

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan sehingga menunjukkan kinerja koperasi syariah cukup berkontribusi positif bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Semakin berkembangnya koperasi syariah tidak terlepas dari peran para anggota yang memberikan kepercayaan terhadap pihak koperasi syariah untuk penyimpanan *Asset* dan pinjaman modal keuangannya dengan prinsip kekeluargaan.¹

Koperasi mempunyai fungsi dalam perkembangan perekonomian Indonesia yaitu pembina insan masyarakat untuk memperkokoh kedudukan ekonomi serta bersatu dalam mengatur pelaksanaan perekonomian rakyat. Koperasi syariah memiliki dampak dan peran dalam proses pembangunan ekonomi nasional, dengan berlandaskan ajaran islam atau syariah memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dengan meningkatkan pendapatan dan perbaikan ekonomi dengan meningkatkan pendapatan dan perbaikan ekonomi para anggotanya. Koperasi diharapkan mampu untuk mensejahterakan masyarakat dengan prinsip tolong menolong. Hal tersebut dikarenakan, sebagian besar masyarakat Indonesia mayoritas muslim sehingga hal ini menjadi landasan kuat bagi masyarakat akan pentingnya koperasi. Upaya untuk menjadikan prinsip operasional koperasi agar sesuai dengan prinsip syariah, maka dibentuk syariah atau *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT). Saat ini sudah banyak penggerak koperasi yang berinisiatif untuk

¹ Toman Sony Tambunan dan Luna Theresia Tambunan, *Koperasi*, 1 ed. (Yogyakarta: Expert, 2017), 39.

mendirikan koperasi syariah dengan tujuan mensejahterakan para anggotanya yang berlandaskan prinsip syariah.²

Lahirnya koperasi syariah sebagai lembaga intermediasi antara potensi yang dimiliki masyarakat berekonomi kecil yang bertujuan untuk membangun peradaban ekonomi umat berbasis syariah. Secara operasional, koperasi syariah berbeda dengan koperasi konvensional, yaitu dalam aspek pembiayaan, aspek pengawasan, prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang terkandung dalam koperasi syariah. Bagi hasil dan aspek pengawasannya meliputi kinerja dan pengawasan syariah. Sedangkan koperasi konvensional, menerapkan bunga dan aspek pengawasannya hanya pada kinerja. Prinsip yang digunakan koperasi syariah yaitu kekayaan. Kekayaan merupakan amanah dari Allah SWT yang tidak ada seorangpun yang memilikinya secara mutlak. Manusia diberikan kebebasan dalam bermu'amalat selama tidak keluar dari ketentuan syariah yang merupakan khalifah yang diciptakan Allah SWT untuk memakmurkan muka bumi, dan menjunjung tinggi dalam keadilan dan menolak setiap bentuk ribawi serta sumber dana ekonomi berpusat pada setiap orang atau sekelompok masyarakat saja. Sedangkan koperasi konvensional yaitu keanggotaannya bersifat terbuka dan pengolahan dilakukan dengan cara seadil adilnya.³ Nilai-nilai yang terkandung pada koperasi syariah yaitu *shiddiq* menggambarkan kebenaran, kecermatan dan akuntabilitas. *Istiqomah* menggambarkan komitmen, konsistensi dan juga loyalitas, *tabligh*

² Muhammad Wandisyah R, Hutagalung dan Sarmiana Batubara, Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat di Indonesia,” Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 7, no 3 (2021): 2, <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.

³ Dewi Agustiya Ningsih dan Ani Hayatul Masruroh, “Analisis Perbandingan Sistem Pemberian Kredit Pada Koperasi Syariah Dan Koperasi Konvensional,” *Jurnal Penerapan Teori & Riset Akuntansi* 3, no. 1 (2018): 89-90.

menggambarkan edukasi, komunikatif, dan juga transparansi, amanah menggambarkan kepercayaan, integritas dan juga reputasi, *fathanah* menggambarkan kreatif, etoskerja, serta inovasi, *ri'ayah* menggambarkan semangat solidaritas serta kepeduliandan juag empati, *mas'uliyah* menggambarkan responibilitas, sedangkan nilai yang terkandung pada koperasi konvensional yaitu nilai kekerabatan atau kekeluargaan, nilai membantu atau menolong diri sendiri, nilai (*to be responsible*) bertanggung jawab, nilai (*democracy*) demokrasi, nilai (*equation*), persamaan nilai (*equitable*) berkeadilan, nilai (*autonomy*) kemandirian.⁴

Koperasi syariah saat ini mencapai 150.223 unit usaha dan jumlah tersebut 1,5 persennya merupakan koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) dan tercatat jumlah KSPPS sebanyak 2.253 unit dengan anggota 1,4 juta orang. Modal sendiri mencapai Rp 968 miliar dan modal luar Rp 3,9 triliun dengan volume usaha mencapai Rp 5,2 triliun. Kondisi yang demikian justru menjadi suatu tantangan bagi tiap-tiap KSPPS di seluruh Indonesia, semakin banyak koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) di Indonesia, maka berdampak pada persaingan antar koperasi yang semakin ketat. Persaingan semakin ketat, tentu pihak koperasi akan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota sehingga menyebabkan anggota memiliki banyak pilihan dalam menggunakan produk koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah(KSPPS).⁵

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS

⁴ Ibid, 90-91.

⁵ BeritaSatu.com, "Koperasi Syariah Berperan Penting Gerakkan Sektor Riil," beritasatu.com, 17 Juli 2021, <https://www.beritasatu.com/ekonomi/801913/koperasi-syariah-berperan-penting-gerakkan-sektor-riil>.

NURI JATIM) yang sebelumnya di kenal dengan KSN JATIM merupakan salah satu koperasi syariah berskala Provinsi Jawa Timur yang berpusat di jalan raya Palduding- Pagentenan, Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Koperasi ini didirikan oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuanyar pada hari senin tanggal 1 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 2009 dengan satu kantor pelayanan yang ber alamat di Jalan Raya Palengaan (Simpang Tiga Palduding) Desa Plakpak Kecamatan-Pagentenan, Kabupaten pamekasan.⁶

Koperasi ini bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang beroperasi berdasarkan legalitas badan hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan dengan Nomor 02/BH/XVI.19/2010, tertanggal 29 April 2010. Dalam perkembangan kelembagaan KSPPSNURI JATIM, pelayanan usaha simpan pinjam yang diberikan kepada anggota, bukan hanya adadi wilayah Kabupaten Pamekasan saja, melainkan juga menyebar ke wilayah Kabupaten Sampang dan Kabupaten Sumenep. Sehingga pada tahun 2014 pengurus mengajukan alih bina kepada Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya, berdasarkan pengesahan akta perubahan anggaran Dasar dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/10/09.02/01/XII/2014, tanggal 11 Desember 2014, secara resmi menjadi binaan Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Dinas Koperasai dan UKM Provinsi Jawa Timur. Pada 2019 resmi beralih status dari KSN JATIM menjadi KSPPS NURI JATIM.⁷ KSPPS NURI JATIM melaksanakan kegiatan usaha menghimpun dana dalam bentuk simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wajib khusus, simpanan hari raya, simpanan berjangka,

⁶ KSPPS NURI JATIM, di akses dari <https://nurijatim.com/sekilas-sejarah/> pada tanggal 2 Oktober 2022 pukul 19:30.

⁷ Ibid.

simpanan walimatul ursy, simpanan Pendidikan, simpanan haji dan umrah, simpanan qurban, simpanan rumah tangga dan simpanan sukarela, serta memberikan pembiayaan untuk anggota atau calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya anantara lain pembiayaan gadai mas, pembelian barang serba guna, modal usaha, modal pertanian, gadai BPKB syariah, gadai srifikattanah, gadai kendaraan, pembelian mobil dan motor, kebijakan barokah dan pembelian rumah sebagaimana diatur dalam undang-undang Republik Indonesia tentang perkoperasian dan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.⁸

Salah satu produk Koperasi yaitu pada KSPPS NURI JATIM di bidang penghimpunan dana adalah SIDIK (Simpanan Pendidikan) yang bisa dijadikan pilihan untuk menghimpun dana untuk di alokasikan sebagai dana pendidikan, SIDIK (Simpanan Pendidikan) adalah simpanan anggota yang dirancang untuk persiapan biaya pendidikan dan membantu perencanaan keuangan anggota yang akan di alokasiakan kepada biaya pendidikan putra-putrinya, dana dari mitra akan disalurkan pada berbagai macam usaha yang halal dan produktif guna mendukung peningkatan ekonomi umat. Penyetorannya dilakukan sekali dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja. Produk ini didasarkan akad *mudharabah*, dimana anggota dapat menentukan waktu yang dikehendaki atas investasi ini anggota berhak atas bagi hasil sesuai nisbah yang di sepakati.⁹

Produk Simpanan Pendidikan di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan menjadi salah satu produk yang sangat diminati oleh anggotanya. Perkembangan

⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

anggota pada produk Simpanan Pendidikan di KSPPS Nuri Jatim cabang Palengaan dari tahun ketahun semakin meningkat seperti tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Anggota Produk SIDIK (Simpanan Pendidikan) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan

Tahun	Anggota
2020	1151
2021	1397
2022	1747

(Sumber : data dihasilkan dari wawancara langsung kepada kepala cabang/manajer KSPPS Nuri Jatim cabang Palengaan, Bapak M.Nafi, 12 April 2023)

Dari tabel di atas dapat kita ketahui bahwa perkembangan anggota produk simpanan pendidikan dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Artinya, adanya kenaikan tersebut tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhi, baik produk yang semakin berkembang, persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap produk maupun pada minat menabung masyarakat di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan.

Minat dapat diartikan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat pembelian adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian. Pada penelitian ini, maka minat pembelian merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan untuk memiliki barang tersebut.¹⁰

¹⁰ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung : Alfabeta, 2017), 164.

Persepsi konsumen dapat berupa penilaian seorang konsumen terhadap suatu objek, Nilai mengandung unsur pertimbangan yang mengemban gagasan-gagasan seseorang individu mengenai apa yang benar, baik atau diinginkan dan dapat mempengaruhi persepsi, sikap dan perilaku seseorang menyatakan bahwa suatu perusahaan berhasil menawarkan produk/jasa kepada pelanggan apabila mampu memberikan nilai dan kepuasan (*value and satisfaction*). Nilai (*value*) adalah perkiraan konsumen atas seluruh kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhannya.¹¹

Dalam penelitian ini, persepsi diartikan sebuah pengalaman suatu objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan memperoleh informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberi makna pada rangsangan sensorik. Persepsi adalah proses memahami informasi tentang suatu stimulus penentu perilaku ketika seseorang atau sekelompok orang berinteraksi dengan sesuatu selain dirinya adalah persepsi. Pada tahap ini, seseorang memeriksa dan merespons rangsangan terkait impuls. Pada dasarnya, aktor tidak langsung bereaksi terhadap rangsangan eksternal, tetapi berpikir sejenak dan membuat keputusan berdasarkan gambar tersebut. Persepsi melewati tahap manipulasi, jeda untuk mencegah tindakan aktor terjadi secara spontan, sebelum menjadi tindakan aktual atau konsumsi. Oleh karena itu, kognisi dapat dikatakan sebagai proses yang mendahului kognisi.¹²

Sedangkan kepercayaan merupakan konsep multidimensional yang dapat dipelajari dari berbagai sudut pandang disiplin ilmu, termasuk psikologi sosial, sosiologi, ekonomi, dan pemasaran. Kepercayaan merupakan salah satu pondasi

¹¹ Ibid.

¹² Ibid.

utama dalam dunia bisnis. Membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan *loyalitas*. Semakin bertambahnya waktu dengan zaman era digital, internet menjadi tempat untuk berjual beli beretemunya antara penjual dan pembeli. Kepercayaan sebagai kesediaan satu pihak untuk mempercayai pihak lain tersebut akan melakukan tindakan tentu yang penting bagi pihak yang mempercayainya.¹³

Untuk menghindari suatu masalah pada penelitian ini. Maka, difokuskan hanya pada variabel bebas (X) dan variabel (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu terkait pengaruh persepsi dan kepercayaan sedangkan Variabel terikat (Y) adalah minat menabung pada produk simpanan pendidikan (SIDIK) di Kspps Nuri Jatim Cabang Palengaan. Sedangkan keterbatasan penelitian ini hanya pada anggota Kspps Nuri Jatim Cabang Palengaan. Simpanan Pendidikan (SIDIK) menjadi salah satu produk yang paling diminati di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan dikarenakan pada setiap bulannya mendapatkan bagi hasil dari tabungan yang anggota, disetiap akhir periode dilembaganya anggota mendapatkan bonus akhir tahun sebesar 0,9% dan bukan hanya itu yang menjadikan simpanan Pendidikan menjadi produk yang paling diminati di KSPPS NURI terutama di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan.¹⁴ Hal itu yang menjadi masyarakat meminati produk-produk yang ada di KSPPS seperti produk simpanan pendidikan. Dengan adanya keunikan tersebut peneliti tertarik untuk mencari tahu

¹³ Bambang Widjajanta, Azwar Haikal, "Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds di Indonesia," *Jurnal of Business Manajement and Entrepreneurship Education*, Vol 1, No 1, April 2016, 185.

¹⁴ M.Nafi, Manajer KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan (12 April 2023)

bagaimana pengaruh persepsi yang ada pada anggota dalam menentukan minat menabung. Kemudian seberapa besar tingkat kepercayaan anggota untuk dapat mempengaruhi minat menabung di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti hanya terfokus pada pengaruh persepsi dan kepercayaan anggota terhadap minat menabung pada produk simpanan pendidikan (sidik). Sehingga peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI DAN KEPERCAYAAN ANGGOTA TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PRODUK SIMPANAN PENDIDIKAN (SIDIK) DI KSPPS NURI JATIM CABANG PALENGAAN”**.

B. Rumusan Masalah

Setelah dibahas dalam latar belakang, maka dirasa perlu merancang rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh persepsi secara parsial terhadap minat menabung anggota pada produk simpanan pendidikan (SIDIK) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan?
2. Apakah ada pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat menabung anggota pada produk simpanan pendidikan (SIDIK) Di KSPPS di Nuri Jatim Cabang Palengaan?
3. Apakah ada pengaruh persepsi dan kepercayaan secara simultan terhadap

minat menabung anggota pada produk simpanan pendidikan (SIDIK) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung anggota pada produk simpanan suka rela (SIDIK) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi terhadap minat menabung anggota pada produk simpanan pendidikan (SIDIK) Di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi dan kepercayaan terhadap minat menabung pada produk simpanan pendidikan (SIDIK) di Nuri Jatim Cabang Palengaan.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan permasalahan dalam penelitian yang kebenarannya telah diterima oleh peneliti. Fungsi adanya asumsi penelitian ialah sebagai landasan

berfikir serta berperan dalam melakukan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹⁵

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya yaitu Pengaruh Persepsi dan kepercayaan anggota. Asumsi dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh persepsi terhadap minat menabung pada produk sidik. Apabila persepsi pada suatu masyarakat tinggi maka minat menabung masyarakat terhadap produk sidik juga akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh kepercayaan anggota terhadap minat menabung pada produk sidik. Apabila tingkat kepercayaan anggota tinggi maka dapat menaikkan minat masyarakat untuk menabung pada produk sidik.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti.¹⁶ Hipotesis dapat dikatakan suatu kesimpulan yang masih belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesisitu melalui penelitian.¹⁷

Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi terhadap minat

¹⁵ Tim Penyusun Pedoman Karya Tulis Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi, (Pamekasan: STAINPress, 2015), hlm. 10.

¹⁶ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2014), 66.

¹⁷ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2005), 85.

menabung.

H₂: Ada pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap minat menabung.

H₃: Ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi dan kepercayaan terhadap minat Menabung.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat, baik manfaat secara teoretis maupun manfaat secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh variabel persepsi dan kepercayaan terhadap minat menabung pada produk simpanan pendidikan (SIDIK) di KSPPS Nuri KC. Palengaan khususnya bagi civitasakademika prodi Perbankan Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi tolok ukur kemampuan dalam menyelesaikan tugas akhir perkuliahan, menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai preferensi minat nasabah.

b. Bagi Civitas Akademik IAIN Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya yang dapat dijadikan referensi atau rujukan di bidang lembaga non keuangan atau perusahaan dan sebagai perbandingan serta referensi bagi penelitian selanjutnya yang lebih relevan.

c. Bagi KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan dalam mengetahui persepsi dan kepercayaan terhadap minat menabung pada produk simpanan pendidikan (SIDIK), sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan yang tersedia.

d. Bagi Anggota

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai produk- produk yang ada di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan dan menjadi salah satu referensi dalam menentukan preferensi nasabah dan masyarakat secara umum terhadap lembaga non keuangan syariah.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Materi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan pada KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan. Adapun ruang lingkup variabel yang menjadi fokus

pada penelitian ini ada 2, yaitu variabel independen (X) yang terdiri dari variabel persepsi (X1), dan kepercayaan (X2), variabel dependen (Y) yaitu variabel minat menabung (Y), agar variabel yang menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti. Yaitu:

- a. Persepsi (Variabel X1)¹⁸
 - 1) Penginderaan (sensasi)
 - 2) Atensi
 - 3) Interpretasi
- b. Kepercayaan (Variabel X2)¹⁹
 - 1) Integritas
 - 2) Kebajikan
 - 3) Kompetensi
- c. Minat Menabung (Variabel Y)²⁰
 - 1) Minat Transaksional
 - 2) Minat Referensial
 - 3) Minat Prefensial
 - 4) Minat Eksploratif

¹⁸ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung : Alfabeta, 2017), 154-155.

¹⁹ Sitti Maliah, Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust), Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Henan Putihrai Asset Komitmen, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 1, No. 1, Maret 2015

²⁰ Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan*, 168-169

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian dalam hal ini mengambil lokasi atau tempat penelitian di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Jl. Raya Palengaan (Simpang Tiga Palengaan Daya), kode pos 69362.

H. Definisi Istilah

Definisi istilah bertujuan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kekurangjelasan makna.²¹ Untuk menghindari kesalahan dalam penafsiran maksud dalam penelitian ini yaitu mengenai “Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung pada Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan”. Maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi

Persepsi adalah sebuah proses dalam memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.²²

2. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika sesuatu saat

²¹ *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi*, 12.

²² Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan*, 168-169

berarti.²³

3. Minat Menabung

Minat merupakan suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk, dan ingin mencoba, menggunakan atau mungkin memiliki produk tersebut.²⁴

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan dalam pembahasan terhadap penelitian sebelumnya maka perlu adanya pembahasan terdahulu sebagai tolak ukur terhadap judul yang akan dibahas nantinya. Dari penelusuran penulis terhadap studi karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan tema pengaruh persepsi dan kepercayaan terhadap minat menabung pada produk SIMPANAN PENDIDIKAN (sidik) di KSPPS NURI JATIM Cabang Palengaan, penulis menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya:

1. Zainatul Khoiroh Judul Penelitiannya yaitu “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online,” metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif model analisis menggunakan linier berganda dan hasil analisisnya bisa disimpulkan bahwa, kepercayaan memberikan pengaruh

²³ Darsono, L.I. dan Dharmmesta, B.S., “Kontribusi Involvement dan Thurt in Brand dalam Membangun LoyaitasPelanggan,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* No 3, Vol 20, 2

²⁴ Doni Marilius, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank NagariCabang Mauralabuh”. *Jurmak*, Vol.03. No. 01, April 2016.

2. positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*, kemudahan memberikan pengaruh positif dan kualitas informasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jika pada ketiga variabel independen yaitu kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, maka hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel secara serentak memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.²⁵
3. Achmad Naif Judul Penelitiannya yaitu “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia.Com” metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif dan dapat disimpulkan bahwa, kepercayaan dan kualitas pelayanan Bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia.com di kota Malang. Ini terlihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,970 > 2,70$) dan tingkat signifikansinya $0,000 > 0,05$. Ini menandakan bahwa dari keseluruhan faktor kepercayaan dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama.²⁶
4. Rachmahita Resti Hidayah Judul Penelitiannya yaitu “Pengaruh Kepercayaan Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E- marketplace” metode penelitian ini menggunakan metode

²⁵ Zainatul Khoiroh, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus mahasiswa Febi IAIN Tulungagung)”, Skripsi IAIN Tulungagung, 2016, 102.

²⁶ Achmad Naif, “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di tokopedia.com”, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulan Malik Ibrahim Malang, 2017, 99-100.

5. kuantitatif dan hasilnya dapat disimpulkan bahwa hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti ialah, kepercayaan berpengaruh positif, kemudahan berpengaruh negatif dan keamanan berpengaruh positif, terhadap keputusan pembelian pada situs *E-marketplace*. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa disuatusitus *e-marketplace* semakin berniat berbelanja *online* disitus e-marketplace tersebut.²⁷
6. Farida Indriani, Victoria Andrenita Blessa “Analisis Pengaruh Kepercayaan Keterlibatan Konsumen dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live”, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *Shopee live*. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling with purpose* tehnik sampling. Sampel diambil sebanyak 100 responden yang telah membuat atas pembelian melalui *Shopee* langsung. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi perangkat lunak IBM SPSS dengan beberapa analisis yang mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pembelian keputusan, keterlibatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian keputusan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan keputusan pembelian memediasi

²⁷ Rachmahita Resti Hidayah “Pengaruh Kepercayaan Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-marketplace”, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018, 10.

7. pengaruh keterlibatan konsumen dan produk kualitas dalam keputusan pembelian.²⁸
8. Rr. Indah Mustikawati, Tri Astuti “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung nasabah” metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan hasil yang diperoleh adalah, bahwa uji normalitas dengan *Kolmogorosmirnov test* secara keseluruhan distribusi data bersifat normal. Untuk multikolinieritas diperoleh nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 sehingga model regresi tidak ada masalah multikolinearitas. Dari analisis regresi diperoleh hasil: 1) persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,406 dan t- hitung sebesar 4,394
2) persepsi nasabah tentang promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan hasil nilai korelasi sebesar 0,571 dan t-hitung sebesar 6,892, 3) persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan nilai korelasi 0,503 dan t-hitung 5,755, 4) secara keseluruhan persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di BRI cabang Sleman dengan F-hitung sebesar 26,374 dan R square sebesar 0,452 yang artinya variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 45,2 % sedangkan sisanya

²⁸ Farida Indriani, Victoria Andrenita Blessa, “Analisis Pengaruh Kepercayaan Keterlibatan Konsumen dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live”, *Diponegoro journal of management*, Vol. 11, No. 1, 2022, 1.

sebesar 54,8 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.²⁹

Tabel 1.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Zainatul Khoiroh(2016)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi pada mahasiswa Febi IAIN Tulungagung).	a. Menggunakan metode kuantitatif b. model analisis menggunakan linear berganda.	a. Variable X dan Y yang berbeda b. lokasi yang berbeda c. responden yang berbeda.
2.	Achmad Naif (2017)	Analisis Pengeruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia.Com	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Model analisis menggunakan linear berganda.	a. Variable X dan Y yang berbeda, b. lokasi yang berbeda c. responden yang berbeda.
3.	Rachmahita Resti Hidayah (2018)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Marketplace	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Model analisis menggunakan linear berganda.	a. Variable X dan Y yang berbedalokasi yang berbeda, b. responden yang berbeda.

²⁹ Rr. Indah Mustikawati, Tri Astuti “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung nasabah”, *Jurnal nominal*, Vol. 11, No. 1, 2013, 182.

4.	Farida Indriani, Victoria Andrenita Blessa (2022)	Analisis Pengaruh Kepercayaan Keterlibatan Konsumen dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live	a. Menggunakan metode kuantitatif b. Model analisis menggunakan linear berganda.	a. Variable X dan Y yang berbeda b. lokasi yang berbeda c. responden yang berbeda.
5.	Rr. Indah Mustikawati, Tri Astuti (2013)	Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung nasabah	a. Menggunakan metode kuantitatif b. model analisis menggunakan linear berganda.	a. Variable X dan Y yang berbeda b. lokasi yang berbeda c. responden yang berbeda.