



Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

Almusrijah Aini^{1*}

¹Pascasarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
almusrijahaini96@gmail.com

*Correspondence Author

Abstract

This research aims to understand the influence of science, service quality and religiosity partially and simultaneous for decision making to be member of *Bait al-Māl wa al-Tamwīl* (BMT) Jambi City. This research is quantitative descriptive research throughout survey method which was done at BMT Jambi City. Sampling technique uses Slovin technique by number of sample 100 customers. Hypothesis in this research are (1) there is influence between knowledge to decision to be member, (2) there is influence between service quality to decision to be member, (3) there is influence between religiosity to decision to be member, (4) there are influence among knowledge, service quality and religiosity to decision to be member. Hypothesis tester using multiple regression analysis with significant level $\alpha=0,05$. This research found the four points: (1) knowledge has a significant affect to decision to be BMT member. (2) Service quality has a significant affect to decision to be BMT member. (3) Religiosity has a significant affect to decision to be BMT member. (4) based on the result testing simultaneously to variable of knowledge (X1), service quality (X2) and religiosity (X3) simultaneously has significant impact to decision (Y).

Key word: Financial Institutions, Knowledge, Service Quality, Religiosity and Decision to Become a Member, People's Economy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas secara parsial dan simultan terhadap keputusan menjadi anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi. Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif Deskriptif dengan metode survey yang dilaksanakan di BMT Kota Jambi. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik slovin dengan jumlah sampel 100 nasabah. Hipotesis dalam penelitian ini adalah (1) ada pengaruh antara pengetahuan terhadap keputusan menjadi anggota (2) ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota (3) ada pengaruh antara religiusitas terhadap keputusan menjadi anggota (4) ada pengaruh antara pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan menjadi anggota. Penguji Hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Penelitian ini menemukan empat hal yaitu: (1) Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Kota Jambi. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pada BMT Kota Jambi. (3) Religiusitas signifikan terhadap keputusan pada BMT Kota Jambi. (4) Berdasarkan hasil pengujian secara simultan variable pengetahuan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan religiusitas (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan (Y).

Kata Kunci: Lembaga Keuangan, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Religiusitas dan Keputusan Menjadi Anggota, Ekonomi Kerakyatan



A. Pendahuluan

Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang menjalankan dan mendekati kegiatan pemasaran dengan berbagai produk dan jasa yang ditawarkannya membuat masyarakat menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhannya. Namun secara operasional Bank Umum Syariah belum bisa menyentuh masyarakat kecil dan inilah yang mendasari munculnya Lembaga Keuangan BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) yang beroperasi pada level mikro, perkembangan BMT juga semakin pesat di perdesaan, sistem operasional BMT berbasis pada prinsip-prinsip ekonomi secara halal, adil dan menguntungkan.

Kehadiran BMT ditengah-tengah masyarakat menjadi simbol kekuatan ekonomi kerakyatan yang berlandaskan syariah Islam. Akan tetapi kendalapun akan bermunculan apabila BMT-BMT yang semula telah beroperasi kemudian redup dan mati tidak beroperasi lagi karena lemahnya manajemen dan kekuatan modal yang tidak mencukupi. Sehingga membuat masyarakat trauma untuk menjadi anggota, menabung serta berinvestasi pada BMT.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-maal wa at-tamwil* dengan dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT juga dapat menerima titipan zakat, infak dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya. BMT merupakan lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah non perbankan yang bersifat informal karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM).

BMT didirikanlah oleh suatu lembaga keuangan syariah untuk dapat menjangkau dan melayani nasabah pada masyarakat menengah kebawah, dengan munculnya lembaga keuangan mikro syariah ini akan memudahkan masyarakat dipedesaan dalam menggunakan jasa lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, BMT merupakan suatu lembaga keuangan mikro syariah yang memiliki cara kerja hampir sama dengan lembaga keuangan syariah, namun yang membedakan terletak pada mekanisme operasionalnya.

Walaupun belum ada payung hukum (*umbrella act*) untuk BMT, beberapa peraturan perundang-undangan yang saat ini dijadikan rujukan oleh praktisi BMT berkaitan dengan kelembagaan BMT, yaitu:

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.
2. Surat Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia c.q Direktorat Jendral Pembangunan Daerah (Bangda) tanggal 14 April 1997 Nomor 538/PKK/IV/1997 tentang Status Badan Hukum untuk Lembaga Keuangan Syariah.

3. Surat Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia c.q Direktorat Jendral Pembangunan Daerag (Bangda) tanggal 02 Agustus 1997 Nomor 193/21/Bangda.

Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpanan oleh Koperasi.

Secara yuridis keberadaan BMT didasarkan pada Undang-Undang Republik Indoneisa Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian dalam pasal 1 yang berbunyi “Koperasi merupakan badan hukum yang didirikan oleh perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memnuhi aspirasi dan kebutuhan bersama dibidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi”. Pada tanggal 25 September 2015, pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/-IX/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi.

Menurut Buchari Alma dalam prespektif Syariah, *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan lembaga Keuangan Mikro Syariah yang menjadi wadah bagi umat Islam untuk menerapkan nilai-nilai ajaran Islam, saling membantu antara si kaya dan orang yang memerlukan tambahan modal, mendidik umat untuk jujur dalam berutang, mau mencatat utangnya, jujur dalam berbisnis dan disiplin. Sebagaimana firman Allah:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَآذِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
بِعَٰذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَءَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Bersama BMT ini jelas masyarakat didorong untuk melakukan usaha perbaikan ekonomi umat yang selama ini memang membutuhkan peningkatan hidup yang lebih baik lagi dan itu bisa dilakukan dengan mengamalkan ajaran Al-Quran, tentang prinsip tolong menolong, mendorong kemajuan ekonomi mikro, mendidik umat Islam agar bekerja dengan manajemen yang baik, penuh kejujuran dan disiplin. Menjalin kerjasama yang membantu dalam meningkatkan usaha antara yang mampu dan yang membutuhkan modal.

Untuk pengembangan permodalan BMT di Provinsi Jambi melalui beberapa pembiayaan, diantaranya pembiayaan jenis ijarah, mudharabah dan musyarakah. Pembiayaan ijarah berada dikategori baik, dimana nasabah sekitaran 81% merasa

produk pembiayaan ijarah sangat membantu dalam mengembangkan usaha nasabah, kemudian sekitaran 79,5% nasabah mengatakan kesepakatan pembayaran sudah sesuai dengan keinginan nasabah. Dengan demikian eksistensi BMT telah mampu membantu masyarakat dalam bentuk pembiayaan.

Sebagai lembaga keuangan mikro tentunya dalam perkembangannya mengalami sejumlah kendala. Meskipun begitu, ada banyak BMT yang berhasil bertahan dan tetap eksis dalam usahanya. Seiring dengan perkembangannya, masih banyak pengelolaan di BMT yang tidak diikuti secara profesional. Faktanya tidak sedikit BMT yang dalam prakteknya tidak sesuai dengan operasional prinsip-prinsip syariah, kemudian minimnya sumberdaya manusia juga menjadi persoalan mendasar yang di BMT. Karena dalam realitanya masih banyak pengurus BMT yang tidak memahami konsep BMT secara baik.¹ Faktor-faktor yang menjadi problematika operasional *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Indonesia yaitu kurangnya modal dan sumber pendanaan yang dimiliki, partisipasi anggota dan lemahnya pengawasan dan bimbingan dari pemerintah dan MUI.

Perkembangan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Kota Jambi dalam beberapa tahun terakhir cukup dinamis, ada yang berkembang dengan baik namun ada juga yang sulit untuk berkembang. Dalam mempertahankan kelangsungan BMT sebagai salah satu lembaga keuangan non perbankan, BMT harus mempunyai daya tarik sehingga BMT mampu bertahan dan berkembang. Dengan demikian BMT harus membuat strategi agar calon nasabah dan nasabah berminat untuk menjadi nasabah dan tetap bertahan menjadi nasabah. Banyak hal yang telah dilakukan BMT antara lain yaitu melalui penerapan marketing mix, dan ternyata BMT telah berhasil memperkenalkan daya tarik BMT kepada masyarakat.

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) ini memberikan suatu kemudahan bagi masyarakat di daerah pedesaan untuk menggunakan jasa lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah, dimana tujuan utama dari BMT ini adalah untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi pada masyarakat menengah kebawah serta selain dalam melayani masyarakat dibidang keuangan, BMT juga terus meningkatkan kedekatan hubungannya dengan para anggota dan dilihat dari rendahnya pengetahuan masyarakat atau anggota tentang ekonomi Islam tersebut, suatu BMT itu juga berperan dalam memberikan suatu pengetahuan atau pemahaman kepada para anggota mengenai sistem serta produk-produk yang digunakan dalam BMT agar para anggota lebih mengetahui, walaupun sebagian besar dari mereka belum paham dengan ekonomi Islam.

Anggota pada Lembaga Keuangan Syariah memiliki peran penting. Anggota itu ibarat nafsu yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu lembaga keuangan. Oleh karena itu, lembaga keuangan harus dapat menarik anggota sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari anggota tersebut dapat diputar kembali oleh lembaga

¹ Rina El Maza, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlangsungan *Baitul Maal Wa Tamwil* Di Lampung", *Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*, Vol 01 (1), Januari-Juni 2018, 70-71.

keuangan yang nantinya akan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan.

Tabel 1
Jumlah Anggota BMT Tahun 2016-2020

No	Tahun	Jumlah Anggota BMT	Pertumbuhan
1	2016	996	0,0%
2	2017	1124	0,12%
3	2018	1257	0,11%
4	2019	1371	0,09%
5	2020	1403	0,02%

Sumber: BMT Jambi Kota Jambi

Tabel 1 di atas terlihat bahwa jumlah anggota mengalami peningkatan namun pada presentase perkembangannya mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Berdasarkan fenomena di atas, penurunan presentase perkembangan anggota (nasabah) dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain pemahaman atau pengetahuan masyarakat yang belum mengetahui apa itu BMT dan produk apa saja yang terdapat di BMT. Menghadapi permasalahan tersebut, perusahaan harus dapat memperkenalkan apa itu BMT dan juga produk apa saja yang terdapat di BMT itu. Dalam menjalankan operasionalnya, BMT harus selalu memperhatikan kepatuhan terhadap aspek-aspek syariah Islam.

Tidak heran jika data di atas dalam kenyataannya diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat unggul dan mampu menerapkan perannya secara maksimal. Dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang tersebar diberbagai daerah, maka lembaga keuangan perlu meningkatkan strategi-strategi agar menarik minat untuk memutuskan menjadi anggota BMT, yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan anggotanya. Salah satu strategi yang bisa diterapkan pada lembaga keuangan ini yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya.

B. Kerangka Teori

1. Keputusan

Pengambilan keputusan adalah pemilihan penyelesaian atas suatu masalah karena ada beberapa macam model pemecahan masalah yang sedang dihadapi seseorang atau organisasi.² Menurut Stoner yang dikutip dari bukunya Rachmat yang berjudul manajemen strategi memandang pengambilan keputusan sebagai proses memilih arah tindakan sebagai cara untuk memecahkan masalah tertentu. Sedangkan menurut Handoko, pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan serangkaian kegiatan sebagai penyelesaian suatu masalah tertentu.

Pengambilan keputusan adalah serangkaian proses mental yang dilakukan oleh seseorang dalam menentukan jalan keluar dari suatu masalah yang dihadapinya. Misalnya seperti seorang siswa yang dihadapkan pada keterbatasan waktu untuk

² Danang Sunyoto, *Etika Bisnis* (Jakarta: PT Buku Seru, 2016), 76.

mempelajari segala sesuatu yang dalam satu malam. Oleh karena itu ia harus memutuskan materi mana yang akan dipelajari dan mana yang tidak.

a. *Baitul Maal wa Tamwil*

Kata *baitul maal* adalah berasal dari bahasa Arab yang berarti rumah harta atau kas negara, yaitu suatu lembaga yang diadakan dalam pemerintahan Islam untuk mengurus masalah keuangan negara. Atau, suatu lembaga keuangan negara yang bertugas menerima, menyimpan, dan mendistribusikan uang negara sesuai dengan syariat Islam.

BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) adalah suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah kata, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*.³ BMT sendiri merupakan pusat usaha mandiri terpadu yang konten intinya *bayt al-maal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi usaha kecil dan menengah untuk mendorong kegiatan menabung dan mendukung pembiayaan dari perekonomian mereka kegiatan.⁴ BMT beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Sesuai dengan namanya yaitu BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) terdiri dari dua fungsi utama yakni:

1. *Baitul maal* (rumah harta): menerima berbagai titipan zakat, infaq dan sedekah serta mengoptimalkan penyalurannya sesuai dengan ketentuan dan amanat.
2. *Baitul tamwil* (rumah pengembangan properti): yaitu melaksanakan kegiatan pengembangan usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha dengan mendorong kegiatan menabung dan mendukung pembiayaan kegiatan ekonomi.

2. Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui tentangnya. Pengetahuan atau kognitif bersifat dominan yang sangat penting untuk pembentukan tindakan seseorang (*over behavior*).

Menurut Kottler, pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.⁵ Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diperoleh dari proses belajar, baik itu dari sekolah, pengalaman seseorang, lingkungan sekitar atau panca indera. Pengetahuan dapat diperoleh dari rasa ingin tahu. Semakin kuat rasa ingin tahu seseorang, semakin banyak pula pengetahuan yang didapat.

³ Rachmadi Agus Triono, *Pengambilan Keputusan Manajerial: teori dan praktik untuk manajemen dan akademisi* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 2.

⁴ Nurul Huda, *Baitul Mal Wa Tamwil* (Jakarta: Amzah, 2016), 35.

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2 (Jakarta: Prenhalindo, 2000), 401.

a. Teori Pengetahuan

Menurut pendapat Bakhtiar menyatakan bahwa terdapat dua teori untuk mengetahui hakekat pengetahuan yaitu terdiri dari *realisme* dan *idealisme*, yakni dalam teori ini:

a. *Realisme*

Teori ini memiliki pandangan yang sangat realistis tentang alam. Menurut teori ini, pengetahuan adalah gambaran nyata dari apa yang terjadi di dunia nyata. Teori ini juga mengibaratkan bahwa setiap pengetahuan atau gambaran tentang sesuatu yang ada di dalam pikiran adalah salinan dari yang asli yang terjadi di luar pikiran seseorang. Hal ini sama dengan gambar dalam sebuah foto dimana foto tersebut menggambarkan realitas di luar foto tersebut. Dengan demikian, pengetahuan menurut pandangan teori realisme adalah benar dan tepat jika sesuai dengan kenyataan.⁶

b. *Idealisme*

Teori idealisme berbeda dengan teori realisme, dimana teori idealisme menegaskan bahwa tidak mungkin memperoleh suatu pengetahuan yang sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi dalam kenyataan. Teori ini juga menganggap bahwa pengetahuan bersifat subjektif dari proses psikologis atau mental. Oleh karena itu, seorang idealis menganggap bahwa pengetahuan hanyalah gambaran subjektif dan bukan gambaran objektif dari suatu kenyataan. Hal ini karena menurut teori ini subjektif dipandang sebagai sesuatu yang diketahui dari sudut pandang orang yang membuat gambar. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa menurut teori ini, pengetahuan tidak menggambarkan hakikat keadaan yang sebenarnya karena pengetahuan hanya merupakan gambaran menurut pendapat atau pandangan orang yang mengetahui (subjek).⁷

3. Kualitas Pelayanan

Salah satu agar penjualan jasa atau produk suatu perusahaan ataupun sebuah BMT lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Konsumen memberikan jasa berdasarkan peringkat kepentingan. Dan setelah mereka menikmati jasa tersebut mereka akan cenderung membandingkannya dengan yang mereka harapkan. Kualitas (*quality*) merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk menemukan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut *American Society Quality Control*,

⁶ Amsal Bakhtiar, *Filsat Ilmu* (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), 94.

⁷ Bakhtiar, *Filsat Ilmu*, 96.

kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁸

Pelayanan merupakan salah satu syarat kesuksesan dalam berbisnis, kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh yang untuk mendapatkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah keperusahaan lain.

Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihannya. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁹

Sedangkan menurut Kotler, pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹⁰

a. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Menurut Kasmir dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Ciri-ciri pelayanan yang baik adalah:¹¹

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan baik.
2. Tersedia personil yang baik.
Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas CS (*costomer service*) yang melayaninya. Petugas bank harus ramah, sopan dan menarik.
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
Nasabah akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.
4. Mampu melayani secara tepat dan cepat.
Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.
5. Mampu berkomunikasi.
Petugas bank harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

⁸ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Jakarta: Erlangga, 2008), 143.

⁹ Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 59.

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 83.

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 209-211.

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Karena rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
Petugas bank selalu berhubungan dengan manusia, maka harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
Harus tanggap dengan apa yang diinginkan nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.
Kepercayaan calon nasabah mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya.

4. Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *region* (agama). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), religiusitas adalah pengabdian terhadap agama, kesalehan, orang kuat itu mungkin tidak terlalu kuat, tetapi sadar amat tinggi. Menurut Harun Nasution dalam Jalaluddin, pengertian agama berasal dari kata *ad-din*, yang berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata religi (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca.¹²

Religiusitas merupakan bereagamaan, yakni suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar kenyataan kepada agama.¹³

Religiusitas menurut agama Islam yaitu menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Sebagaimana firman Allah:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَدْخُلُوا فِي آلِ الْيَمِّ كَأَقْتَةٍ وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman. Masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turu langkah-langkah syaitan, sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.¹⁴

Menurut Elizabeth K. Nottingham, menjelaskan definisi agama. Dimana menurutnya agama merupakan gejala yang sering dijumpai dimana-mana sehingga cukup membantu upaya seseorang untuk membuat abstraksi ilmiah yang baik. Tidak hanya itu, Nottingham juga menjelaskan bahwa agama erat kaitannya dengan upaya manusia untuk mengukur makna keberadaan mereka sendiri dan untuk mengukur

¹² Rakhat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, No 40, 2011, 12.

¹³ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Agama* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 88.

¹⁴ Q.S. Al-Baqarah/ 2: 208.

makna keberadaan alam semesta. Agama dapat membawa kebahagiaan spiritual yang sempurna dan juga menciptakan perasaan ngeri dan takut pada setiap orang.¹⁵

Keberagamaan atau religiusitas merupakan suatu sesuatu yang amat penting didalam kehidupan manusia. Keberagamaan atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Sikap religiusitas adalah integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, iperasaan iserta itindakan ikeagamaan idalam idiri seseorang. Religiusitas dapat dilihat dari aktifitas beragama dalam kehidupan sehari-hari yang dilaksanakan secara rutin dan konsisten. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktifitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tetapi juga aktifitas yang tampak dan terjadi dalam hati seseorang.¹⁶

C. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Pemilihan pendekatan kuantitatif ini didasarkan pada data-data yang diperoleh dari perusahaan, baik dari kuisioner, wawancara, observasi dan dokumen-dokumen sebagai sumber pendukung untuk menganalisis data.¹⁷

D. Hasil dan Pembahasan

a. Karakteristik Responden

Data hasil penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yakni Pengetahuan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Religiusitas (X3) serta 1 variabel terikat yaitu Keputusan (Y). Hasil perolehan data pada penelitian ini berasal dari data primer, yaitu data yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner Anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi. Data disebarkan dengan menggunakan angket (penyerahan kuisisioner secara langsung). Jumlah data yang dikumpulkan setelah dilakukan penyebaran adalah sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Secara lebih jelas disajikan dalam tabel-tabel berikut ini:

a) Jenis kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin Data dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

¹⁵ Elizabeth K, Nottingham, *Agama dan Masyarakat* (Jakarta: CV Rajawali, 1985), 4.

¹⁶ Dwiwiyanti Astogini, Wahyudin, dan Siti Zulaikhah Wulandari, "Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 13. no.1 (Maret 2011): 4, <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/jeba/article/view/345>.

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 32.

Tabel 2
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	59	59%
2	Laki-Laki	41	41%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer responden yang telah diolah 2021

b) Usia

Adapun karakteristik responden berdasarkan usia akan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Banyaknya Responden	Persentase (%)
20-30	55	55%
31-40	24	24%
41-50	13	13%
>50	8	8%
Total	100	100

Sumber: data primer reponden yang telah diolah 2021

c) Pendidikan Terakhir

Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan akan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Banyaknya Responden	Persentase (%)
TIDAK SEKOLAH	0	0%
SD/MI	4	4%
SMP/MTS	20	20%
SMA/MA/SMK	55	55%
S1	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data primer responden yang telah diolah 2021

d) Pekerjaan

Adapun deskripsi responden berdasarkan jenis pekerjaan akan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Banyaknya Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	9	9%
PNS	18	18%
TNI/POLRI	19	19%
Wiraswasta/Pengusaha	31	31%
Petani	23	23%
Total	100	100%

Sumber: Data primer responden yang telah diolah 2021

b. Hasil Analisis Data

1) Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada suatu kuesioner

mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian untuk menentukan valid atau tidaknya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . $r_{hitung} > r_{tabel}$ jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan/pernyataan tersebut dikatakan valid.

a) Pengetahuan (X1)

Tabel 6
Hasil Pengujian Uji Validitas Pengetahuan (X1)

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.900	0.1654	Valid
2	0.949	0.1654	Valid
3	0.934	0.1654	Valid
4	0.863	0.1654	Valid
5	0.806	0.1654	Valid

Sumber: hasil olah data 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 6 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} . dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk pengetahuan (X1) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

b) Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 7
Hasil Pengujian Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.861	0.1654	Valid
2	0.937	0.1654	Valid
3	0.924	0.1654	Valid
4	0.909	0.1654	Valid
5	0.823	0.1654	Valid

Sumber: hasil olah data 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 7 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} . dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk motivasi kualitas pelayanan (X2) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

c) Religiusitas (X)

Tabel 8
Hasil Pengujian Uji Validitas Religiusitas (X3)

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.911	0.1654	Valid
2	0.929	0.1654	Valid
3	0.924	0.1654	Valid
4	0.893	0.1654	Valid
5	0.790	0.1654	Valid

Sumber: hasil olah data 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} . dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk religiusitas (X3) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

d) Keputusan (Y)

Tabel 9
Hasil Pengujian Uji Validitas Keputusan (Y)

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0. 870	0.1654	Valid
2	0. 937	0.1654	Valid
3	0. 967	0.1654	Valid
4	0. 839	0.1654	Valid
5	0. 786	0.1654	Valid

Sumber: hasil olah data 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} . dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk Keputusan (Y) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

2) Uji Reliabilitas Variabel

Reliabel adalah alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan/pernyataan adalah konsisten. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

Tabel 10
Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Pengetahuan (X1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.935	.935	5

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka coronbach's Alpha sebesar 0,935. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari pengetahuan (X1) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 11
Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.935	.935	5

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka coronbach's Alfa sebesar 0,935. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari kualitas pelayanan (X2) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 12
Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Religiusitas (X3)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.933	.934	5

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka coronbach's Alfa sebesar 0,933. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari religiusitas (X3) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 13
Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Keputusan (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.926	.927	5

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka coronbach's Alfa sebesar 0,926. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari keputusan (Y) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

3) Uji Asumsi Klasik

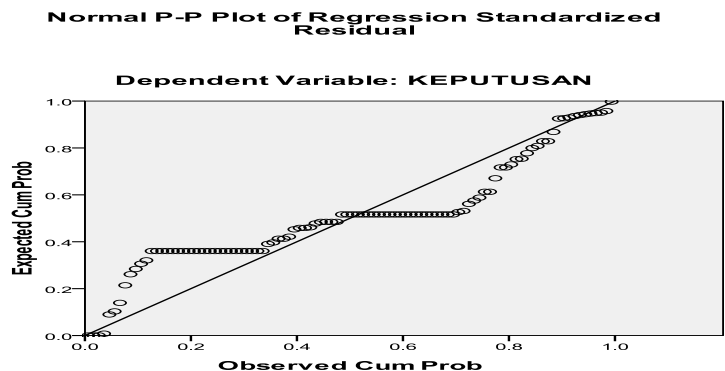
a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen dan keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan berdistribusi normal dilihat dari

penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

Gambar 1
Uji Normalitas

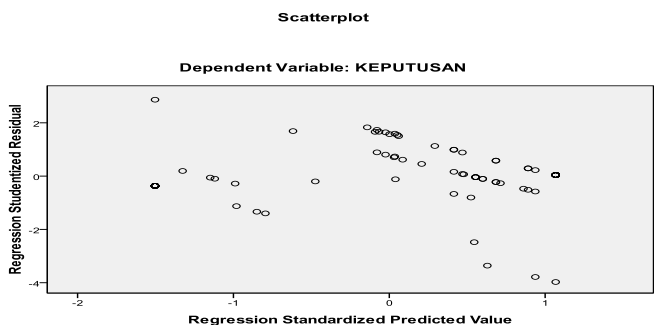


Dari grafik di atas terlihat bahwa data menyebar mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat dikatakan data model regresi ini berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau yang homokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot*.

Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas



Kriteria pengujian Heteroskedastisitas dengan analisis grafik, apabila penyebaran data tidak membentuk pola tertentu (acak) berarti data Heteroskedastisitas atau bisa dikatakan tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas karena pada grafik diatas sebaran data tidak membentuk pola tertentu yang artinya tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi.

c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Untuk dapat mendekati ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah dengan nilai *tolerance* and *VIF (Variance Inflation Faktor)* melalui SPSS. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* < 0,1 atau sama dengan dengan nilai *VIF* > 10. Dan sebaliknya, apabila nilai *Tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10 akan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 14
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.459	1.506		1.632	.106		
PENGETAHUAN	.310	.087	.315	3.557	.001	.444	2.252
KUALITAS PELAYANAN	.361	.092	.370	3.930	.000	.392	2.550
RELIGIUSITAS	.229	.076	.239	3.021	.003	.558	1.793

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Dari data di atas menunjukkan bahwa angka pada pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan menunjukkan bahwa angka pada nilai *Tolerance* > 0,1 demikian juga angka *VIF* < 10, maka memiliki arti jika data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

d) Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (*pengetahuan produk dan motivasi menghindari riba*) secara parsial atau individual menerangkan variabel terikat (keputusan nasabah) berdasarkan tabel.

Tabel 15

Hasil Pengujian Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.459	1.506		1.632	.106
PENGETAHUAN	.310	.087	.315	3.557	.001
KUALITAS PELAYANAN	.361	.092	.370	3.930	.000
RELIGIUSITAS	.229	.076	.239	3.021	.003

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas) terhadap variabel dependen (keputusan) dapat dilihat dari nilai signifikan setiap variabel.

- a. Dari perhitungan tabel 4.14, pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,557 > 1,660$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,001 lebih kecil dari 0,05. Maka hal ini H_a diterima dan H_o ditolak dengan kata lain bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan.
- b. Dari perhitungan tabel 4.14, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,390 > 1,660$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka hal ini H_a diterima dan H_o ditolak dengan kata lain bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan.
- c. Dari perhitungan tabel 4.14, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,021 > 1,660$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,003 lebih kecil dari 0,05. Maka hal ini H_a diterima dan H_o ditolak dengan kata lain bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan.

2) Uji F

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen (pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan). Hasil uji T dikemukakan pada tabel berikut ini.

Tabel 16
Hasil Pengujian Uji F
 ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	303.103	3	101.034	63.703	.000 ^a
	Residual	152.257	96	1.586		
	Total	455.360	99			

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN, RELIGIUSITAS

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Dari hasil pengolahan data pada tabel 4.15, diketahui bahwa pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas secara bersama berpengaruh signifikan terhadap keputusan karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $63,703 > 2,70$ nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05. Karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hal ini berarti bahwa variabel pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap keputusan.

a. Analisis Regresi linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Tujuannya yaitu untuk menguji hubungan sekaligus pengaruh dari variabel bebas (independen variable) terhadap variabel terikat (Dependen variable) yang dipilih oleh penelitian. Untuk mengetahui apakah hubungan itu positif atau negatif ditentukan oleh koefisien arah regresi yang ber lambang huruf b jika b positif maka hubungannya positif pula. Artinya, semakin naik (tinggi) nilai X, semakin tinggi pula nilai Y. Demikian pula sebaliknya.

Tabel 17
Hasil Pengujian Uji Koefisien Determinasi

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.459	1.506		1.632	.106		
	PENGETAHUAN	.310	.087	.315	3.557	.001	.444	2.252
	KUALITAS PELAYANAN	.361	.092	.370	3.930	.000	.392	2.550
	RELIGIUSITAS	.229	.076	.239	3.021	.003	.558	1.793

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

$$Y = 2,459 + 0,310X_1 + 0,361 X_2 + 0,229 + e$$

Persamaan regresi linier tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 2,459 menunjukkan bahwa jika variabel pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas dianggap konstanta atau sama dengan nol (0) maka tingkat keputusan dalam mengambil keputusan adalah sebesar 2,459.
 - Koefisien regresi (X1) sebesar 0,310 menyatakan bahwa variabel pengetahuan bertanda positif terhadap keputusan sebesar 0,310.
 - Koefisien regresi (X2) sebesar 0,361 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan bertanda positif terhadap keputusan sebesar 0,361
 - Koefisien regresi (X3) sebesar 0,229 menyatakan bahwa variabel religiusitas bertanda positif terhadap keputusan adalah sebesar 0,299.
- b. Koefisien determinasi (R square)

Hasil perhitungan nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 18
Hasil Pengujian Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.666	.655	1.25937

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN, RELIGIUSITAS

Berdasarkan tabel 4.17 di atas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,666 atau 66,6%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel pengetahuan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan religiusitas (X3), terhadap variabel keputusan sebesar 66,6% sedangkan 33,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti harga, promosi, merek, faktor lainnya.

3. Analisis Hasil Pembahasan

3.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa variabel pengetahuan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi X_1 sebesar 0,310. Nilai signifikan variabel pengetahuan sebesar 0,001 hal ini berarti lebih kecil dari 0,05. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,557 > 1,660$, sehingga mengindikasikan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi.

Dari hasil di atas tampak jelas bahwa pengetahuan secara positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota. Dengan begitu untuk meningkatkan anggota atau keputusan untuk menjadi anggota di *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi salah satunya adalah dengan memberikan penjelasan pengetahuan mengenai apa itu *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT), kemudian bagaimana proses pendaftarannya, serta memberikan informasi apa saja keuntungan menjadi anggota serta pengetahuan lainnya. Hasil ini sejalan dengan teori oleh Petler ia mengatakan pengetahuan produk yang baik berakhir dengan keputusan untuk memutuskan menjadi anggota.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasar menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura.

Dengan begitu pengetahuan berpengaruh terhadap anggota dalam memutuskan menjadi anggota karena tentunya setiap anggota ingin benar-benar faham dengan

berbagai jenis pengetahuan tentang produk, manfaat dan lain-lain sebelum akhirnya memutuskan menjadi anggota pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi.

Sebelum memutuskan untuk menggunakan produk apa saja yang akan digunakan maka konsumen atau masyarakat terlebih dahulu harus mengetahui dan mencari informasi tentang produk yang terdapat di lembaga tersebut baik atau tidak dan lain sebagainya. Sebagaimana firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.¹⁸

3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa variabel kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* kota Jambi. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi X₂ sebesar 0,361. Nilai signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 hal ini berarti lebih kecil dari 0,05. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,930 > 1,660$, sehingga mengindikasikan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi.

Dari hasil di atas tampak jelas bahwa kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. Dengan begitu untuk meningkatkan anggota atau keputusan untuk menjadi anggota di *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dengan semakin baiknya kualitas pelayanan dari BMT tersebut tentu akan menambah daya tarik dan memberikan kenyamanan terhadap anggota BMT tersebut. Hasil ini sejalan dengan teori oleh Kotler ia mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu aspek yang harus dimiliki oleh suatu organisasi atau lembaga. Kualitas pelayanan yang baik akan mampu memberikan konsistensi untuk tetap menjadi anggota pada tiap organisasi ataupun juga lembaga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmatina tentang pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan periklanan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Surakarta menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Surakarta.

Dengan begitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap anggota dalam memutuskan menjadi anggota karena tentunya setiap anggota ingin benar-benar merasakan kualitas pelayanan yang baik, nyaman dan mudah diterapkan sebelum

¹⁸ Q.S Al-Baqarah/ 2: 168.

akhirnya memutuskan menjadi anggota pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi. Sebagaimana firman Allah SWT:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عَلِيمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.¹⁹

3.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa variabel religiusitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi X_3 sebesar 0,229. Nilai signifikan variabel religiusitas sebesar 0,003 hal ini berarti lebih kecil dari 0,05. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,021 > 1,660$, sehingga mengindikasikan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi.

Dari hasil di atas tampak jelas bahwa religiusitas secara positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. Dengan begitu untuk meningkatkan anggota atau keputusan untuk menjadi anggota di *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi salah satunya adalah dengan meningkatkan dan mempertahankan kerelegiusitasan *Baitul Maal Wa Tamwil* tersebut sehingga dengan semakin terbuukannya dari BMT tersebut tentu akan menambah daya tarik keyakinan akan ke syariahan terhadap BMT tersebut.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abhimantra, Maulina dan Agustia ningsih menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara religiusitas dengan keputusan memilih menabung di BMT namun tidak signifikan. Menurut Kapriani, Zain, Lewangka dan Fattah, bahwa nilai religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Religiusitas yang baik akan terbukti mampu memberikan konsistensi untuk tetap menjadi anggota pada tiap organisasi ataupun juga lembaga karena menjadi pembeda utama dengan lembaga keuangan non islam lainnya.

Dengan begitu religiusitas berpengaruh terhadap anggota dalam memutuskan menjadi anggota karena tentunya setiap anggota ingin benar-benar merasakan kebenaran bahwa BMT tersebut benar-benar dijalankan berdasarkan syariat Islam dengan religiusitas sebagai salah satu faktor pembeda dari lembaga keuangan non bank lainnya. Religiusitas yang terbukti, terpercayadiyakini mampu menjadi patokan

¹⁹ Q.S At-Taubah/ 9: 105.

ataupun standar sebelum akhirnya memutuskan menjadi anggota pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi.

Allah SWT memerintahkan kita untuk beriman secara penuh dan menjauhi musuh besar umat Islam yaitu syaitan. Sebagaimana firman Allah SWT:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.²⁰

3.4 Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wa Tamwil Kota Jambi.

Hasil penelitian mendukung hipotesis keempat bahwa variabel pengetahuan (X1), variabel kualitas pelayanan (X2) dan variabel religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota Baitul Maal Wa Tamwil di Kota Jambi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikan variabel pada tabel annova sebesar 0,000 hal ini berarti lebih kecil dari 0,05. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $63,703 > 2,70$, sehingga mengindikasikan bahwa pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas ketiganya berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota untuk menjadi anggota pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi.

Dari hasil di atas tampak jelas bahwa ketiga variabel bebas yaitu pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota. Dengan begitu untuk meningkatkan jumlah anggota atau keputusan untuk menjadi anggota di *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi salah satunya adalah dengan memberikan penjelasan pengetahuan produk kepada anggota, memberikan pelayanan terbaik pada tiap anggota serta mempertahankan kereligiusan mengenai BMT tersebut. Hasil ini sejalan dengan teori oleh Petler ia mengatakan pengetahuan yang baik berakhir dengan keputusan untuk memutuskan menjadi anggota dan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota BMT. Dengan begitu pengetahuan berpengaruh terhadap anggota dalam memutuskan menjadi anggota karena tentunya anggota ingin benar-benar faham dengan berbagai jenis produk sebelum akhirnya memutuskan menjadi anggota, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan karena dengan pelayanan yang baik akan menjaga BMT tersebut dari pengurangan jumlah anggota dan meningkatkan konsistensi untuk tetap menjadi anggota BMT dan religiusitas berpengaruh terhadap anggota dalam memutuskan menjadi anggota karena tentunya anggota ingin mengetahui bagaimana yang dimaksud dengan religiusitas dan apakah benar bahwa BMT sudah dijalankan sesuai dengan syaria Islam pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi.

Hasil wawancara dengan beberapa Pimpinan BMT Kota Jambi, disimpulkan

²⁰ Q.S Al-Baqarah/ 2: 208.

bahwa produk-produk yang ada di BMT sudah sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini melalui pengamatan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Serta untuk memasarkan produk BMT agar nasabah mengetahui produk-produk yang ditawarkan itu juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Melakukan promosi dengan sopan, tidak mengada-ada dan juga tidak mengandung unsur memaksakan kehendak. tidak hanya itu mereka juga memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik agar nasabah yang ada tidak berpaling ke lembaga keuangan yang lain, serta fasilitas yang ada di beberapa BMT Kota Jambi juga mencerminkan nilai-nilai Islami. Misalnya, semua karyawan berpakaian menutup aurat, sopan, mengucapkan salam dengan ramah kepada nasabah dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah SWT:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.*²¹

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi dikarenakan Nilai t hitung pada variable pengetahuan (X1) adalah sebesar 3,557 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,557 > 1,660$) dan nilai signifikan $0,01 < level\ of\ significant\ 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi dikarenakan Nilai t hitung pada variable Kualitas Pelayanan (X2) adalah sebesar 3,390 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,390 > 1,660$) dan nilai signifikan $0,000 < level\ of\ significant\ 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak.
3. Religiusitas signifikan terhadap keputusan pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Kota Jambi dikarenakan Nilai t hitung pada variable Religiusitas (X3) adalah sebesar 3,021 dengan tingkat signifikan 0,003. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,021 > 1,660$) dan nilai signifikan $0,003 < level\ of\ significant\ 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak.
4. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan variable pengetahuan (X1),

²¹ Q.S Ali-Imran/ 3: 109.

kualitas pelayanan (X2) dan religiusitas (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan (Y) dikarenakan nilai F table sebesar 2,70, maka nilai F hitung (63,703) > F table (2,70) dan nilai signifikan (0,000) < α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Daftar Putaka

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- Astogini, Dwiwiyanti. Wahyudin dan Wulandari, Zulaikhah Siti. "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Kemasan)". *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 13, No. 1 (Maret 2011): 4. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/jeba/article/view/345>.
- Huda, Nurul. *Baitul Mal Wa Tamwil*. Jakarta: Amzah, 2016.
- Jalaluddin, Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Koter, Philip dan Keller, Lane Kevin. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Koter, Philip. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Koter, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2. Jakarta: Prenhalindo, 2000.
- Maza, El Rina. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlangsungan Baitul Maal Wa Tamwil Di Lampung". *Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah* 01, no. 1 (Juni 2018): 4. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/FINANSIA/article/view/1140>.
- Nottingham, K. Elizabeth. *Agama dan Masyarakat*. Jakarta: CV Rajawali, 1985.
- Rahmat, Jalaludin. *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Sunyoto, Danang. *Etika Bisnis*. Jakarta: PT Buku Seru, 2016.
- Tjiptono, Fandi. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Triono, Agus Rachmadi. *Pengambilan Keputusan Manajerial: teori dan praktik untuk manajemen dan akademisi*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.