

**ANALIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT MENJADI ANGGOTA  
KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN  
SYARIAH (KSPPS) BINA WARGA SEJAHTERA D.I  
YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SEBAGAI  
SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA**

**OLEH:  
HAIRIZA SATIA  
NIM: 15830007**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN  
SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN  
KALIJAGA YOGYAKARTA**

**2020 /2021**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-787/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : ANALIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MENJADI ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) BINA WARGA SEJAHTERA D.I YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HAIRIZA SATIA  
Nomor Induk Mahasiswa : 15830007  
Telah diujikan pada : Senin, 16 Agustus 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin.  
SIGNED

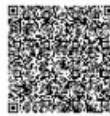
Valid ID: 6123155d77738



Penguji I

Izra Berakon, M.Sc.  
SIGNED

Valid ID: 6123139ca364c



Penguji II

Muhfiatun, S.E.I., M.E.I.  
SIGNED

Valid ID: 6123202d9967c



Yogyakarta, 16 Agustus 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afidawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 61232bae41291

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Hairiza Satia

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Hairiza Satia

NIM : 15830007

Judul Skripsi : **“ANALIS FAKTOR - FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT MENJADI  
ANGGOTA KOPERASI DAN  
PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) BINA  
WARGA SEJAHTERA D.I YOGYAKARTA “**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan / Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 23 Juli 2021

Pembimbing



**Dr. Abdul Qoyum, S.E.I, M.Sc.Fin.**

**NIP. 19850630 201503 1 007**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hairiza Satia

NIM : 15830007

Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang saya berjudul “**ANALIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENJADI ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) BINA WARGA SEJAHTERA D.I YOGYAKARTA**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 23 Juli 2021

Penyusun



**Hairiza Satia**

**NIM. 15830007**

## **SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hairiza Satia

NIM : 15830066

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENJADI ANGGOTA KOPERASI DAN PEMBIAYAAN SYARIAH ( KSPPS ) BINA WARGA SEJAHTERA D.I YOGYAKARTA ”.**

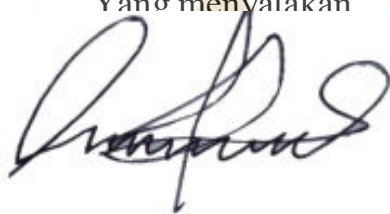
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan  
sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 23 juli 2021

Yang menyatakan



**Hairiza Satia**

**NIM. 15830007**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**MOTTO**

Urip iku urup

-MKM-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah hirabbil'alamiin,

Karya ini kupersembahkan kepada:

Bapak Dan Ibu Tercinta

(Bapak Jaka Nuherman Dan Ibu Kadariah)

Seluruh Keluarga Kecilku

(Eka Hermawati, Hendrik Gunawan , Putri Herdiana,  
Hendra Gunawan )

Seseorang Yang Selalu Menjadi Motivasi (Diriku  
Sendiri )

Keluarga Besar Dan Sahabat-Sahabat PMII yang  
Tersayang

Serta Almamater yang hanya sedikit kubanggakan

Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Šā'	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Žāl	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zāi	Z	Zet

س	Sīn	S	Es
---	-----	---	----

ش	Syīn	Sy	Es dan Ye
ص	Sād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap**

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. Ta' Marbūttah

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
نكر	Kasrah	Ditulis	<i>Ẓukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yaẓhabu</i>

### E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

Fatḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fatḥah + wāwu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal “al”.

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

## I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

نوي الفروض	Ditulis	<i>Zawā al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, dan lafaz.

2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada penyusun, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam tak lupa penyusun haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita tunggu syafa'atnya di yaumul qiyamah nanti. Setelah melalui berbagai proses yang cukup panjang, dengan mengucapkan syukur akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan meskipun jauh dari kesempurnaan.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi manajemen keuangan syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penyusun dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:



1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
2. Dr. Afdawaiza, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag, selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
4. Dr. Abdul Qoyum, S.E.I, M.SC.FIN. selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah memberi semangat, motivasi, mengarahkan, memberi kritik dan saran sehingga dapat diselesaikannya penelitian ini
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberi pengetahuan dan wawasan selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh pegawai dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

7. Keluarga besar pmi Ekuilibrium yang telah memberikan banyak ruang belajar berpikir dan bertindak dalam upaya ikut terlibat mengisi ruang-ruang kosong kemerdekaan.
8. Sahabat-sahabat Ambassador yang senantiasa setia menemani proses belajar, berdialektika dan berjuang bersama dalam upaya mempraktikkan amar ma'ruf nahi mngkar dan kehidupan sehari-hari, sekali lagi terima kasih banyak sahabat.
9. Kedua orangtuaku tercinta Bapak Jaka Nuherman dan Ibu Kadariah yang menjadi motivasi terbesar dalam menyelesaikan tugas akhir ini, yang selalu mendoakan, memberi semangat dan motivasi, hingga selesainya skripsi ini.
10. Semua teman-teman yang selalu memberi semangat, motivasi dan juga sedikit menyusahkan ( banyak bacot tak memberi solusi ) namun karena kegigihan dan keterpaksaan keadaan akhirnya selesai juga beban yang

sebenarnya tidak menjadi hal fundamental dalam hidupku, dia adalah sahabat, Wahyu Dwi Yanto, Eko supriadi, muhammad Irfan, yusuf rahman Al - majid, Firda Ainun Najwa, Dinar Rosalia, Ilham khasani, Nurul Hasanah dan masih banyak lagi sehingga tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

11. My honey yang masih di lauhul mahfuz.

Semoga Allah SWT memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan rahmat dan kebaikan yang terbaik dari-Nya. Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu dengan hati terbuka penyusun menerima kritik dan saran yang bersifat membangun, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya. Aamiin

Demikian yang bisa penulis sampaikan. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih

*Wallahul muwaffieq ila aqwamieth thariq*

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 15 Maret 2021

Penyusun,



Hairiza Satia

NIM. 15830007



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh produk, kemudahan transaksi, word of mouth dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi anggota Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Bina Warga Sejahtera. Sampel penelitian ini adalah 90 anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera yang dihitung menggunakan metode slovin. Pengujian hipotesis menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* ( SEM ) dengan software Smart PLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima yaitu terdapat pengaruh kemudahan transaksi dan aspek religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera dengan tingkat signifikan masing-masing 0,007 dan 0.045. Sedangkan, produk dan word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap minat anggota dengan tingkat signifikan 0,056 dan 0,091.

Kata kunci: *Produk, Kemudahan Transaksi, word of mouth, religiusitas dan minat.*

## ABSTRAC

This research was conducted to determine the effect of products, ease of transactions, word of mouth and religiosity on people's interest in becoming members of “Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah” (KSPPS) for the Development of Prosperous Citizens. The sample of this study was 90 members of KSPPS Bina Warga Sejahtera which were calculated using the slovin method. Hypothesis testing using *Structural Equation Modeling* (SEM) analysis with Smart PLS software version 3.0. The results of this study indicate that the proposed hypothesis is accepted, namely that there is an influence of transaction convenience and aspects of religiosity on people's interest in becoming members of KSPPS Bina Warga Sejahtera with significant levels of 0.007 and 0.045, respectively. Meanwhile, product and word of mouth have no significant effect on member interest with a significant level of 0.056 and 0.091.

Keywords: *Product, Ease of Transaction, word of mouth, religiosity and interest.*

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>x</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Manfaat Penelitian .....	16
E. Sistemetika Pembahasan.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>20</b>
A. Kerangka Teori .....	20
1. Teori Perilaku Konsumen.....	20



2. Minat Menabung .....	21
3. Teori Pemasaran .....	24
4. Produk .....	26
5. Kemudahan Transaksi .....	27
6. <i>Word of Mouth</i> .....	28
7. Religiusitas .....	30
8. Koperasi Jasa Syariah.....	35
B. Telaah Pustaka .....	37
C. Hipotesis .....	40
1. Hipotesis Produk .....	40
2. Hipotesis Kemudahan Transaksi.....	41
3. Hipotesis Word of Mouth.....	43
4. Hipotesis Religiusitas .....	44
D. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38
C. Populasi dan Sampel .....	38
D. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	40
1. Data primer.....	40
2. Data sekunder .....	40
3. Wawancara .....	41
4. Kuesioner (daftar pertanyaan).....	41



E. Definisi Variabel Penelitian .....	41
1. Variabel dependen .....	41
2. Variabel Independen .....	42
F. Instrument Penelitian .....	43
G. Teknik Analisis PLS .....	46
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reliabilitas.....	48
H. Model Struktural atau Inner Model.....	49
1. Evaluasi Goodness of Fit.....	49
2. Uji Hipotesis.....	50

**BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ..... 51**

A. Profil Responden.....	51
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
2. Responden Berdasarkan Pekerjaan ....	52
3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	54
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	56
1. X1 (Produk).....	56
2. X2 (Kemudahan Transaksi) .....	57
3. X3 ( <i>Word Of Mouth</i> ).....	57
4. X4 (Relegiusitas).....	57
5. Y1 (Minat).....	58

C. Hasil Olah Data Dan Uji Hipotesis .....	58
1. Model Pengukuran Atau Outer Model	58
2. Uji Validitas .....	60
3. Uji Multikolinearitas .....	64
4. Uji Reliabilitas.....	65
5. Model struktural atau Inner Models ...	68
D. Pengujian pengaruh langsung .....	70
E. Pembahasan.....	73
1. Pengaruh Produk terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina warga sejahtera.....	73
2. Pengaruh Kemudahan transaksi terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina warga sejahtera.....	74
3. Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina warga sejahtera.....	75
4. Pengaruh Relegiustas terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina warga sejahtera.....	77
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	80

**DAFTAR PUSTAKA ..... 83**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 88**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1 Indikator Kuesioner .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4.2 Hasil responden Berdasarkan jenis kelamin .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 3 Hasil responden berdasarkan pekerjaan... ..</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.4 Hasil responden berdasarkan pendidikan terakhir .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.6 Outer Loadings .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.7 Descriminant Validity .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.8 Average Variance Extracted.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.9 Collinearity VIF Values .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4.10 Composite Reliability .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.11 Cronbac'h Alpha .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.12 R Square .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.13 Path Cofficient.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Kerangka Teoritik.....</b>	<b>47</b>
<b>Gambar 4.2 hasil responden berdasarkan jenis kelamin .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4.3 hasil responden berdasarkan jenis Pekerjaan.....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4.4 hasil responden berdasarkan pendidikan terakhir .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4.5 model konstruk PLS reflektif.....</b>	<b>59</b>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuisiner .....</b>	<b>88</b>
<b>Lampiran 2 Hasil Kuisiner .....</b>	<b>101</b>
<b>Lampiran 3 Output SPSS Statistik Deskriptif.....</b>	<b>105</b>
<b>Lampiran 4 Model Pengukuran Atau Outer Model</b>	<b>108</b>
<b>Lampiran 5 Uji Validitas .....</b>	<b>109</b>
<b>Lampiran 6 Multikolineraitas .....</b>	<b>111</b>
<b>Lampiran 7 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>111</b>
<b>Lampiran 8 Model struktural atau Inner Models....</b>	<b>112</b>
<b>Lampiran 9 Bukti Wawancara Dengan Responden.</b>	<b>113</b>
<b>Lampiran 10 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....</b>	<b>114</b>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di zaman modern sekarang ini, perkembangan dan pertumbuhan ekonomi syariah memperlihatkan prestasi yang luar biasa. Semakin berkembang, semakin banyak yang tertarik menggunakan jasa-jasa lembaga keuangan yang berbasis Syariah, contohnya dikabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan data dari DINKOPUM, jumlah koperasi di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta terus meningkat hingga akhir tahun 2018 sudah tercatat sebanyak 444 koperasi dari berbagai jenis<sup>1</sup>.

Kemajuan ekonomi syariah pun mampu mengembalikan nilai-nilai Islam di kehidupan perekonomian masyarakat itu sendiri. Ekonomi Syariah sendiri terus berubah, sesuai dengan kebutuhan dan tingkat peradaban manusia, dengan tetap memperhatikan dan mengamalkan nilai-nilai Islam di dalamnya. Perkembangan masyarakat hingga saat ini tidak lagi hanya tertarik dengan lembaga keuangan

---

<sup>1</sup> DINKOPUKM, 2021, Data Koperasi Kabupaten Sleman diakses melalui website [Data Statistik – Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah \(slemankab.go.id\)](http://Data%20Statistik%20-%20Dinas%20Koperasi,%20Usaha%20Kecil%20dan%20Menengah%20(slemankab.go.id)) Pada 2 Maret 2021 pukul 20.45.



syariah seperti bank syariah, asuransi syariah atau perusahaan-perusahaan ekonomi yang berbasis syariah yang sudah besar saja. Berdirinya BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) dan KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah), merupakan sebuah tanda bahwa BMT dan KSPPS juga banyak diminati masyarakat saat ini. Hal ini terbukti dengan peningkatan anggota koperasi dari 282.236 orang pada 2017 menjadi 292.008 orang di 2018 pada data yang ada di Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kabupaten Sleman.

Koperasi hadir untuk memfasilitasi masyarakat menengah ke bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank syariah, maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Meskipun prinsip operasionalnya mirip dengan bank syariah, koperasi memiliki wilayah pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.

Istilah koperasi berasal dari kata (co = bersama, operation = usaha) yang secara bahasa berarti bekerja bersama dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu (Hadikusuma, 2005). Konsep utama operasional Koperasi Syariah adalah menggunakan



akad Syirkah Mufawadhoh yang mana sebuah usaha yang didirikan secara bersama-sama oleh dua orang atau lebih, masing-masing memberi kontribusi dana dalam porsi yang sama besar dan berpartisipasi dalam kerja dengan bobot yang sama pula (Buchori, 2012). Koperasi didasarkan pada asas gotong royong dan tidak dimonopoli oleh salah satu pemilik modal, begitu juga dalam hal keuntungan maupun kerugian yang diperoleh harus dibagi rata dan proporsional, bekerja sama dan sama sama kerja.

Pesatnya perkembangan koperasi menjadikan persaingan antar koperasi agar tetap dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah anggotanya. Koperasi yang tidak dapat bersaing secara sehat, dapat berakibat fatal seperti contoh bangkrutnya sebuah BMT di Yogyakarta yang terjadi belum lama ini. Untuk senantiasa mempertahankan dan meningkatkan jumlah anggota, koperasi perlu untuk menerapkan strategi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan yakni pada kebutuhan dan keputusan konsumen dalam memilih lembaga keuangan mikro syariah khususnya koperasi. Dalam hal ini strategi pemasaran sangat penting untuk diterapkan melihat perkembangan dan persaingan lembaga keuangan syariah mikro saat ini yang terus berkembang pesat.

Peraturan serta konsep pengembangan koperasi secara misal dan seragam dikeluarkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan. Pertama, Menyesuaikan fungsi koperasi dengan jiwa dan semangat UUD 1945 dan Manipol RI tanggal 17 Agustus 1959, dimana koperasi diberi peranan penting sehingga kegiatan dan penyelenggaraannya benar-benar merupakan alat untuk melaksanakan ekonomi terpimpin berdasarkan sosialisme metode Indonesia, dasar kehidupan ekonomi bangsa Indonesia dan dasar untuk mengatur perekonomian rakyat guna mencapai taraf hidup yang layak dalam susunan masyarakat adil dan makmur yang demokratis.

Kedua, Bahwa pemerintah wajib mengambil sikap yang aktif dalam mengawal Gerakan Koperasi berdasarkan azas-azas demokrasi terpimpin, yaitu menumbuhkan, mendorong, membimbing, melindungi dan mengawasi perkembangan Gerakan serta implementasi Koperasi.

Ketiga, Bahwa dengan menyerahkan penyelenggaraan koperasi kepada inisiatif Gerakan Koperasi itu sendiri dalam taraf sekarang bukan saja tidak mencapai tujuan untuk membendung arus kapitalisme dan liberalisme, tetapi juga tidak menjamin

bentuk organisasi dan cara bekerja yang sehat sesuai dengan azas-azas koperasi yang sebenarnya.

Potensi koperasi pada saat ini sudah mampu untuk memulai gerakan koperasi yang otonom, namun fokus bisnis koperasi harus diarahkan pada ciri universalitas kebutuhan yang tinggi seperti jasa keuangan, pelayanan infrastruktur serta pembelian bersama. Dengan otonomi selain peluang untuk memanfaatkan potensi setempat juga terdapat potensi benturan yang harus diselesaikan di tingkat daerah. Dalam hal ini konsolidasi potensi keuangan, pengembangan jaringan informasi serta pengembangan pusat inovasi dan teknologi merupakan kebutuhan pendukung untuk kuatnya kehadiran koperasi. Pemerintah di daerah dapat mendorong pengembangan lembaga penjamin kredit di daerah. Pemusatan koperasi di bidang jasa keuangan sangat tepat untuk dilakukan pada tingkat kabupaten/kota atau “kabupaten dan kota” agar menjaga arus dana menjadi lebih seimbang dan memperhatikan kepentingan daerah (masyarakat setempat). Fungsi pusat koperasi jasa keuangan ini selain menjaga likuiditas juga dapat memainkan peran pengawasan dan perbaikan manajemen hingga pengembangan sistem asuransi tabungan yang dapat diintegrasikan dalam sistem

asuransi secara nasional. Pendekatan pengembangan koperasi sebagai instrumen pembangunan terbukti menimbulkan kelemahan dalam menjadikan dirinya sebagai koperasi yang memegang prinsip-prinsip koperasi dan sebagai badan usaha yang kompetitif. Reformasi kelembagaan koperasi menuju koperasi dengan jatidirinya akan menjadi agenda panjang yang harus dilalui oleh koperasi di Indonesia.

Dalam kerangka otonomi daerah perlu penataan lembaga keuangan koperasi (koperasi simpan pinjam) untuk memperkuat pembiayaan kegiatan ekonomi di lapisan terbawah dan menahan arus ke luar potensi sumberdaya lokal yang masih diperlukan. Pembinaan ini akan merupakan elemen penting dalam membangun sistem pembiayaan mikro di tanah air yang merupakan tulang punggung gerakan pemberdayaan ekonomi rakyat.

Keanggotaan koperasi berdasarkan pada kesamaan kepentingan ekonomi dalam lingkup usaha koperasi. Keanggotaan koperasi pada dasarnya tidak dapat dipindahtanggankan karena persyaratan untuk menjadi anggota koperasi adalah kepentingan ekonomi yang melekat pada anggota yang bersangkutan. Anggota koperasi merupakan pemilik dan juga pengguna jasa koperasi. Dalam koperasi ada pula

anggota luar biasa. Dikatakan luar biasa bila persyaratan untuk menjadi anggota tidak sepenuhnya dapat dipenuhi seperti yang ditentukan dalam anggaran dasar. Syarat Keanggotaan Koperasi adalah sebagai berikut: Setiap Warga Negara Indonesia (WNI) yang mampu melakukan tindakan hukum atau badan hukum koperasi yang memenuhi persyaratan. Menerima landasan dan asas koperasi. Bersedia melakukan kewajiban-kewajiban dan hak-haknya sebagai anggota. Membuka rekening Simpanan Harian Koperasi dengan setoran awal minimal Rp. 220.000,- (dua ratus dua puluh ribu rupiah) yang terdiri dari : Simpanan Wajib sebesar Rp. 50.000,- (lima puluh ribu rupiah) Simpanan Pokok sebesar Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah). Simpanan Sukarela minimum sebesar Rp. 50.000,- (lima puluh ribu rupiah). Biaya buku Simpanan Harian Koperasi sebesar Rp. 20.000,- (dua puluh ribu rupiah) Sifat Keanggotaan Koperasi adalah sebagai berikut: Terbuka dan sukarela. Dapat diperoleh dan diakhiri setelah syarat-syarat dalam anggaran dasar terpenuhi. Tidak dapat dipindahtangankan. Keanggotaan koperasi dinyatakan berakhir apabila seperti berikut ini: Meninggal dunia. Meminta berhenti karena kehendak sendiri. Diberhentikan pengurus karena tidak memenuhi syarat keanggotaan. Kewajiban

Anggota Koperasi Tercantum dalam Pasal 20 UU No. 25 Tahun 1992 adalah sebagai berikut: Mematuhi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga serta keputusan yang telah disepakati rapat anggota. Berpartisipasi dalam kegiatan usaha yang diselenggarakan koperasi. Mengembangkan dan memelihara kebersamaan berdasarkan atas asas kekeluargaan. Hak Anggota Koperasi Menurut Pasal 20 UU No. 25 Tahun 1992 Selain mempunyai kewajiban, anggota juga mempunyai hak seperti berikut ini: Menghadiri dan menyatakan pendapat serta memberikan suara dalam rapat anggota. Memilih dan atau dipilih menjadi anggota pengurus atau pengawas. Meminta diadakan rapat anggota menurut ketentuan dalam anggaran dasar. Mengemukakan pendapat atau saran kepada pengurus di luar rapat anggota baik diminta maupun tidak diminta. Memanfaatkan koperasi dan mendapat pelayanan yang sama antar anggota. Mendapatkan keterangan mengenai perkembangan koperasi menurut ketentuan dalam anggaran dasar.

Minat pembelian merupakan salah satu point penting dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk barang maupun jasa, termasuk proses keputusan



yang mendahului dan mengusuli tindakan ini (Engel, 2008). Untuk dapat menerapkan konsep pemasaran dengan baik, perusahaan harus mengetahui dan memahami perilaku konsumen, agar dapat merancang strategi pemasaran sehingga memperoleh tanggapan positif dari konsumen.

Cakupan kegiatan pemasaran ditentukan oleh konsep pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variable yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam komunikasinya dan akan digunakan untuk memuaskan konsumen sasaran. Konsep 4P (*produk, harga, tempat, promosi*) yang pada mulanya menjadi bauran pemasaran barang perlu diperluas menjadi 7P (*product, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik*) jika ingin digunakan dalam pemasaran jasa. Pengakuan akan pentingnya tiga variabel tambahan tersebut mendorong para pemasar jasa untuk mengadopsi konsep bauran yang telah diperluas tersebut. Salah satu elemen dalam bauran pemasaran adalah produk. Nilai-nilai syariah jasa lembaga keuangan syariah melekat pada produk. Menurut Philip Kotler (2008) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk beli, untuk digunakan atau dikonsumsi

yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk adalah sesuatu yang baik bersifat fisik maupun non fisik yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dalam koperasi khususnya koperasi syariah produk dengan segala unsur syariahnya merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi minat pelanggan menggunakan jasa koperasi syariah.

Selain itu, konsumen akan mempertimbangkan jenis produk yang akan dikonsumsi, bila produk yang ditawarkan terlalu rumit, maka difusi akan terhambat, tetapi apabila keunggulan produk mudah dilihat atau dijelaskan kepada konsumen, maka mereka akan lebih mudah mengadopsinya (Prasetijo, 2005). Proses yang cepat dan mudah perlu diperhatikan dalam pelayanan. Hal ini merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah menggunakan jasa koperasi keuangan syariah. Salah satu elemen dalam bauran pemasaran adalah produk. Nilai-nilai syariah jasa lembaga keuangan syariah melekat pada produk. Menurut (Kotler, 2008) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk beli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk adalah sesuatu yang baik bersifat fisik maupun non fisik



yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dalam koperasi khususnya koperasi syariah produk dengan segala unsur syariahnya merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi minat pelanggan menggunakan jasa koperasi syariah.

Selain itu, konsumen akan mempertimbangkan jenis produk yang akan dikonsumsi, bila produk yang ditawarkan terlalu rumit, maka difusi akan terhambat, tetapi apabila keunggulan produk mudah dilihat atau dijelaskan kepada konsumen, maka mereka akan lebih mudah mengadopsinya (Prasetijo, 2005). Proses yang cepat dan mudah perlu diperhatikan dalam pelayanan. Hal ini merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah menggunakan jasa koperasi keuangan syariah.

Salah satu elemen bauran pemasaran yang lain, tepatnya pada elemen promosi terdapat unsur *Word of mouth*. *Word of mouth* adalah komunikasi dari mulut ke mulut oleh konsumen yang didasarkan pada pengalaman pribadi konsumen. Hal ini dapat membantu koperasi syariah dalam pemasarannya.

Salah satu koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah KSPPS Bina Warga Sejahtera.

Sebagai perantara antara masyarakat yang kekurangan dana dan masyarakat yang kelebihan dana, maka KSPPS Bina Warga Sejahtera menawarkan berbagai macam produk penghimpunan dana dan pembiayaan kepada masyarakat sebagai bentuk pelayanan KSPPS Bina Warga Sejahtera. Dari tahun ke tahun, anggota di KSPPS Bina Warga Sejahtera semakin meningkat. Terbukti dari sampai saat ini, jumlah anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera sebanyak 852 anggota.

KSPPS Bina Warga Sejahtera semakin dipercaya oleh masyarakat sebagai salah satu lembaga keuangan mikro syariah. Atau dengan kata lain, masyarakat mempunyai preferensi tersendiri dapat menjadi anggota penyimpanan dana di KSPPS Bina Warga Sejahtera .

KSPPS Bina Warga Sejahtera berada di Sambiroto, Kalasan, Sleman di D.I.Yogyakarta agar semakin mendekatkan diri dengan calon anggota. KSPPS Bina Warga Sejahtera memberikan berbagai macam pilihan produk untuk para anggotanya, agar dapat memilih produk yang mereka inginkan atau butuhkan. Hal ini mempertegas jika KSPPS Bina Warga Sejahtera berkomitmen untuk memenuhi semua faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk menjadi anggota.

Dengan perkembangan lembaga keuangan mikro syariah saat ini, KSPS Bina Warga Sejahtera dituntut untuk berinovasi dan menggunakan strategi pemasaran yang jitu guna mendorong masyarakat untuk menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera. Banyaknya KSPPS yang menjamur di D.I Yogyakarta membuat KSPPS Bina Warga Sejahtera perlu meningkatkan strategi pemasaran agar konsumen atau nasabah termotivasi untuk menjadi anggota, menabung, ataupun meminjam dana di KSPPS Bina Warga Sejahtera.

Sebelumnya telah terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai pengaruh produk, kemudahan transaksi dan *word of mouth* terhadap minat. Hasil penelitian Devi (Hasil 2015) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat pembelian pada marketplace Shopee. Sedangkan Hasil penelitian Kurniasari (2016) menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Aji (2006) melakukan penelitian tentang Analisa Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi terhadap Minat Pembelian pada "Gede Swalayan " Boyolali. Hasil penelitian yang dilakukan variabel produk dan

distribusi merupakan faktor yang tidak berpengaruh terhadap minat pembelian produk di Gede Swalayan. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulastry (2012) tentang Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. Yang mana ketiga variable tersebut mempengaruhi secara positif terhadap minat beli.

Dari uraian di atas banyaknya faktor faktor baruan pengaruh produk yang mempengaruhi Minat menunjukkan hasil yang berbeda (*research gap*), perbedaan ini dikarenakan adanya perbedaan objek penelitian, sampel peneliti maupun tahun penelitian. Dari penelitian terdahulu penulis tertarik mengadakan penelitian dan membuktikan apakah baruan pengaruh produk yang dilakukan oleh KSPPS Bina warga sejahtra Yogyakarta memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dan seberapa besar variabel variabel memengaruhi minat masyarakat khususnya wilayah kota Yogyakarta.

Dari paparan diatas, peneliti hendak mengkaji seberapa besar minat masyarakat menggunakan jasa koperasi syariah dilihat dari segi atribut produk, bauran pemasaran *word of mouth* dan *Relegiusitas*. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul:  
**“ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG**

**MEMPENGARUHI MINAT MENJADI ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) BINA WARGA SEJAHTERA D.I.YOGYAKARTA”.**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas dapat dirumuskan beberapa pertanyaan peneliti yaitu:

1. Apakah Produk memengaruhi Minat menjadi anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah di KSPPS Bina Warga Sejahtera?
2. Apakah Kemudahan Transaksi memengaruhi Minat menjadi anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah di KSPPS Bina Warga Sejahtera?
3. Apakah *Word of mouth* memengaruhi Minat menjadi anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah di KSPPS Bina Warga Sejahtera
4. Apakah *Relegiusitas* memengaruhi terhadap Minat menjadi anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah di KSPPS Bina Warga Sejahtera?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh Produk terhadap Minat menjadi anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah di KSPPS Bina Warga Sejahtera.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Minat menjadi anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah di KSPPS Bina Warga Sejahtera.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat menjadi anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah di KSPPS Bina Warga Sejahtera.
4. Untuk menganalisis pengaruh Religiusitas terhadap minat menjadi anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah di KSPPS Bina Warga Sejahtera.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian Pengaruh Produk, Kemudahan Transaksi *Word Of Mouth* dan *Relegiusitas* Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Bina Warga Sejahtera D.I.Yogyakarta, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi peneliti lain yang berkenaan dengan produk, kemudahan



transaksi *Word Of Mouth*, dan juga *Relegiusitas* dalam industri lembaga keuangan syariah yang berbentuk koperasi, serta membuka kemungkinan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut yang sejenis.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai produk, kemudahan transaksi *Word Of Mouth* dan *Relegiusitas* serta pengaruhnya terhadap Minat menjadi anggota jasa koperasi di KSPPS Bina Warga Sejahtera.

### b. Bagi KSPPS Bina Warga Sejahtera

Memberikan informasi mengenai produk, kemudahan transaksi *Word Of Mouth* dan *Relegiusitas* serta pengaruhnya terhadap Minat menjadi anggota jasa koperasi di KSPPS Bina Warga Sejahtera., sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan dan bahan evaluasi guna peningkatan kualitas di KSPPS Bina Warga Sejahtera.

### c. Bagi Masyarakat



Sebagai sarana informasi tentang pengaruh produk, kemudahan transaksi *Word Of Mouth* dan *Relegiusitas* serta pengaruhnya terhadap Minat menjadi anggota jasa koperasi di KSPPS Bina Warga Sejahtera.

d. Bagi UIN Sunan kalijaga Yogyakarta

Mamfaat penelitian ini diharapkan mampu daftar refrensi dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dikemudian hari. Dengan penelitian ini diharapkan menjadi tolak ukur dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

#### **E. Sistemetika Pembahasan**

Untuk memeperoleh gambaran yang jelas, serta mempermudah pembahasan secara menyeluruh dalam skripsi ini terbagi dalam 5 ( lima ) bab. Secara umum gambaran sistematika skripsi ini terbagi sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, bab ini memuat penjelasan bersifat umum, yaitu pendahuluan latar belakang yang menjelaskan tentang, produk, kemudahan transaksi, word of mouth, dan relegiusitas terhadap minat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera. Secara umum Bab 1 juga membahas mengenai urgensi minat menjadi anggota di KSPPS pada saat ini, untuk mengangkat judul skripsi ini.

Bab II landasa teori, bab ii kan diuraikan landasan teori terdiri dari, kerangka teori, hipotesis, dan telaah pustaka. Kerangka teori berisi tentang teori teori yang digunakan sebagai landasan. Hipotesis berbicara tentang jawaban sementara berdasarkan teori dan penelitian terdahulu. Telaah pustaka berisi tentang pembahasan variable produk, kemudahan, word of mouth, religiusitas dan minat konsumen.

Bab III Metode penelitian bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini mulai dari jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, variable hingga teknis analisis data.

Bab IV Analisis data, bab ini berisi tentang hasil penelitian yang berupa statistik dan uraian informasi yang dikelola berdasarkan teknik analisis data sehingga informasi dapat diterima sebagai hasil analisis data.

Bab V Penutup bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran, didalam bab ini menyimpulkan penelitian berdasarkan analisis data. Selain itu didalam bab ini akan menguraikan saran baik untuk penelitian selanjutnya maupun untuk pihak KSPPS Bina Warga Sejahtera Yogyakarta.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dari pengaruh Produk, Kemudahan Transaksi, word of mouth, dan religiusitas terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera D.I Yogyakarta maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel Produk Positif Tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera. Hasil tersebut menjelaskan apabila semakin baik kualitas Produk KSPPS Bina Warga Sejahtera maka belum tentu akan mampu meningkatkan Minat masyarakat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera D.I Yogyakarta.

Variabel Kemudahan Transaksi Di KSPPS Bina Warga Sejahtera berpengaruh positif Signifikan terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera. Hasil tersebut menjelaskan apabila semakin baik tingkat Kemudahan Transaksi Di KSPPS Bina Warga Sejahtera maka akan mampu meningkatkan Minat masyarakat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera D.I Yogyakarta.

Variabel Word Of Mouth Positif Tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat

menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera. Hasil tersebut menjelaskan apabila semakin baik Word Of Mouth yang dilakukan anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera ataupun masyarakat maka belum tentu akan mampu meningkatkan Minat masyarakat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera D.I Yogyakarta.

Variabel Religiusitas Di KSPPS Bina Warga Sejahtera berpengaruh positif Signifikan terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera. Hasil tersebut menjelaskan apabila semakin baik tingkat Religiusitas Di KSPPS Bina Warga Sejahtera maka akan mampu meningkatkan Minat masyarakat menjadi anggota KSPPS Bina Warga Sejahtera D.I Yogyakarta.

## **B. Saran**

Penelitian ini memberikan dampak yang cukup penting bagi peneliti yang memiliki concern pada bidang yang sama dan bagi Manajer ataupun pemilik KSPPS Bina Warga Sejahtera sebagai pembuat kebijakan. Berikut disampaikan beberapa saran penelitian dari penulis:

1. Bagi Manajer ataupun pemilik KSPPS Bina Warga Sejahtera setempat, penelitian ini bersifat sebagai saran dan masukan akademik yang bisa dijadikan

salah satu acuan atau dasar pembuatan kebijakan serta strategi khusus dalam upaya meningkatkan anggotanya.

2. Agar Minat masyarakat menjadi anggota di KSPPS Bina Warga Sejahtera bisa meningkat, maka Manajer ataupun pemilik KSPPS Bina Warga Sejahtera setempat disarankan agar bisa lebih mengutamakan aspek Kemudahan Transaksi Dan aspek religiusitas.

3. Penelitian ini hanya bertempat pada satu daerah yang diteliti yakni Kota Yogyakarta. Untuk itu kepada para peneliti selanjutnya, diharapkan menggunakan tempat penelitian yang sama untuk diteliti supaya hasil penelitian dapat mewakili sebagai referensi atau pembanding akademik.

4. Bagi para peneliti apabila ingin melanjutkan penelitian dengan tema yang sama, maka sebaiknya menambah variabel independen

selain Produk, Kemudahan Transaksi, Word Of Mouth dan Religiusitas dalam mempengaruhi Minat masyarakat menjadi anggota di KSPPS Bina Warga Sejahtera. karena menurut hasil penelitian, variabel independen yang sudah disebutkan masih dianggap kurang, karena dalam penelitian ini hasil pengaruh tidak langsung tidak lolos uji.



## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2003, Statistik Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis, cet. Ke-2, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Aprilia, L., Widiastuti, M. M., SS, R. A. P., Juliana, S. N., & Pratiwi, A. P. (2020). Pengaruh Faktor Keagamaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1), 75–90.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49–56.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, kontrol diri dan kenakalan remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02).
- Buchori Nur S, 2012, Koperasi Syariah Teori dan Praktik, Tangerang: Pustaka Aufa Media.
- Burhannudin, 2013, Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia, Malang: UIN-Maliki Press.



- Engel, S., Pagiola, S., & Wunder, S. (2008). Designing payments for environmental services in theory and practice: An overview of the issues. *Ecological economics*, 65(4), 663–674.
- Farhan M, 2012, Analisis Regresi Terapan Teori, Contoh Kasus, dan Aplikasi Dengan SPSS, Yogyakarta: Handout Statistik.
- Ghozali, Imam, 2005, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, ed. Ke-2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, syamsul. Widyarini, 2009. Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hadikusuma S. Raharja, 2005, Hukum Koperasi Indonesia, Jakarta: Rajawali Press Utama.
- Hasan, Ali, 2010, Marketing Bank Syariah, Cet. Ke-1 Bogor: Ghalia Indonesia Utami.
- \_\_\_\_\_, 2010, Marketing Dari Mulut Ke Mulut, Cet. Ke-1, Yogyakarta: Media Press.

- Indriantoro, Nur. Bambang Supomo, 2014, Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen, ed. Ke-1, cet. Ke-6, Yogyakarta: BPFE.
- Kiagus Abdul Hamid, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Rumah Sakit Islam Hidayatullah Yogyakarta” Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2006.
- Kotler, Amstrong, 2001, Prinsip-prinsip pemasaran, alih bahasa oleh Demos Sihombing, Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_, 2003, Dasar-dasar Pemasaran, Cet. Ke-9, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Kevin Lane Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Cet. Ke-12, jilid ke-1, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Amstrong Gary, 2012, Prinsip-prinsip Pemasaran (Alih Bahasa Damos Sihombing), Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller, 2009, Manajemen Pemasaran (Alih Bahasa Benyamin Molan), Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar, 2008, Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Masruroh, A. (2015). *Analisis pengaruh tingkat religiusitas dan disposable income terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah (studi kasus mahasiswa STAIN salatiga)*.

Muflih Muhammad, 2006, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Pahrus, 2015 “Pengaruh Kualitas Layanan, Kontribusi dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Nasabah Untuk Memilih Produk Asuransi Syariah (Studi Kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Yogyakarta),” Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. (2005). *Perilaku konsumen*.

Ratnasari, Tri. Ririn dan Mastuti, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor : Ghalia Indonesia.

Simamora, Bilson, 2004, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.

- Slamet, 2012 “Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Minat Beli Produk (Studi Kasus pada Koperasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta), Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Sugiyono, 2011, Metode Penelitian bisnis kuantitatif ,Kualitatif, dan R & D, Cet. Ke-14 Bandung: Alfabeta.
- Syaiful Islam, 2016 “Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Minat Menggunakan Pembiayaan Murabahah pada BMT BIF” Program Studi Manajemen Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Whidya, 2010, Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Jakarta: Salemba.
- Yazid, 2001, Pemasaran Jasa dan Konsep Implementasi, Yogyakarta: Ekonisia.