

## Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan *Mudharabah* Pada Lembaga Keuangan Syariah

Dian Novitasari<sup>1\*</sup>, Iin Emy Prastiwi<sup>2</sup>, Yuwita Ariessa Pravasanti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

\*Email correspondence: [diannovitasari910@gmail.com](mailto:diannovitasari910@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to examine the effect of product knowledge, service quality, products on customer interest in using mudharabah savings products at BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. In this study, the independent variables (X) are product knowledge (X<sub>1</sub>), service quality (X<sub>2</sub>), and products (X<sub>3</sub>), while the dependent variable (Y) in this study is customer interest in using mudharabah savings products. This study used a sample of 96 people with sampling using random sampling method. This study uses quantitative methods, and primary data using a questionnaire that must be answered by respondents. Data analysis in this study used validity test analysis, reliability test, multiple linear regression, classical assumption test, t test (partial), and f test (simultaneous). From the results of this study it can be concluded that based on the t test, the product knowledge variable (X<sub>1</sub>) and the product (X<sub>3</sub>) have an influence on customer interest in using mudharabah savings products, because the product knowledge variable (X<sub>1</sub>) shows a significance value of  $0.000 < 0.05$  and the product variable (X<sub>3</sub>) shows a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Meanwhile, the service quality variable (X<sub>2</sub>) does not affect customer interest in using mudharabah savings products. While the service quality variable (X<sub>2</sub>) has no effect on customer interest in using mudharabah savings products. Because the service quality variable shows a significance value of  $0.174 > 0.05$ . Based on the F test, it shows a significance value of 0.000, meaning that product knowledge, service quality, and products simultaneously affect customer interest in using mudharabah savings products at BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.*

**Keywords:** interest, product knowledge, service quality, product.

**Citation suggestions:** Novitasari, D., Prastiwi, I. E., & Pravasanti, Y. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan *Mudharabah* Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(01), 142-148. doi: -

**DOI:** -

### 1. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan adalah cabang ekonomi yang beroperasi dengan cara menyediakan fasilitas jasa layanan keuangan. Lembaga keuangan memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya di Negara Indonesia. Peran dari lembaga keuangan adalah mengumpulkan uang dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat secara efisien dan efektif. Ada banyak fasilitas dan produk yang bermanfaat di dunia perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu, disarankan untuk memanfaatkannya sebaik mungkin guna meningkatkan standar hidup dan kesejahteraan masyarakat. (Lubis, 2010). Namun demikian, terdapat faktor rendahnya pemahaman masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, yaitu disebabkan karena kurangnya sosialisasi tentang ekonomi islam. Sosialisasi ekonomi islam sangat penting bagi masyarakat untuk memahami bahaya bunga (*riba*) bagi kehidupan masa depan. Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan produk dan layanan kepada nasabah, agar nasabah dapat memahami tentang lembaga keuangan syariah dan dapat membedakannya dengan lembaga keuangan non-syariah (Romdhoni & Sari, 2018).

Dilihat dari pemahaman tentang *market share* di Indonesia masih rendah dan belum mampu untuk menjangkau dan melayani nasabah di berbagai daerah di Indonesia. Maka dari itu didirikanlah lembaga keuangan syariah (BMT) yang dapat menjangkau dan melayani nasabah pada masyarakat menengah kebawah, dengan

adanya BMT ini, Kemudahan dalam menggunakan jasa lembaga keuangan berdasarkan prinsip syariah semakin terbuka bagi masyarakat. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, BMT merupakan lembaga keuangan syariah, biasanya berbadan hukum koperasi yang lebih dikenal dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) (Tho'in, 2011). Pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi (Heykal. M, 2010). Tujuan utama BMT adalah untuk meningkatkan dampak finansial dan meningkatkan hubungan dekat dengan nasabah, BMT juga berperan dalam menambah pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah kepada masyarakat mengenai produk dan layanan yang ada pada BMT. Diduga minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* pada BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang pertama yaitu pengetahuan produk. Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, pengetahuan manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Pada Bank syariah suatu produk dikemas dalam berbagai prinsip sesuai syariah Islam. Adapun produk tabungan syariah salah satunya yaitu tabungan *Mudharabah* (Wahyuni, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari (2018), pengetahuan merupakan hal yang sangat penting karena dengan memberikan pengetahuan atau pemahaman mengenai produk-produk yang dimiliki maka akan meningkatkan pemahaman mereka serta dapat mendorong minat mereka untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Maka pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan. Faktor yang kedua yang diduga berpengaruh yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu yang berhubungan dengan kondisi akan suatu produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan yang menimbulkan kepuasan pelanggan karena sesuai dengan harapan mereka (Ratnasari, 2018). Penelitian yang dilakukan Diana (2017) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif akan tetapi penelitian yang dilakukan Ratnasari (2018). Menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan. Faktor yang ketiga yang diduga berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* adalah produk. Produk merupakan komponen yang signifikan dalam suatu perusahaan, digunakan sebagai sarana pertukaran dengan konsumen, yang dapat dimiliki dan dikonsumsi. Hal ini berlaku baik untuk produk fisik maupun produk non-fisik, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Halin, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari (2018), menyatakan bahwa variable produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. Minat merujuk pada kecenderungan yang tetap untuk tertarik pada sesuatu, dengan tingkat perhatian dan ingatan yang lebih tinggi, serta diikuti dengan perasaan senang ketika mendapatkan kepuasan melalui penggunaan teknologi tersebut (Nurudin, 2021). Pada dasarnya masyarakat menilai suatu lembaga keuangan tidak hanya pada bunga bank, tetapi pada kualitas pelayanan maupun kualitas produk yang ada pada lembaga keuangan tersebut. Jadi lembaga keuangan syariah (BMT) ini harus selalu meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan maupun kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai prinsip syariah islam, sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan lembaga keuangan berbasis syariah islam.

Kurangnya sosialisasi ke masyarakat tentang keberadaan lembaga keuangan syariah. Sosialisasi tidak sekedar memperkenalkan keberadaan lembaga keuangan syariah di suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan produk simpanan, instrumen dan mekanisme perhitungan pembiayaan di lembaga keuangan syariah kepada masyarakat. Untuk itu, perlu adanya kerjasama dari berbagai pihak untuk memberi pengetahuan kepada masyarakat terhadap produk simpanan lembaga keuangan syariah serta menghilangkan pradigma berfikir negatif dan menumbuhkan minat masyarakat terhadap penerapan nilai-nilai islam di lembaga keuangan syariah (Wahyuni, 2020).

Peneliti memilih judul ini karena tingkat pemahaman masyarakat mengenai ekonomi Islam masih terbatas, dan masih banyak yang belum mengetahui mengenai kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh BMT Abdurrohman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Oleh karena itu, peneliti berupaya memberikan kontribusi dengan mendorong BMT tersebut untuk melakukan sosialisasi guna memperkenalkan produk dan layanan kepada nasabah, sehingga nasabah dapat memahami dengan lebih baik mengenai BMT Abdurrohman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

**2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan analisis kuantitatif, yaitu tipe penelitian yang melibatkan tahap observasi yang lebih lanjut. Setelah memiliki skema klasifikasi yang telah ditentukan, peneliti kemudian mengukur besar atau distribusi sifat-sifat tersebut di antara anggota kelompok yang diteliti. Dalam hal ini, teknik-teknik statistik seperti distribusi frekuensi, tendensi sentral, dan dispersi digunakan untuk menganalisis data. (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengkaji dan mengukur nilai rata-rata dari variabel pengetahuan produk, kualitas pelayanan, dan produk, terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* pada lembaga keuangan syariah. Untuk mengukurnya dilakukan dengan cara menyebar angket/kuesioner serta memberi skor dengan menggunakan skala likert, dengan jawaban angket yang diisi oleh anggota BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Populasi dalam penelitian ini adalah 1999 anggota simpanan *mudharabah* BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan presentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih di tolerir 10%. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan *rumus slovin* tersebut diperoleh hasil sebanyak 96. Maka jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 96 anggota di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *random sampling*.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Hasil penelitian**

**Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.148	2.063		2.980	.004		
Total.X1	.665	.178	.413	3.734	.000	.213	4.698
Total.X2	.179	.131	.128	1.369	.174	.296	3.380
Total.X3	.709	.191	.379	3.715	.000	.250	4.001

a. Dependent Variable: Total.Y

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang diteliti pada variabel Pengetahuan Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Produk (X3), terhadap Minat Nasabah (Y) dapat digambarkan sebagai berikut:  $MN = 6.148a + 0,665PP + 0,179KP + 0,709 P + e$

**Hasil Pengujian Hepotesi**

**Tabel 2. Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2736.804	3	912.268	97.542	.000 <sup>b</sup>
Residual	860.435	92	9.353		
Total	3597.240	95			

a. Dependent Variable: Total.Y

b. Predictors: (Constant), Total.X3, Total.X2, Total.X1

Berdasarkan tabel anova diatas menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 97,542 sedangkan  $F_{tabel}$  diketahui 2,70 dan  $p$  value sebesar 0,000. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai  $0,000 < 0,05$ , maka hal menunjukkan bahwa model yang dibuat sudah tepat atau seluruh parameter model layak berada didalam model. Dengan demikian dari hasil olah data diatas dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel pengetahuan produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), produk ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

**Tabel 3. Hasil Uji t ( Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.148	2.063		2.980	.004		
Total.X1	.665	.178	.413	3.734	.000	.213	4.698
Total.X2	.179	.131	.128	1.369	.174	.296	3.380
Total.X3	.709	.191	.379	3.715	.000	.250	4.001

a. Dependent Variable: Total.Y

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan variabel pengetahuan produk ( $X_1$ ) dan produk ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* pada BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Sedangkan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* pada BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.872 <sup>a</sup>	.761	.753	3.058	1.887

a. Predictors: (Constant), Total.X3, Total.X2, Total.X1

b. Dependent Variable: Total.Y

Berdasarkan dari hasil pengujian yang dilakukan dengan SPSS maka dapat diketahui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,753. Koefisien ini mengindikasikan bahwa sebesar 75,3% dari pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel pengetahuan produk, kualitas pelayanan, dan produk. Sementara itu, sebesar 24,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 3.2. Pembahasan

Berdasarkan analisis data diatas maka diperoleh hasil dari pembuktian hipotesis yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh pengetahuan produk terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,734 dengan signifikansi 0,000 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,661, karena besaran  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,374 > 1,661$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar, bagi BMT Abdurrahman Gerdu dengan memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang produk-produk yang dimiliki oleh BMT Abdurrahman Gerdu, maka akan meningkatkan pemahaman mereka serta dapat mendorong minat masyarakat untuk menggunakan produk yang ditawarkan BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ratnasari, A. H. (2018), pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Hasil ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang dipengaruhi oleh variabel pengetahuan.

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

Ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,369 dengan signifikansi 0,174 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,661, karena besaran  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $1,369 < 1,661$  dan tingkat signifikansi  $0,174 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu sangat kecil dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* yang tidak signifikan menandakan bahwa nasabah atau anggota di BMT Abdurrahman Gerdu hanya sedikit yang menggunakan dimensi kualitas pelayanan sebagai pengukur atau landasan untuk minat menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ratnasari, A. H. (2018), pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Hasil ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan.

- c. Pengaruh produk terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel produk terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,715 dengan signifikansi 0,000 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,661, karena besaran  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,715 > 1,661$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Pengaruh produk terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan yang signifikan menandakan bahwa nasabah atau anggota di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar banyak yang memilih menggunakan variabel produk sesuai dengan syariah sebagai pengukur atau faktor pendorong minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Maka dari itu BMT Abdurrahman Gerdu harus terus meningkatkan kualitas produk yang ada, agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk pembiayaan tersebut.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ratnasari, A. H. (2018), pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Hasil ini menunjukkan bahwa minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang tidak dipengaruhi oleh variabel produk, sedangkan produk sangat berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

#### **4. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Susunan dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk, kualitas pelayanan, dan produk. Berdasarkan rumusan masalah yang di ajukan, kemudian analisis data, serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Karena memiliki hubungan searah atau dengan kata lain variabel pengetahuan menjadi variabel penentu meningkat maka minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar yang dipengaruhi menjadi meningkat.
- b. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Karena variabel kualitas pelayanan menjadi variabel penentu menurun maka minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar yang dipengaruhi menjadi menurun.

- c. Produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar. Karena variabel produk menjadi variabel penentu meningkat maka minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar yang dipengaruhi menjadi meningkat.
- d. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa secara silmutan (bersama-sama) antara pengetahuan produk, kualitas pelayanan, dan produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan *mudharabah* di BMT Abdurrahman Gerdu, Tegalgede, Karanganyar.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami haturkan kepada Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia Surakarta atas supportnya hingga selesai dan terbitnya tulisan ini.

## 6. REFERENSI

- Alias, A., & Serang, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Sikap Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 82–97. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v1i1.87>
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/statistik/article/view/4322/4001>
- Barlian, E. (2016). Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif. padang: sukabina press.
- Darwis Darmawan, S. F. (2016). Hubungan Antara Pengetahuan Dan Sikap Pelestarian Lingkungan Dengan Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan. *Jurnal Geografi*, 37 - 49.
- Dian Adhietya Arif, D. M. (2017). Kerentanan Masyarakat Perkotaan terhadap Bahaya Banjir di Kelurahan Legok, Kecamatan Telanipura, Kota Jambi. *Majalah Geografi Indonesia*, 79 - 87.
- Diana, S. M. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe. Skripsi. Kalijambe. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas IAIN Surakarta
- Dongoran, F. (2021). Peran Komunikasi dan Konflik Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, 1090 - 1093.
- Dzikra, R. D. (2017). Islam Dan Lembaga Keuangan Syariah. *Islam dan Lembaga Keuangan Syariah*, 239 - 256.
- Efendi, A. W., Saputra, R., Syarasfati, A., & Purnamasari, O. (2019). Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Pamulang Barat dalam Menghindari Riba Melalui Sosialisasi Perbankan Syariah. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, September 2019, 1–9.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada PT Semen Baturaja (Pesero) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 167-181.
- Hermawan, I. 2019. Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Heykal, M, H. N. (2010). Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Dan Praktis. Jakarta: Prenada Media Groub.
- imam, G. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Inayah, I. N. (2020). Prinsip - Prinsip Ekonomi Dalam Investasi Syariah. *Jurnal Ilmu Akutansi dan Bisnis Syariah*, 90-100.
- Ismail Suardi Wekke, d. (2019). Metode Penelitian Sosial. Yogyakarta: Gawe Buku.
- kotler, P dan Amstrong. (2018). Prinsip - prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lisma Aniyati, H. S. (2017). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kebijakan Deviden . *Jurnal Fokus*, 88-100.
- Lubis, I. (2010). Bank Dan Lembaga Keuangan Lain. Medan: USU Press.
- Maswar, M. (2017). Analisis Statistik Deskriptif Nilai UAS Ekonomitrika Mahasiswa dengan Program SPSS 23 & Eviews 8.1. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 1(2), 273–292. <https://doi.org/10.35316/jpii.v1i2.54>

- Maesaroh, S. (2013). Peranan Metode Pembelajaran Terhadap Minat Dan Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Kependidikan*, 150-168.
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Nurudin, H. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Persepsi Religiulitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 143 - 156.
- Prastiwi, I. E. (2018). Pengaruh Persepsi Anggota Pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer's Trust Yang Berdampak Pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 28. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i1.162>
- Renaldi, R. (2012). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK. *Ekonomi Islam*, 1(Kolisch 1996), 49–56.
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari. D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>.
- Setiawan, R. (2010). Analisis Pengaruh Faktor Kemampuan Dosen, Motivasi Belajar Ekstrinsik dan Intrinsik Mahasiswa, Serta Lingkungan Belajar Terhadap Semangat Belajar Mahasiswa Di Departemen Matakuliah Umum Universitas Kristen Petra. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 229-244.
- Sofyan, A Syathir, W. (2021). Pengaruh Pengetahuan Religiussitas Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Sidrap. *Ekonomi Islam*, 1(3), 17–44.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomi Terapan - Teori & Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syakir, M. A., Sauqi, M., & ... (2021). 7. Analisis Implementasi Akad Murabahah pada Pembiayaan Modal Usaha Mikro. *Musyarakah: Journal of ...*, 1(2), 137–145. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/MUSYROKAH/article/view/4693%0Ahttps://journal.umpo.ac.id/index.php/MUSYROKAH/article/download/4693/2032>
- Sutrisno, E. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pranada Media Groub.
- Tho'in, M. (2011). Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa. *Jurnal Muqtasid*, 73 - 89.
- Wahyuni, F. U. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 22-23.
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: GAWE BUKU.
- Zulianto, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 Sumberrejo. *Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan*, Vol.10 No.2, 17-34.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>
- Zulfaa, N. (2018). Bentuk Maisir Dalam Transaksi Keuangan. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 2(1), 1–14. <https://www.jhei.appheisi.or.id/index.php/jhei/article/view/52>