22
28	4	4	4	5	5	22
29	5	5	3	4	5	22
30	5	4	4	4	5	22
31	2	2	3	2	4	13
32	5	5	4	4	4	22
33	5	5	5	5	4	24
34	4	5	5	4	4	22
35	4	5	5	5	5	24
36	5	5	4	4	4	22
37	5	4	4	5	4	22
38	5	4	4	4	5	22
39	4	4	5	5	4	22
40	4	4	5	4	4	21
41	5	5	4	4	4	22
42	5	4	4	4	4	21
43	4	5	5	4	5	23
44	4	4	4	4	4	20
45	2	3	4	3	4	16
46	4	5	5	4	5	23

47	5	5	4	5	4	23
48	4	5	4	5	4	22
49	4	4	5	4	4	21
50	4	4	5	4	4	21
51	5	5	5	4	4	23
52	4	5	5	5	4	23
53	4	4	5	4	5	22
54	5	5	4	4	5	23
55	4	5	4	3	5	21
56	3	4	4	4	5	20
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	3	4	19
59	4	4	4	4	4	20
60	5	4	4	4	4	21
61	4	5	4	4	4	21
62	5	4	4	4	4	21
63	5	5	4	4	4	22
64	5	4	5	4	5	23
65	4	4	5	5	4	22
66	4	4	5	4	5	22
67	4	4	4	4	4	20
68	4	5	4	4	5	22
69	4	4	4	4	4	20
70	4	5	4	5	4	22
71	4	4	5	3	4	20
72	3	4	4	4	4	19
73	4	5	4	4	4	21
74	5	5	4	5	5	24
75	3	4	4	5	4	20
76	4	4	4	5	5	22
77	4	5	4	3	4	20
78	4	4	4	4	4	20
79	3	4	4	4	4	19
80	4	4	4	3	4	19
81	3	4	4	4	5	20
82	4	4	4	3	5	20
83	5	5	5	4	4	23
84	3	4	3	4	4	18
85	5	4	5	3	5	22
86	3	3	4	4	5	19
87	4	4	4	3	4	19

88	4	5	4	4	5	22
89	3	4	4	4	4	19
90	5	5	5	5	5	25
91	3	5	4	4	4	20
92	4	5	4	5	5	23
93	3	4	4	4	5	20
94	4	4	3	4	4	19
95	4	4	3	4	5	20
96	3	4	3	4	4	18
97	4	4	5	3	4	20
98	4	5	4	4	4	21
99	4	4	4	3	3	18
100	5	4	4	4	4	21



Lampiran 3.

Hasil Beberapa Uji Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.184	.066	.278**	.628**
	Sig. (2-tailed)		.066	.516	.005	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.184	1	.000	.265**	.561**
	Sig. (2-tailed)	.066		1.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.066	.000	1	.165	.495**
	Sig. (2-tailed)	.516	1.000		.102	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.278**	.265**	.165	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.005	.008	.102		.000
	N	100	100	100	100	100
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.628**	.561**	.495**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

1. Variabel X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2_TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.405**	.097	.001	.075	.557**
	Sig. (2-tailed)		.000	.339	.994	.461	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.405**	1	.166	.158	.091	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000		.098	.116	.370	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.097	.166	1	.109	.056	.517**
	Sig. (2-tailed)	.339	.098		.282	.578	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.001	.158	.109	1	.113	.535**
	Sig. (2-tailed)	.994	.116	.282		.264	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.075	.091	.056	.113	1	.513**
	Sig. (2-tailed)	.461	.370	.578	.264		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2_TOTAL	Pearson Correlation	.557**	.619**	.517**	.535**	.513**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3_TOTA L
X3.1	Pearson Correlation	1	.723**	.439**	.143	.236*	.812**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.157	.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.723**	1	.501**	.290**	.184	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.067	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.439**	.501**	1	.194	.154	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.053	.125	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.143	.290**	.194	1	-.010	.417**
	Sig. (2-tailed)	.157	.003	.053		.918	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.236*	.184	.154	-.010	1	.497**
	Sig. (2-tailed)	.018	.067	.125	.918		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3_TOTAL	Pearson Correlation	.812**	.846**	.685**	.417**	.497**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	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).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y_TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.372**	.285**	.261**	.110	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.009	.276	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.372**	1	.132	.323**	.124	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000		.190	.001	.218	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.285**	.132	1	.184	.013	.538**
	Sig. (2-tailed)	.004	.190		.067	.897	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.261**	.323**	.184	1	.069	.637**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.067		.498	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.110	.124	.013	.069	1	.384**
	Sig. (2-tailed)	.276	.218	.897	.498		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.730**	.658**	.538**	.637**	.384**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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



Uji Reliabilitas

1. Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	5

2. Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.697	6

3. Variabel X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	6

4. Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	6

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73255156
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.056
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.790
Asymp. Sig. (2-tailed)		.561

a. Test distribution is Normal.

2. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.572	2.910		5.695	.000		
X1_TOTAL	-.018	.121	-.015	-.151	.880	.950	1.052
X2_TOTAL	.268	.097	.279	2.775	.007	.951	1.052
X3_TOTAL	-.025	.079	-.031	-.312	.756	.999	1.001

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.250	1.910		.131	.896
X1_TOTAL	.115	.079	.150	1.446	.151
X2_TOTAL	-.051	.063	-.084	-.811	.420
X3_TOTAL	.010	.052	.019	.193	.848

a. Dependent Variable: RES2

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.572	2.910		5.695	.000
X1_TOTAL	-.018	.121	-.015	-.151	.880
X2_TOTAL	.268	.097	.279	2.775	.007
X3_TOTAL	-.025	.079	-.031	-.312	.756

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

. Analisis Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.278 ^a	.077	.049	1.75941

a. Predictors: (Constant), X3_TOTAL, X2_TOTAL, X1_TOTAL

b. Dependent Variable: Y_TOTAL

Uji Hipotesis

1. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.572	2.910		5.695	.000
X1_TOTAL	-.018	.121	-.015	-.151	.880
X2_TOTAL	.268	.097	.279	2.775	.007
X3_TOTAL	-.025	.079	-.031	-.312	.756

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

2. Uji F

ANOVA^b

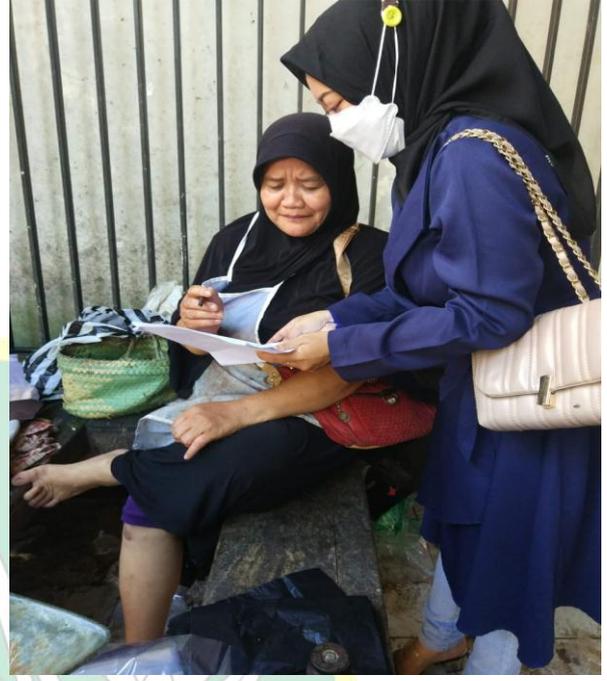
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.938	3	8.313	2.685	.051 ^a
	Residual	297.172	96	3.096		
	Total	322.110	99			

a. Predictors: (Constant), X3_TOTAL, X2_TOTAL, X1_TOTAL

b. Dependent Variable: Y_TOTAL

Lampiran 4.

Foto Pengisian Kuesioner



Lampiran 5.

Foto Wawancara



Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Titis Wulan Purnamasari
2. NIM : 1817202084
3. Tempat Tanggal Lahir : Banjarnegara, 08 April 2000
4. Alamat : Kecepit Rt 12/01, Punggelan,
Banjarnegara
5. Nama Ayah : alm. Amin MP
6. Nama Ibu : Muktirin

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Aisyiyah BA Kecepit
 - b. SD/MI, tahun lulus : MI Muhammadiyah Kecepit, 2012
 - c. SMP/MTS, tahun lulus : SMP Negeri 1 Punggelan, 2015
 - d. SMA/MA, tahun lulus : SMA Negeri 1 Wanadadi, 2018
 - e. S1, tahun masuk : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
Purwokerto, 2018
2. Pendidikan Non Formal : -

C. Prestasi Akademik : -

D. Pengalaman Organisasi

1. Koordinator bidang ekonomi dan kewirausahaan HMJ Perbankan Syariah
2. Sekretaris Bidang Organisasi IMM Yunus Anis UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun 2019