



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN KSPPS BMT TAWFIN**

**SKRIPSI**  
Lulu Masrurah  
1702055046

Diajukan sebagai salah satu syarat sebagai gelar Sarjana Ekonomi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JAKARTA  
2022**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN KSPPS BMT TAWFIN**

**SKRIPSI**  
Lulu Masruroh  
1702055046

Diajukan sebagai salah satu syarat sebagai gelar Sarjana Ekonomi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN KSPPS BMT TAWFIN” merupakan hasil karya saya pribadi dan sejauh pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau diteliti oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penelitian (Skripsi) ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, Februari 2022





(Lulu Masruroh)

NIM. 1702055046

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**JUDUL** : Analisis Faktor Keputusan Nasabah Dalam  
KSPPS BMT Tawfin  
**NAMA** : LULU MASRUROH  
**NIM** : 1702055046  
**PROGRAMSTUDI** : EKONOMI ISLAM  
**TAHUN AKADEMIK** : 2021/2022

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Zulpahmi, S.E.,M.Si.	
Pembimbing II	Sumardi, S.E., M.Si.	

**Mengetahui**

Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof DR. HAMKA



Ummu Salma al Azizah, SE.I., M.Sc.

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN KSPPS BMT TAWFIN**

Yang disusun oleh :

Lulu Masruroh  
1702055046

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian keserjanaan starta – satu  
(S1)Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal :

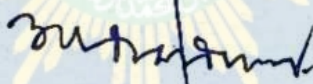
**Tim Penguji**

Ketua, merangkap anggota :



(Dr., Ir., H. Yadi Nurhayadi, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr., Budiandru, SE., Ak., ME., Sy.)

Anggota :



(Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M. Sc.)

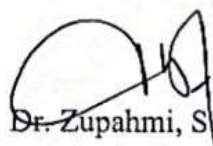
**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof.  
DR. HAMKA

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof.  
Dr. HAMKA



Ummu Salma Azizah, S.E.I., M. Sc.



Dr. Zupahmi, S.E., M

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lulu Masruroh  
NIM : 1702055046  
Program Studi : S1 Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu dan pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non Exclusive Royalti Free-right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN KSPPS BMT TAWFIN”** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berkah menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : Februari 2022  
Yang Menyatakan



(Lulu Masruroh)

## ABSTRAK

**Lulu Masruroh (1702055046)**

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN KSPPS BMT TAWFIN**

Skripsi. *Program Sarjana Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta*

**Kata Kunci** : *Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Promosi, Religiusitas, Pengetahuan, Faktor Sosial, Keputusan Nasabah*

Dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh hubungan dari citra perusahaan, kualitas pelayanan, promosi, religiusitas, pengetahuan dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel sejumlah 100 responden yang menggunakan dan pernah menggunakan KSPPS BMT Tawfin. Adapun untuk teknik pengambilan sampel yaitu dengan *probability sampling*. Teknik pengolahan dan analisis data yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan Software SPSS Statistics 20.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan Uji t, citra perusahaan dengan nilai signifikan 0,017, kualitas pelayanan dengan nilai signifikan 0,078, promosi dengan nilai signifikan 0,061, religiusitas dengan nilai signifikan 0,009, pengetahuan dengan nilai signifikan 0,380, dan faktor sosial dengan nilai signifikan 0,318 menunjukkan bahwa dengan taraf signifikansi 0,05 hanya variabel religius saja yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan KSPPS BMT Tawfin.

Dalam Uji F variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan, promosi, religiusitas, pengetahuan dan faktor sosial dengan nilai signifikan 0,022

menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan KSPPS BMT Tawfin.

Dengan hasil penelitian tersebut maka disarankan kepada BMT untuk dapat meningkatkan lagi citra perusahaan, kualitas pelayanan, promosi, religiusitas, pengetahuan dan sosial dengan hal ini apabila dari faktor tersebut sesuai dengan harapan nasabah maka akan membuat nasabah untuk memutuskan menggunakan BMT Tawfin.





## ABSTRACT

**Lulu Masruroh (1702055046)**

### **ANALYSIS FACTORS CUSTOMER DECISION USING KSPPSBMT TAWFIN**

*Thesis. Undergraduate Program in Studies Program Islamic Economics. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2021. Jakarta*

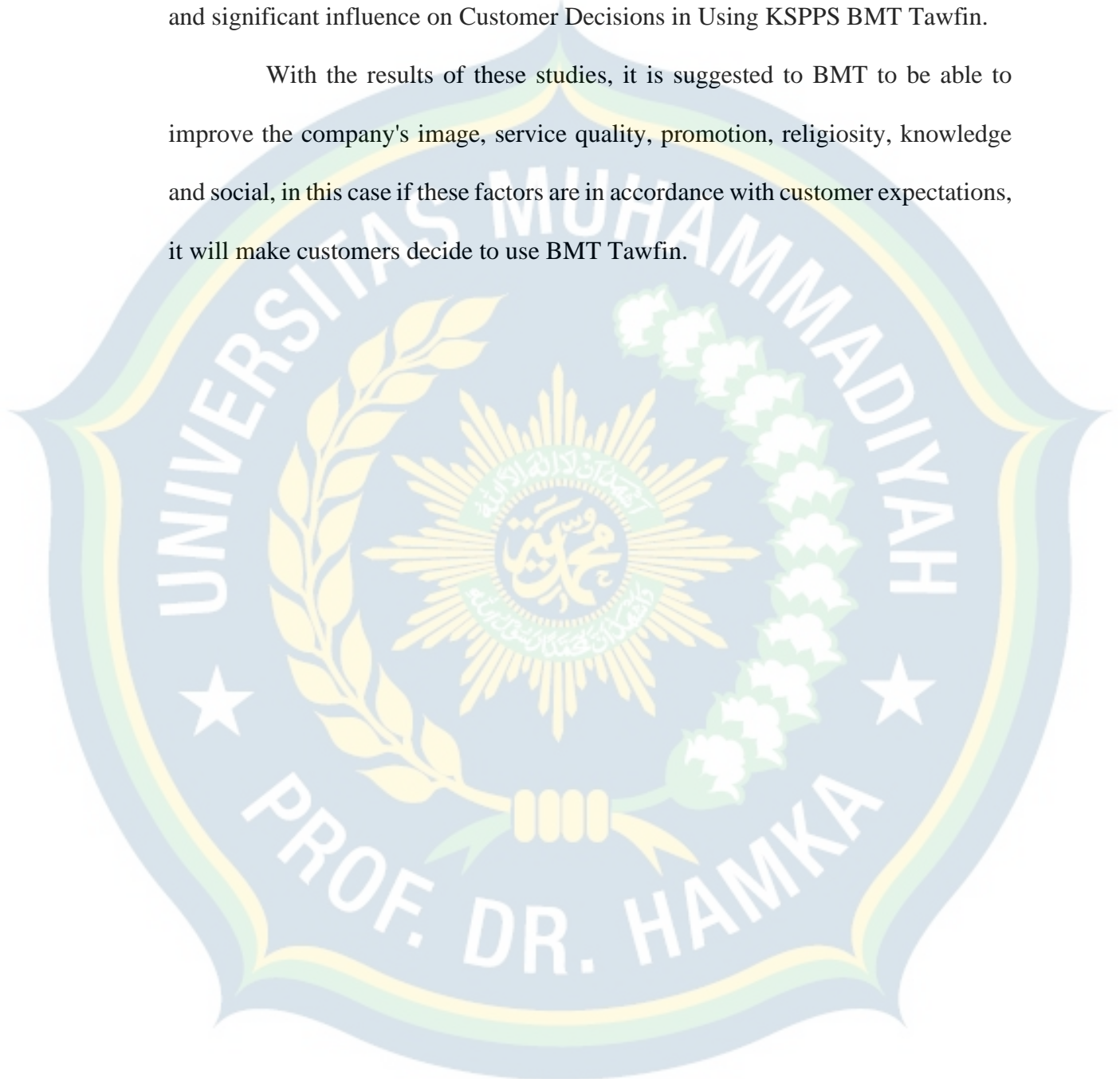
**Keywords:** Corporate Image, Service Quality, Promotion, Religiosoty, Knowledge, Factors Social, Customer Decisions

This study was conducted to determine the effect of the relationship of corporate image, service quality, promotion, religion, knowledge and social factors on customer decisions in using KSPPS BMT Tawfin. The method used in this research is quantitative with a sample of 100 respondents who use and have used KSPPS BMT Tawfin. As for the sampling technique, namely the probability sampling. Data processing and analysis techniques are descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis using SPSS Statistics 20 Software.

The results obtained in this study show the t-test, corporate image with a significant value of 0.017, service quality with a significant value of 0.078, promotion with a significant value of 0.061, religiosity with a significant value of 0.009, knowledge with a significant value of 0.380, and social factors with a significant value of 0.318. that with a significance level of 0.05, only religious variables have a significant influence on Customer Decisions in Using KSPPS BMT Tawfin.

In the F test the variables of corporate image, service quality, promotion, religiosity, knowledge and social factors with a significant value of 0.022 indicate a positive and significant influence on Customer Decisions in Using KSPPS BMT Tawfin.

With the results of these studies, it is suggested to BMT to be able to improve the company's image, service quality, promotion, religiosity, knowledge and social, in this case if these factors are in accordance with customer expectations, it will make customers decide to use BMT Tawfin.



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahiraabbil alamin, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tidak lupa juga shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya yang telah membawa kita (manusia) dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang benderang seperti sekarang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses pembuatan skripsi ini tidaklah mudah serta memiliki beberapa kendala. Sehingga skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak sekali kekurangan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada semua orang yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Seangat penghormatan dan kebanggaan penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Sumardi, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak M. Nurrasyidin, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Edi Setiawan SE., M.M., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Dr. Tohirin S.H.I.M.Pd.I., selaku Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

7. Ibu Ummu Salma al Azizah, SE.I., M.Sc selaku Ketua Bidang Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
8. Bapak Dr. Zulpahmi, M.Si., selaku dosen pembimbing I sekaligus dekan FEB UHAMKA. Saya mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas bimbingan dan arahan yang telah bapak berikan dalam proses penyusunan skripsi saya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini
9. Bapak Sumardi, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing II sekaligus Wakil dekan I. Saya mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya bimbingan dan arahan yang telah bapak berikan dalam proses penyusunan skripsi saya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
10. Terimakasih yang tiada hentinya kepada orangtua saya yang senantiasa selalu mendukung serta mendo'akan saya sehingga saya dapat sampai ketitik ini.
11. Kepada teman-teman seperjuangan saya, Prodi Ekonomi Islam angkatan 2017 yang terkhususnya Meirani Azizah Muharrami, Yoga Prayuga, Annisa Rahmawati, Indah Meikuri, Putra Adi Pratomo, Shafira Nuraini Habibah, Annisa Ikhtiaty Mubarakah dan Hifzhatun Nisa yang telah memberikan segala bentuk bantuan kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akir kata, saya harapkan semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada kita semua, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat serta yang dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jakarta, 11 Februari 2022

Peneliti



(Lulu Masruroh)  
NIM. 1702055046

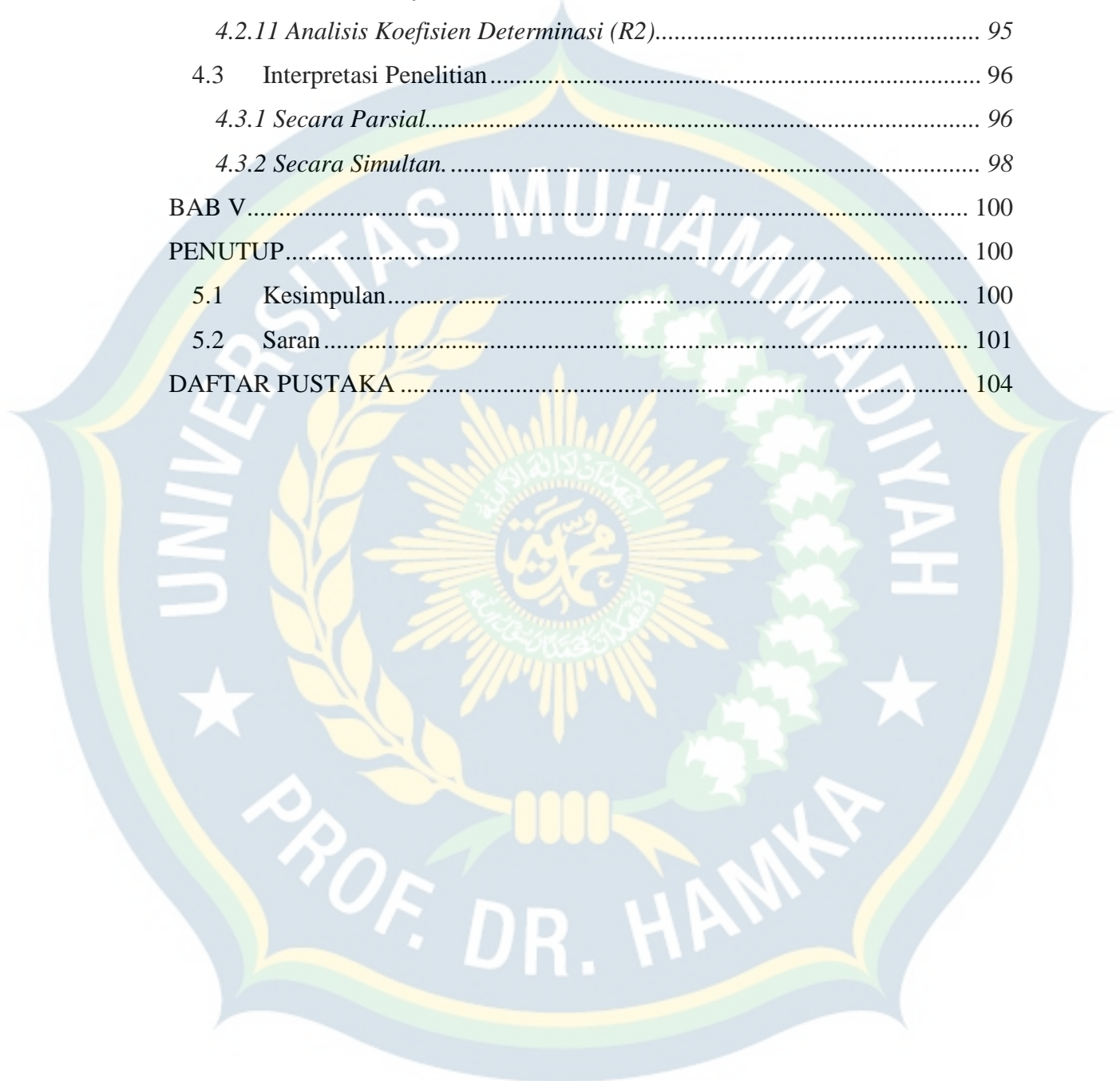
## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	I
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	2
PENGESAHAN SKRIPSI .....	3
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	4
ABSTRAK .....	7
ABSTRACK .....	9
KATA PENGANTAR .....	11
DAFTAR ISI.....	13
DAFTAR TABEL.....	17
DAFTAR GAMBAR .....	19
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.2.3 Perumusan Masalah .....	7
1.2.4 Tujuan penelitian .....	8
1.3 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Gambaran Peneliti Terdahulu.....	10
2.2 Telaah Pustaka.....	21
2.2.1 Maqashid Syariah.....	21
2.2.1.1 Pengertian Maqashid Syariah .....	21
2.2.1.2 Klasifikasi Maqashid Syariah .....	22
2.2.1.3 Implementasi Maqashid Syariah terhadap Variabel .....	25
2.2.2 Faktor Internal.....	26
2.2.2.1 Citra Perusahaan.....	26

2.3.1.2	<i>Kualitas Pelayanan</i> .....	27
2.3.1.3	<i>Promosi</i> .....	29
2.3.2	<i>Faktor Eksternal</i> .....	31
2.3.2.1	<i>Religiusitas</i> .....	31
2.3.2.2	<i>Pengetahuan</i> .....	33
2.3.2.3	<i>Faktor Sosial</i> .....	34
2.3.3	<i>Keputusan Nasabah</i> .....	36
2.3.5.1	<i>Pengertian Keputusan</i> .....	36
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i> .....	38
2.4.1	<i>Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah</i> .....	39
2.4.2	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah</i> .....	39
2.4.3	<i>Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah</i> .....	40
2.4.4	<i>Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah</i> .....	40
2.4.5	<i>Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah</i> .....	40
2.4.6	<i>Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah</i> .....	41
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i> .....	42
<b>BAB III</b> .....		45
<b>METODELOGI PENELITIAN</b> .....		45
3.1	<i>Metodologi Penelitian</i> .....	45
3.2	<i>Operasionalisasi Variabel</i> .....	45
3.3	<i>Populasi dan Sampel Penelitian</i> .....	48
3.3.1	<i>Populasi Penelitian</i> .....	48
3.3.2	<i>Sampel Penelitian</i> .....	48
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	49
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i> .....	49
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	49
3.5	<i>Teknik Pengolahan dan Analisis data</i> .....	51
3.5.1	<i>Uji Kualitas Data</i> .....	51
3.5.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	51
3.5.1.1	<i>Uji Validitas Data</i> .....	51
3.5.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	53

3.5.2.1 Uji Normalitas.....	53
3.5.2.2 Uji Multikolonieritas.....	53
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	54
3.5.2.5 Uji Autokolerasi .....	54
3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	55
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	56
3.5.4.1 Uji Signifikan Simultan(Uji F).....	56
3.5.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	58
3.5.5 Analisis Koefisien Kolerasi (R).....	59
3.5.6 Analisis Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square (R <sup>2</sup> ).....	60
BAB IV .....	62
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	62
4.1.1 Objek Penelitian .....	62
4.1.2 Sejarah singkat KSPPS BMT Tawfin.....	62
4.1.3 Produk KSPPS BMT Tawfin.....	62
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	66
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan.....	67
4.2.1 Data Deskriptif Responden.....	67
4.2.2 Gambaran Karakteristik Responden .....	67
4.2.3 Data Deskriptif Hasil Kuesioner Responden.....	69
4.2.4 Uji Kualitas Data.....	78
4.2.4.1 Uji Validitas Data .....	78
4.2.4.2 Uji Reliabilitas .....	82
4.2.5 Analisis Statistik Deskriptif.....	83
4.2.6 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.2.6.1 Uji Normalitas.....	85
4.2.6.2 Uji Multikolonearitas .....	86
4.2.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	87
4.2.6.4 Uji Autokolerasi .....	88
4.2.7 Analisi Regresi Linear Berganda .....	89

4.2.8 Uji Parsial (Uji T).....	91
4.2.9 Uji Simultan (Uji F).....	94
4.2.10 Analisis Koefisien Kolerasi (R).....	95
4.2.11 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	95
4.3 Interpretasi Penelitian.....	96
4.3.1 Secara Parsial.....	96
4.3.2 Secara Simultan.....	98
BAB V.....	100
PENUTUP.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	104





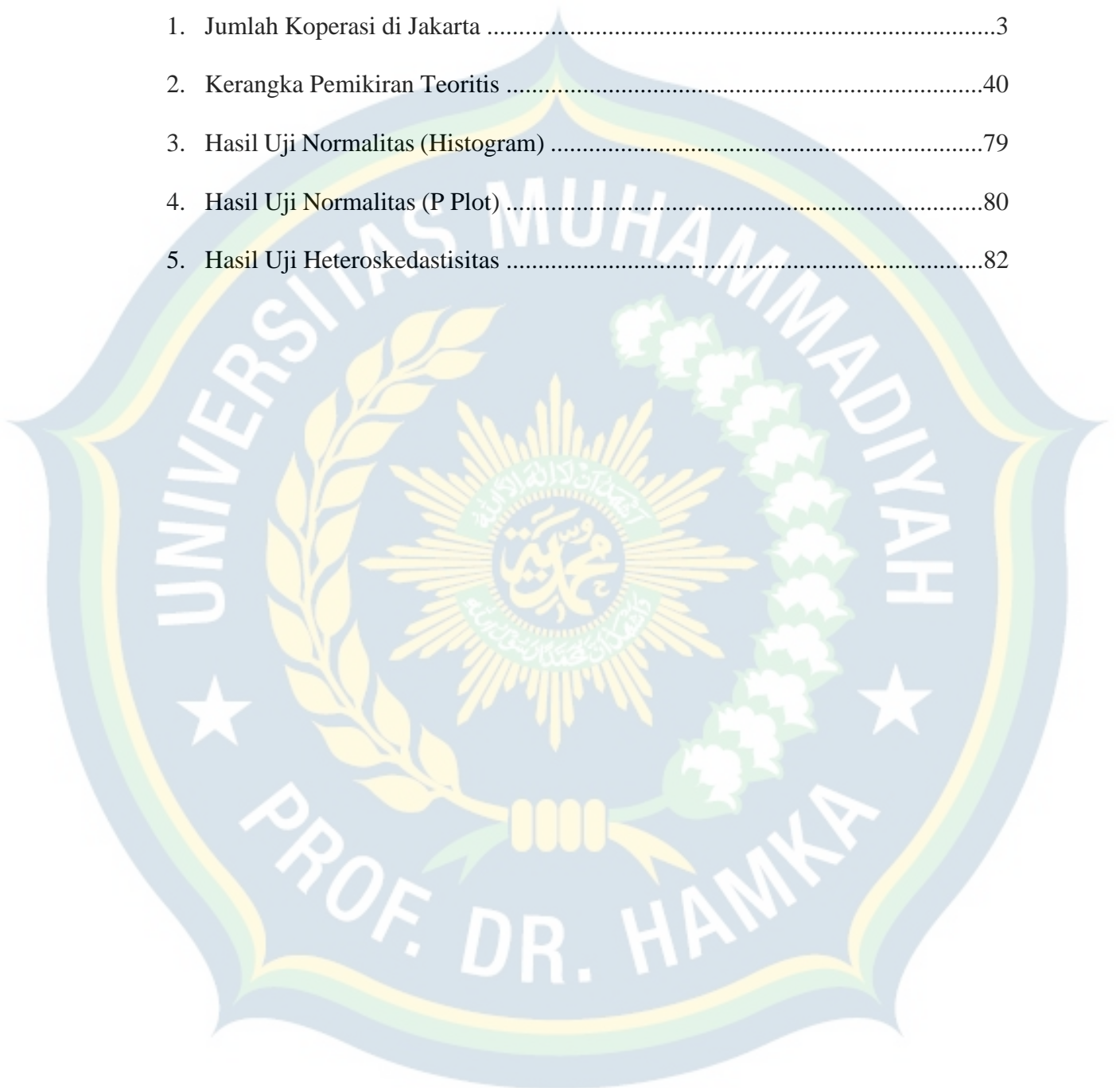
## DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	13
2.	Indikator Variabel Penelitian .....	43
3.	Skala Pengukuran Likert .....	47
4.	Kaidah Keputusan Durbin Watson .....	52
5.	Pedoman Interpretasi Koefisien Kolerasi .....	57
6.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
7.	Responden Berdasarkan Usia .....	62
8.	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
9.	Hasil Jawabah Kuesioner Citra Perusahaan .....	64
10.	Hasil Jawabah Kuesioner Kualitas Pelayanan .....	65
11.	Hasil Jawabah Kuesioner Promosi .....	66
12.	Hasil Jawabah Kuesioner Religiusitas .....	68
13.	Hasil Jawabah Kuesioner Pengetahuan .....	68
14.	Hasil Jawabah Kuesioner Faktor Sosial .....	70
15.	Hasil Jawabah Kuesioner Keputusan Nasabah .....	71
16.	Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan .....	73
17.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelayanan .....	73
18.	Hasil Uji Validitas Promosi .....	74
19.	Hasil Uji Validitas Religiusitas .....	74
20.	Hasil Uji Validitas Pengetahuan .....	75
21.	Hasil Uji Validitas Faktor Sosial .....	75

22. Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah .....	75
23. Hasil Uji Reliabilitas .....	76
24. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	77
25. Hasil Uji Multikolinearitas .....	81
26. Hasil Uji Autokorelasi .....	83
27. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	83
28. Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	86
29. Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	88
30. Hasil Uji Analisis Koefisien Kolerasi (R) .....	89
31. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	89
32. Interpretasi Penelitian Secara Parsial .....	90
33. Interpretasi Penelitian Secara Simultan.....	92

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
1.	Jumlah Koperasi di Jakarta .....	3
2.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	40
3.	Hasil Uji Normalitas (Histogram) .....	79
4.	Hasil Uji Normalitas (P Plot) .....	80
5.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	82



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Lembaga keuangan syariah memiliki peran yang penting dalam proses perkembangan perekonomian nasional. Berdirinya lembaga keuangan syariah merupakan bentuk atas pemahaman umat islam terhadap prinsip-prinsip yang tertera dalam hukum islam. Lembaga keuangan syariah merupakan badan usaha yang memiliki fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana masyarakat dengan berbasis syariat islam serta memiliki produk atau jasa yang berbasis syariah.

LKS terdiri atas Bank dan non-Bank. LKS non-Bank terdiri dari Takaful (Asuransi Syariah), Baitul Maal Wa Tamwil (BMT), pasar modal syariah, Rahn (pegadaian syariah), Unit Simpan Pinjam syariah (USPS), Koperasi Syariah, Obligasi Syariah, Rekasadana syariah dan lembaga ZISWAF.

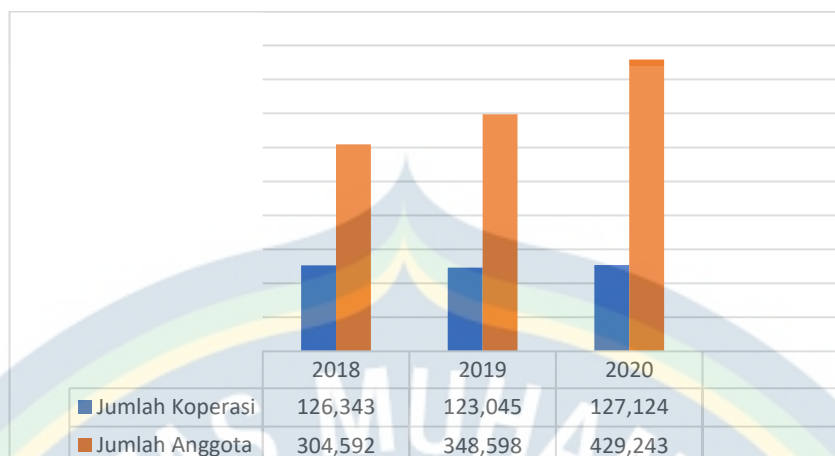
Dalam lembaga keuangan syariah non-Bank yaitu BMT adalah lembaga keuangan mikro yang berlandaskan pada aturan atau hukum islam, dalam upaya meningkatkan derajat dan mengembangkan bisnis usaha mikro dan kecil (Waluyo, 2006:02). Dalam kegiatannya BMT memiliki tujuan untuk mendukung masyarakat kecil yang dalam operasinya berdasarkan syariat islam (Subhan, 2021:67).

Dalam perkembangannya BMT sangat pesat ditengah perkembangan lembaga keuangan mikro konvensional lainnya. Namun dalam perkembangannya BMT tidak diikuti dengan pengaturan dan landasan hukum yang jelas. Sehingga

BMT menggunakan landasan hukum Kementerian Koperasi dan UKM melalui UU No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian. BMT yang berada di bawah regulasi Kementerian Koperasi dan UKM dikenal sebagai Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) atau Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (USPPS). Kemudian sebagian BMT lainnya berada di bawah patung Otoritas Jasa Keuangan OJK melalui Undang-Undang NO. 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro. BMT yang dibawah pengawasan OJK dikenal sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) (Juwaini, 2019:21).

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Tawfin atau lebih dikenal dengan KSPPS BMT Tawfin didirikan pada 1 februari 2012 atas dorongan dan motivasi dari para pengurus serta para anggota yang memiliki keinginan untuk berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi syariah di Indonesia, khususnya dibidang keuangan mikro. Para pengurus dan anggota KSPPS BMT Tawfin merupakan para alumni penggiat ekonomi di kampusnya yang masing-masing memiliki aktivitas lain yang beragam.

Jakarta merupakan Ibu Kota Indonesia serta salah satu kota besar di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam. Pada tahun 2021 penduduk di Jakarta yang beragama islam sebanyak 9,43 juta. Dengan banyaknya masyarakat yang bergama islam di daerah Jakarta memberikan dampak positif terhadap perkembangan koperasi syariah hal ini dapat di lihat pada gambar berikut:



**Gambar 1**  
**Jumlah Koperasi Di Jakarta**

Didasarkan pada gambar 1 pada jumlah koperasi di DKI Jakarta mengalami kenaikan dan penurunan (fluktuatif) sedangkan jumlah anggota mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini memberikan dampak positif kepada perekonomian di Indonesia terlebih lagi di DKI Jakarta. KSPPS BMT Tawfin sendiri terdapat kantor Operational Office di daerah jakarta tepatnya di Jln Lontar Raya, RT 14 RW 8 No. 2, Menteng Atas, Setiabudi, Jakarta selatan.

Dilansir dari (<https://kemenomukm.go.id>) pada masa pandemi covid 19 koperasi syariah mengalami masalah pada awal masa pandemi. akan tetapi, pada saat ini koperasi syariah mendorong pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat melalui pendayaagunaan sumber daya modal, zakat, infaq/shodaqoh dan wakaf yang berlandaskan sesuai dengan syariat agama islam. kini jumlah koperasi syariah di indonesia kini mencapai 4.064 unit dan jumlah yang terbanyak berada di jawa timur.

Banyak alasan serta faktor yang mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan transaksi atau menyimpan dananya kepada lembaga atau perusahaan diantaranya faktor internal dan eksternal Adapun Faktor internal diartikan sebagai motivasi, pengalaman, kebutuhan akan pendapat, faktor internal ini harus dimiliki dan dilakukan oleh perusahaan dalam kegiatan operasionalnya serta dilakukan agar perusahaan dalam berkembang. Adapun faktor internal dalam penelitian ini adalah Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi faktor eksternal yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Religiusitas, Pengetahuan dan Faktor Sosial.

Pada penelitian sebelumnya (Habib, 2021) Citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan pada (ZAHRA, 2019) menunjukkan reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah. Sedangkan dalam penelitian (Prihandin, 2018) citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Penelitian (Mochammad Wiku Ari Sandi, 2019) secara parsial Citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Isnawati, 2018), (Beti Saniyatun Farida, 2021) dan (Habib, 2021) bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dan penelitian (C. U. Putri, 2018) dan (Yulianti, Sangen, & Rifani, 2016) menunjukkan hasil yang sama yakni kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota KSPPS. Namun pada penelitian (M. Maulida, 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Menurut penelitian (Murniati, 2019) dan (Hidayatulloh, Koesmawan, & Muftie, 2019) Faktor promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh (Aruf, 2019) dan (Asiah, 2019) Promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota. Sedangkan dalam penelitian (Mandasari, 2015) dan (Zahra, 2019) promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Saifudin, 2018), (Aini, 2021) dan (Sulistiyono, 2016) menyatakan bahwa Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Namun sebaliknya pada penelitian (Hartina, 2019) dan (D. Rahmawati, 2016) Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Pada penelitian yang dilakukan (Ardharanie, 2020), (Wati, 2019), (Sholihah, 2016) dan (Faradilah, 2019) Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Sebaliknya pada penelitian (W. F. Putri, 2019) pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rochmah, 2018), (Puspitasari, 2017) dan (Suryadi, 2018) menyatakan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah, sedangkan dalam penelitian (Sharvina, 2019), (Yulaifah, 2011) dan (Bekti, 2017) menyatakan bahwa faktor sosial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan analisis faktor terhadap keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Koperasi Syariah di daerah Jakarta. Karena dalam faktor internal (Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Promosi) dan faktor eksternal (Religiusitas, Pengetahuan, Faktor Sosial)



merupakan faktor ukup kuat untuk mengetahui seseorang dalam mengambil keputusan memilih produk atau jasa. Oleh karena itu penulis ingin memastikan apakah faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Dalam hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah dalam Menggunakan KSPPS BMT Tawfin”

## **1.2 Permasalahan**

### ***1.2.1 Identifikasi Masalah***

Didasarkan pada latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka dapat dilakukan identifikasi masalah, yaitu :

1. Jumlah koperasi di DKI Jakarta mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya
2. Koperasi syariah mengalami masalah pada saat pertama COVID-19.
3. Terdapat kesenjangan penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.

### ***1.2.3 Pembatasan Masalah***

Dalam penelitian yang akan dibahas oleh peneliti, peneliti akan membatasi permasalahannya agar terdapat batasan pada penelitian ini, Maka permasalahan dan ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini terfokus pada “Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah dalam Menggunakan KSPPS BMT Tawfin”
2. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Faktor Internal (Citra Perusahaan ( $X_1$ ), Kualitas ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ )) dan Faktor Eksternal

(Religiusitas ( $X_4$ ), Pengetahuan ( $X_5$ ), dan Faktor Sosial ( $X_6$ )) terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah dalam Menggunakan KSPPS BMT Tawfin).

3. Responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan atau pernah menggunakan KSPPS BMT Tawfin

### ***1.2.3 Perumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya, sebagai berikut :

1. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin?
4. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin?
5. Apakah Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin?
6. Apakah Faktor Sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin?
7. Apakah Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Promosi, Religiusitas, Pengetahuan dan Faktor Sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin?

### ***1.2.4 Tujuan penelitian***

Setelah mengetahui rumusan masalahnya, maka yang akan menjadi tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Citra Perusahaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Faktor Promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Promosi, Religiusitas, Pengetahuan dan Faktor Sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT Tawfin.

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Dilakukannya penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan, serta teori-teori yang bersangkutan khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan KSPPS BMT. Serta penelitian ini diharapkan nantinya akan bermanfaat bagi mahasiswa lain, dan bisa dijadikan referensi maupun perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Secara Praktis

- 1) Bagi masyarakat/nasabah hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat/nasabah mengenai literasi, sosial, kepercayaan dan kepuasan yang perlu dipertimbangkan sebelum menggunakan KSPPS BMT.
- 2) Bagi koperasi syariah diharapkan penelitian ini bisa memberikan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan KSPPS BMT.
- 3) Bagi penelitian selanjutnya, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan dijadikan sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya serta dapat menciptakan penelitian yang lebih variabel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andiko, T. (2018). *Maqashid Syariah Dalam Ekonomi Islam*. Samudera Biru : Yogyakarta
- Ardianto, Elvinaro. (2016). *Hanbook Of Public Relations*. Bandung: Simbosa Rekatama Media
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran (4th Ed)*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. (15th Ed). New Jersey: Person Pretical Hall, Inc
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles Of Marketing*. (16th Ed). England : Person Education Limited.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Subhan, M. (2021). *Strategi Pemasaran Baitul Maal Wa Tamwil*. Aliv Renteng Mandiri
- Ahmad, S. (2019). *Maqashid Syariah*. Rumah Fiqh Publish : Jakarta
- Waluy,. A. (2006). *Tata Cara Pendirian Bmt : Pkes Publishing*
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2016). *Manajemen Pemasaran (14th Ed)*. Erlangga Jakarta.
- Hasibuan, M (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara
- Juwaini, A. (2019). *Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia* : Knks
- Lovelock, C. Wirtz, J. (2016). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. (7th Ed). Erlangga Jakarta
- Sutrisno, E. (2020). *Menajemen Sumber Daya Manusia*. Perdana Media Group : Bandung
- Aisyah, S. (2019). *Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Islami, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Bmt Anugrah Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang*.
- Annisa, N. I. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Produk Perbankan, Dan Pelayanan, Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*.
- Ardharanie, N. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Kspps Bmt Tumang Cabang Plaosan Magetan*.
- Arniati, A., Arsal, M., Akhmad, A., Asdar, A., & Adiningrat, A. A. (2020). *Impression Of Student Knowledge On Decisions Become A Customer Of Islamic Banks*.

- Arshad, T., Zahra, R., & Draz, U. (2016). Impact Of Customer Satisfaction On Image, Trust, Loyalty And The Customer Switching Behavior In Conventional And Islamic Banking: Evidence From Pakistan.
- Asiah, N. (2019). *Analisis Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah*.
- Audia, R. (2019). *Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 ( Studi Kasus Di Banda Aceh Dan Aceh Besar )*.
- Bekti, M. S. (2017). *Pengaruh Faktor Sosial, Tingkat Pendidikan, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Baitul Maal Wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung*.
- Daniaty, M. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bjbs Kcp Ciputat.
- Faradilah, I. D. Y. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bri Syariah Kc Madiun.
- Habib, Z. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Kspps Bmt Kemitraan Bojonegoro*.
- Hartina, K. (2019). Pengaruh Faktor Promosi, Lokasi, Religiusitas, Pelayanan, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Anggota Menyimpan Dana Di Bmt Hira Cabang Tanon. *Jurnal Ekonomi Islam*, (Marketing Mix).
- Hermanita, H., & Hayati, S. (2021). Analysis Of The Effect Of Service Quality, Knowledge Level, And Islamic Financial Literacy Level On Muslim Community Decisions To Use Islamic Bank Services.
- Ila, N. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Persepsi Santri Putri Pondok Pesantren Aisyiyah Imadul Bilad Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. In *Angewandte Chemie International Edition*,
- Jamaan, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah.
- Kishada, Z. M. E., & Wahab, N. A. (2005). Expert System For Optimized Load Distribution In Power Plants. *Dongli Gongcheng/Power Engineering*.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship Between Customer Satisfaction And Customer Trust On Customer Loyalty.
- Maharsi, A. R., Njotoprajitno, R. S., Hadianto, B., & Wiraatmaja, J. (2021). *The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Purchasing Intention : A Case Study In Indonesia*.
- Mandasari, I. I. (2015). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Bri Syariah Cabang Cirebon*.
- Miko Andi Wardana. (2016). Pengaruh Pertimbangan, Pengetahuan, Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Di Kota

- Denpasar. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*.
- Mochammad Wiku Ari Sandi, S. A. (2019). *Pengaruh Citra Perusahaan, Tarif Premi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Jasindo Syariah*
- Murniati, R. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pada Anggota Dalam Mengambil Pembiayaan Kspps Bmt Khonsa Cilacap*.
- Nafiah, Z. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Lembaga Keuangan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Bmt Yaummi Fatimah Pati Cabang Juwana*.
- Nawawi, M. T. (2016). Factors Of Consumer Behavior That Affect Purchasing Decisions On Blackberry Smartphone.
- Nazri, M. B. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*.
- Prihandin, Kharisma H. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Muḍārabah Pada Bmt Nurul Jannah Petrokimia Gresik.
- Purwanto, Fitriyani, Y., Rosowulan, T., Saebani, Wafirah, M., & Pudail, M. (2020). *The Effect Of Religiosity And Social Influence On The Intention To Use Sharia Banks In Aceh Singkil Regency*.
- Putri, C. U. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Anugerah Syariah Kecamatan Parakan Kabupaten Temanggung*
- Putri, W. F. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Pada Bmt Al-Makmur Cubadak*.
- Rauda, S. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Jasa Keuangan Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.
- Rochmah, N. (2018). *Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bmt Madani Sebagai Media Pembiayaan*. 106.
- Rosmalia Igha Ayu. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung.
- Sardiana, A. (2016). The Impact Of Literacy To Shariah Financial Service Preferences. *Etikonomi*,.
- Sharvina, S. (2019). Pengaruh Sosial, Budaya, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh).
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodolodi Penelitian Kesehatan (3th Ed.)*. Rineka Cipta Jakarta
- Sulistiyono, M. A. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank

Syariah.

- Yulaifah, A. (2011). Pengaruh Sosial, Budaya, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh).
- Yulianti, R., Sangen, M., & Rifani, A. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banjarmasin.
- Zahra, F. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Pemilikan Rumah (Studi Kasus Nasabah Pt Bank Sumut Capem Syariah Simpang Kayu Besar)..
- Zuardi, M., Marpaung, M., & Lubis, I. S. (2021). Analysis Of Customer Loyalty And The Influence Of Product Attributes , Promotions And Religious Commitments On The Decision To Choose Saving Products In Sharia Bank Sumut..