

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan mempunyai peranan yang begitu penting dalam sistem keuangan negara, diantaranya adalah menjaga stabilitas keuangan dalam perekonomian suatu negara. Secara umum Lembaga keuangan berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan. Intermediasi keuangan disini adalah sebagai penghimpun dana dari pihak yang surplus baik dari perusahaan atau individu (rumah tangga), dan juga sebagai penyalur kepada pihak yang defisit.¹

Lembaga keuangan dapat dikelompokkan dalam dua bentuk yaitu Lembaga keuangan bank dan Lembaga keuangan bukan bank. Pada dasarnya Lembaga keuangan baik bank maupun bukan bank memiliki tugas yang sama yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana, perbedaannya terletak pada cara menghimpun dan menyalurkan dananya.²

Sebagai perwujudan dari adanya kesadaran masyarakat terhadap aplikasi ajaran Islam dengan menggunakan sistem ekonomi Islam, maka munculah sebuah Lembaga keuangan Syariah. Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang berlandaskan hukum-hukum Islami (syariah) sebagai landasan operasionalnya. Maka dari itu semua transaksi yang dioperasionalkan tidak bertentangan dengan aturan syariat Islam.³

¹ Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), hlm 29.

² Busrtari Muchtar, Rose Rahmidani, Menik Kurnia Siwi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm 24.

³ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2002), hlm 14.

Dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah khususnya perbankan mulailah bermunculan lembaga keuangan syariah baik bank maupun non bank. Salah satunya yaitu *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT). BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil (syariah), menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.⁴

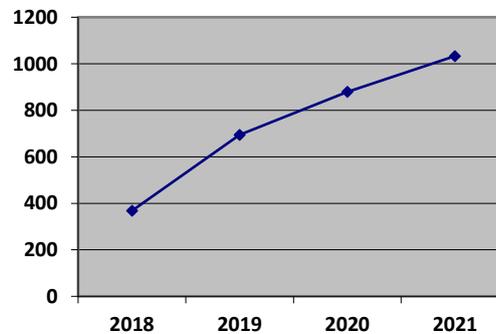
Status hukum BMT dapat dikelompokkan menjadi tiga: pertama, koperasi, yayasan, dan kelompok swadaya masyarakat (KSM) atau lembaga swadaya masyarakat (LSM).⁵ Salah satu Lembaga BMT yang ada di Madura adalah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan. Sesuai namanya BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan merupakan Lembaga keuangan berbentuk koperasi. BMT berbadan hukum koperasi dapat bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai prinsip syariah.

KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan telah berperan aktif dalam kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat sekitar Kec. Tlanakan. Tabungan atau simpanan adalah salah satu cara BMT NU Cabang Tlanakan untuk menghimpun dana dari masyarakat. BMT NU Cabang Tlanakan menyediakan beberapa alternatif pilihan produk tabungan atau simpanan dimana setiap produknya memiliki kegunaan yang berbeda-beda sehingga dapat memenuhi keinginan dari anggota yang akan menabung di BMT NU Cabang Tlanakan.

⁴ Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ombak, 2014), hlm 143.

⁵ Tita Novitasari, "Peran Otoritas Jasa Keuangan dalam Pengawasan Lembaga Baitul Maal wa Tamwil (BMT): Studi Kasus BMT Global Insani", *Undang: Jurnal Hukum*, Vol. 2 No. 1 (2019): hlm 125.

Gambar 1.1
Perkembangan Anggota Tabungan BMT NU Cabang Tlanakan



(Sumber: Kepala Kantor Cabang BMT NU Cabang Tlanakan)

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup pesat pada produk tabungan yang disediakan. Bahkan pada pertengahan tahun 2021 sudah hampir melampaui perkembangan tahun sebelumnya. Fenomena tersebut tidak lepas dari peranan konsumen (anggota) dalam mengambil keputusan untuk menabung.

Keputusan yang diambil untuk menggunakan suatu produk atau jasa oleh anggota muncul berdasarkan faktor -faktor tertentu. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan anggota sering kali mengalami masalah yang didasarkan dari faktor kompleks yang menyangkut berbagai macam hal penentu keputusan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi berupa faktor sosial, budaya dan karakteristik anggota itu sendiri.⁶

Pengetahuan konsumen adalah salah satu faktor yang dapat memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa tertentu

⁶ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makasar: CV. Sah Media, 2019), hlm 33.

dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan yang ada. Mowen dan Minor menyatakan pengetahuan konsumen sebagai suatu pengalaman dan informasi yang didapatkan atau diketahui seseorang tentang barang atau jasa tertentu. Pengetahuan konsumen dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah juga didasari oleh pengetahuan konsumen tersebut tentang bank syariah itu sendiri. Semakin mereka memahami tentang bank Syariah, semakin mereka yakin bahwa bank syariah dengan bank konvensional sangatlah berbeda.⁷

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arif Firdy Firmansyah, yang berjudul pengaruh pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah. Menunjukkan hasil bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (anggota). Hasil penelitian ini memperkuat teori yang telah disampaikan sebelumnya.⁸

BMT NU Cabang Tlanakan merupakan lembaga keuangan yang dikembangkan berdasarkan hukum syariah islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau dengan kata lain disebut dengan riba. Maka dari itu pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen (anggota) bisa juga dipengaruhi oleh faktor keberagamaan atau religiusitas dari nasabah.

Religiusitas adalah sesuatu yang penting dalam kehidupan manusia. Keberagamaan atau religiusitas dapat diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan

⁷ Afrian Rachmawati, "Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadinasabah Pada Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1 (Mei, 2020): 8.

⁸ Arif Firdy Firmansyah, "Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 3 (2019): 20.

manusia, karena aktivitas beragama tidak hanya sekedar melaksanakan perilaku ritual beribadah, namun juga ketika melaksanakan aktivitas lain yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktivitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktivitas yang tidak terlihat dan terjadi dalam hati seseorang. Religiusitas seseorang dapat dilihat dan diketahui dari aktivitas beragama dalam kehidupan sehari-hari yang dilaksanakan secara rutin dan konsisten.⁹

Teori di atas juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohammad Zuhiryan yang berjudul, Pengaruh Religiusitas dan Persepsi nasabah terhadap Keputusan memilih Bank Syariah. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.¹⁰

Selain itu reputasi juga dapat mempengaruhi keputusan anggota untuk menggunakan jasa bank syariah. Maka dari itu reputasi begitu penting bagi perusahaan, karena reputasi yang terbentuk pada masyarakat dapat memberi keuntungan untuk perusahaan dalam hal penjualan produk ataupun jasanya.¹¹ Oleh karena itu, pihak manajemen harus menjalankan strategi melalui program dan kegiatan yang bertujuan untuk membangun reputasi perusahaan. Sehingga

⁹ Farokhah Muzayinatun Niswah, "Hubungan Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Tanpa Label Halal", *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, Vol. 5 No. 1 (Januari 2018): 51.

¹⁰ Muhammad Zuhiryan, Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah", *Jurnal Al-Amwal*, Vol. 10 No. 1 (2015): 60.

¹¹ Mochamad Husni, Dyah Rachmawati, Sugiyanto Frizki Nurnisya, *Reputasi yang Berkarakter* (Jakarta: PT Media Piar Indonesia, 2017), hlm 97.

perusahaan tersebut dapat dinilai baik dan menimbulkan keyakinan dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

Dick, Chakravarty dan Biehal mengemukakan suatu bukti bahwa reputasi perusahaan secara langsung membentuk kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan sehingga akan mempengaruhi pelanggan dalam menentukan pilihan. Semakin baik reputasi yang dimiliki suatu perusahaan, semakin baik juga dalam mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.¹²

Penelitian terdahulu yang memperkuat teori diatas telah dilakukan oleh Syaf Tri Yulandara dan Rice Haryanti yang berjudul, Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam. Penelitian ini menunjukan hasil bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹³

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dan beberapa hasil penelitian terdahulu di atas. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **"Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Reputasi Terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan"**.

¹² Umiyati, Nadiyya Syaima, "Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Di Bank Jabar Syariah Kcp.Ciputat", *Jurnal Liquidity*, Vol. 7 No. 2 (Desember 2018): 121.

¹³ Syaf Tri Yulandara dan Rice Haryanti, "Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam", *Jurnal Metua*, Vol. 2 No. 4 (Desember 2020): 304.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan?
2. Apakah terdapat pengaruh Religiusitas terhadap keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan?
3. Apakah terdapat pengaruh Reputasi terhadap keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan?
4. Apakah terdapat pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Reputasi secara simultan terhadap keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan antara lain yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Religiusitas terhadap keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Reputasi terhadap keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Reputasi secara simultan terhadap keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat atau kegunaan dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai media untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan sehingga dapat memahami ilmu yang telah dipelajari tersebut dengan baik, menambah referensi, dan wawasan pengetahuan yang luas tentang pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Reputasi terhadap Keputusan Anggota menabung di lembaga keuangan syariah.

2. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN Madura)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa/mahasiswi IAIN Madura sebagai referensi baik untuk tugas maupun untuk suatu penelitian selanjutnya sehingga berguna untuk pengembangan ilmu, khususnya dalam bidang pemasaran. Dan semoga dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi mahasiswa/mahasiswi IAIN Madura Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya prodi Perbankan Syariah.

3. Bagi BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi lembaga keuangan syariah untuk dijadikan sumber informasi yang baik untuk memajukan perusahaannya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam ruang lingkup penelitian mencakup batasan atas variabel-variabel yang diteliti, populasi atau subjek penelitian, dan lokasi penelitian.

1. Variabel Penelitian

Adapun variabel yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁴ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan anggota (Y). Sedangkan variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁵ Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu ; Pengetahuan (X_1), Religiusitas (X_2), dan Reputasi (X_3). Agar variabel yang menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut :

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.39.

¹⁵ Ibid.

a. Pengetahuan

Indikator dari Pengetahuan (X_1) adalah sebagai berikut :¹⁶

- 1) Pengetahuan produk.
- 2) Pengetahuan pembelian.
- 3) Pengetahuan pemakaian.

b. Religiusitas

Indikator dari Religiusitas (X_2) adalah sebagai berikut :¹⁷

- 1) Dimensi ideologis.
- 2) Dimensi ritual.
- 3) Dimensi pengalaman.
- 4) Dimensi intelektual.
- 5) Dimensi konsekuensi.

c. Reputasi

Indikator dari Reputasi (X_3) adalah sebagai berikut:¹⁸

- 1) Reliability (Keandalan)
- 2) Credibility (Kredibilitas)
- 3) Trustworthiness (Kepercayaan)
- 4) Responsibility (Tanggung Jawab)

¹⁶ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*(Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), hlm 66.

¹⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi agama: sebuah pengantar* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2003), hlm 44-47.

¹⁸ Charles J. Fombrun, *Reputation: Realizing Value From The Corporate Image* (Boston: Harvard Business School Press, 2018), hlm 131.

d. Keputusan

Indikator dari Keputusan anggota (Y) sebagai berikut:¹⁹

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku pascapembelian

2. Subyek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan yang berada di Jalan Raya Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.²⁰ Asumsi diperlukan dalam melakukan suatu penelitian agar seorang peneliti memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Asumsi penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm 184-190.

²⁰ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi* (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), hlm.17.

1. Keputusan anggota untuk menabung dipengaruhi oleh Pengetahuan, Religiusitas, dan Reputasi.
2. Jika suatu Lembaga memiliki Reputasi yang baik, maka akan berpengaruh terhadap pengambilan Keputusan anggota untuk menabung.
3. Jika anggota memiliki pengetahuan dan tingkat religiusitas yang tinggi maka akan berpengaruh dalam pengambilan Keputusan menabung.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.²¹ Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Ha₁ : Pengetahuan berpengaruh terhadap Keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.
2. Ha₂ : Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.
3. Ha₃ : Reputasi berpengaruh terhadap Keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.
4. Ha₄ : Pengetahuan, Religiusitas, dan Reputasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.

²¹ Ibid, hlm 18.

H. Definisi Istilah

Definisi istilah atau definisi operasional diperlukan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kekurangjelasan makna. Istilah yang perlu dijelaskan adalah istilah-istilah yang berhubungan dengan konsep-konsep pokok yang terdapat dalam skripsi.²² Maka peneliti telah merumuskan beberapa istilah yang perlu didefinisikan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut :

1. Pengetahuan, adalah informasi yang disimpan seseorang didalam memori otaknya yang berfungsi untuk mengenali pasar. Dalam penelitian ini yang dimaksud pengetahuan adalah informasi yang dimiliki anggota tentang produk-produk tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, sehingga mempengaruhi anggota dalam mengambil keputusan untuk menabung.
2. Religiusitas, adalah suatu keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku, bersikap, dan bertindak sesuai dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya. Religiusitas disini adalah sifat keagamaan Anggota, sehingga menjadi dorongan untuk memutuskan menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.
3. Reputasi, adalah identitas dan citra yang dibangun dalam jangka waktu yang lama dan bersifat konsisten meski dalam lingkungan yang dinamis. Reputasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Reputasi yang dimiliki BMT NU

²² Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), hlm.19-20.

Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, yang dapat mempengaruhi anggota dalam mengambil keputusan untuk menabung.

4. Keputusan, adalah proses menentukan satu pilihan dari banyak alternatif pilihan berdasarkan pengolahan informasi yang diperoleh seseorang dengan harapan sesuatu akan terjadi sesuai dengan yang diinginkan.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Serta digunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah. Berikut adalah hasil-hasil penelitian terdahulu:

Tabel 1.1

Tabel Kajian Penelitian Tedahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Arif Firidy Firmansyah, Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan tehnik pengambilan sampel meggunakan pendekatan probability sampling. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuisisioner atau angket.	1) pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI syariah KC Surabaya. 2) Kualitas pelayan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi di Bank BNI syariah KC Surabaya.	1) persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel independen (x) yaitu, pengetahuan dan religiusitas, serta penggunaan variabel dependen (Y) yang sama yaitu keputusan. Selain itu penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan regresi linier berganda. Dan data yang digunakan juga menggunakan data primer dengan menggunakan kuisisioner atau angket.

				2) sedangkan perbedaannya adalah adanya variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan. Dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah propability sampling.
2.	Afrian Rachmawati, Pengaruh consumer knowledge, brand image, religiusitas, dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah.	Penelitian ini menggunakan 4 hipotesis untuk diuji dengan metode SEM. Sampel penelitian ini adalah 212 responden.	1) <i>Consumer knowledge, brand image</i> , dan religiusitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank Syariah. 2) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Syariah.	1) persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel independen (x) yaitu, pengetahuan dan religiusitas, serta penggunaan variabel dependen (Y) yang sama yaitu keputusan. Selain itu penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan regresi linier berganda. 2) sedangkan perbedaannya adalah adanya variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu brand image.
3.	Mohammad Zuhirsyan, Pengaruh Religiusitas dan Persepsi nasabah terhadap Keputusan memilih Bank Syariah.	Jenis penelitian yang akan dilaksanakan adalah penelitian kausal (Causal). Sedangkan metode pengumpulan data adalah metode survey. Teknik pengumpulan data	1) Secara simultan religiusitas dan persepsi nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. 2) Secara parsial religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap	1) persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel independen (x) yaitu, religiusitas, serta penggunaan variabel dependen (Y) yang sama yaitu keputusan. Dan metode pengumpulan data menggunakan data primer dengan menggunakan kuisisioner atau angket.

		menggunakan kuisisioner dengan penentuan sampel menggunakan Teknik purposive sampling pada nasabah tabungan mudarabah sebanyak 100 orang.	keputusan memilih bank syariah. 3) Secara parsial persepsi nasabah berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.	2) sedangkan perbedaannya adalah adanya variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi nasabah. Dan dalam penentuan sampelnya menggunakan teknik purposive sampling.
4.	Syaf Tri Yulandra dan Rice Haryati, Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam.	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di rio mini market yang berjumlah 21.119 orang pada tahun 2019. Dengan menggunakan accidental sampling dalam menentukan jumlah sampel.	1) Variabel reputasi, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam. 2) Variabel reputasi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam.	1) persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel independen (x) yaitu, reputasi, serta penggunaan variabel dependen (Y) yang sama yaitu keputusan. Dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan regresi linier berganda. 2) sedangkan perbedaannya adalah adanya variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan. Dan dalam penentuan sampelnya menggunakan teknik accidental sampling. Serta objek penelitian yang bukan merupakan lembaga keuangan.
5.	Umiyati dan Nadiyya Syaima, Merek,	Penelitian ini termasuk kedalam penelitian	1) terdapat pengaruh yang signifikan antara merek, kualitas	1) persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel independen (x) yaitu,

	<p>reputasi, kualitas pelayan, dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di bank Jabar Syariah KCP. Ciputat.</p>	<p>asosiatif. Metode yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 responden dengan Teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa angket (kuisisioner).</p>	<p>pelayanan, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di bank Jabar Syariah KCP. Ciputat.</p> <p>2) tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di bank Jabar Syariah KCP. Ciputat.</p>	<p>reputasi, serta penggunaan variabel dependen (Y) yang sama yaitu keputusan. Dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa angket (kuisisioner).</p> <p>2) sedangkan perbedaannya adalah adanya variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu merek, kualitas pelayanan dan lokasi.</p>
--	---	--	---	--