

PENGARUH KEPERCAYAAN, PELAYANAN, DAN PRODUK TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA KSPPS BINA SYARIAH UMMAH DUKUN GRESIK

Suwaldiyana

Universitas Qomaruddin

Email: suwaldiyanagresik@gmail.com

Abstract

This research was conducted to analyze the effect of trust, service, and products on interest in becoming a member of KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik. The data used in this study are members of the KSPPS Bina Syariah Ummah Branch of the Shaman in 2020-2021. This type of research is quantitative research and the analytical technique used in this study is multiple linear regression with the help of the SPSS 25.0 for windows program. The results of this study indicate that partially the variables of Trust, Service, and Products have a significant effect on the interest variable to become a member of KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik. whereas, Simultaneously the variables of Trust, Service and Products also have a significant effect on Interest in becoming a member of KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik. Based on the results of the research above, the researcher recommends being able to increase socialization more about KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik to the community, especially among small traders, in public places. So that they know very well about KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik and its products.

Keywords: *Trust, Service, Product, and Interest in becoming a member of KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, pelayanan, dan produk terhadap minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Dukun tahun 2020-2021. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25.0 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kepercayaan, Pelayanan, dan Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik. sedangkan, Secara simultan variabel Kepercayaan, Pelayanan dan Produk juga berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik. Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti merekomendasikan untuk harus mampu meningkatkan sosialisasi lebih tentang KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik terhadap masyarakat terutama dikalangan pedagang-pedagang kecil, di

tempat umum. Sehingga mereka mengetahui betul tentang KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik serta produk-produknya.

***Kata Kunci:** Kepercayaan, Pelayanan, Produk, dan Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang berpijak di atas akidah syariah (sharia principles). Sehingga sebagai lembaga yang mengambil nilai-nilai Islam, maka lembaga keuangan syariah harus bermadani nilai spiritual kepada masyarakat.¹ Nilai spiritual ini diperlukan agar pemisahan antara lembaga syariah dengan lembaga keuangan konvensional dapat terlihat.

Di antara sekian banyak lembaga keuangan yang ada, kini mulai berkembang koperasi syariah yang banyak diminati masyarakat Indonesia, terutama masyarakat menengah ke bawah (ekonomi lemah). Koperasi memegang peranan yang sangat penting dalam membantu usaha masyarakat yang memiliki kesempatan ekonomi terbatas untuk mencapai tingkat kesejahteraan anggotanya.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) sebelumnya disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang terlahir dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Baitul Maal wat Tamwil sendiri merupakan suatu lembaga keuangan syariah yang beroperasi menggunakan gabungan konsep “baitul maal dan baitul tamwil” dengan target operasionalnya fokus terhadap sektor usaha kecil menengah. Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, Dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama dibidang ekonomi, sosial dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah “Bina Syari’ah Ummah” atau yang dikenal dengan KSPPS Bina Syariah Ummah dan biasa disingkat menjadi KBSU adalah sejenis koperasi simpan pinjam yang mengambil dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan atau deposito kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman. Dalam perkembangannya, koperasi berusaha meningkatkan pelayanannya untuk mendapatkan kepercayaan dari anggotanya. Selanjutnya untuk menumbuhkan minat anggota terhadap produk koperasi syariah, ada tiga tahapan yang menjadikan anggota benar-benar berminat, yaitu (1) Informasi yang jelas sebelum menjadi anggota koperasi; (2) Pertimbangan yang matang sebelum menjadi anggota koperasi; (3) Keputusan menjadi anggota koperasi.²

Menurut peneliti terdahulu Arvani Ali Prakoso.2017, Judul “Analisis pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas” penelitian ini menggunakan metode

¹ Dr. Dermawan dan M.Iqbal Fasa, Manajemen Lembaga Keuangan Syariah (Yogyakarta: UNY Press, 2020) hal 87.

² Wulidatul Husna, Pengaruh Promosi, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Koperasi Pondok Pesantren Al- Barkah Wonodadi Blitar, Tahun 2016, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung,

analisis regresi linier berganda, dan penelitian ini menggunakan kuisioner untuk mengumpulkan informasi dari responden. penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik random Sampling. Jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 100 responden.

Menurut peneliti terdahulu Dian Antika Puspitasari. 2020, Judul “Pengaruh media promosi, variasi produk, lokasi dan pelayanan terhadap minat menabung masyarakat Di KSPPS-MUI Jawa timur cabang dukun ”Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji autokolerasi, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji f. Penelitian dalam pemilihan sampel menggunakan teknik probability sampling.

Menurut peneliti terdahulu Muhyidin. 2017, Judul “Pengaruh citra perusahaan, pengetahuan produk bank, kepercayaan, dan pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating” Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. Sampel yang diambil sebanyak 143 responden dengan teknik purposive sampling.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, pelayanan, dan produk secara simultan dan parsial terhadap minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Minat

Secara etimologis, minat diartikan dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia sebagai perhatian kesukaan (kecenderungan hati) terhadap keinginan. Sedangkandalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan hati yang kuat untuk berkeinginan.³

Minat dalam pandangan Islam yaitu Al-Quran dalam surat Al-Alaq ayat pertama yang berartikan “Bacalah” dimana memerintahkan agar kita membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini.⁴

Macam-macam minat sebagai berikut:

1. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi 2 yaitu, minat primitif dan minat sosial

³ Tim Penyusun Kamus, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), 583.

⁴ <https://medium.com/@destianadwipratiwi/tentang-ayat-cinta-nya-dalam-surat-al-alaqayat-1-5-inilah-salah-satu-motivasi-diri-untuk-menjadi-2fc87d9e4930>, diakses pada tgl 1 September 2018

2. Berdasarkan Arahnya, minat dapat dibedakan menjadi 2 yaitu, minat intrinsik dan minat ekstrinsik
3. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi 4 yaitu, expressed interest, manifest Interest, tested Interst, dan inventoried interest

Menurut Sujanto mengatakan bahwa minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:⁵

- a. Pengetahuan
- b. Pengamatan
- c. Tanggapan
- d. Persepsi
- e. Sikap

B. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Kepercayaan atau kredibilitas merupakan faktor penting yang dapat mengurangi krisis dan kesulitan antara mitra bisnis, tetapi juga merupakan aset penting untuk mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi. Suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong dan mempertinggi tingkat hubungan dengan pelanggan.⁶

Gefen (dalam Yee dan faziharudean,) menyatakan bahwa indikator kepercayaan terdiri dari 3 komponen, yaitu:

1. Integritas (intergrity)
2. Kebaikan (benevolonce)
3. Kompetensi (competence)

Imam Al-Qusairi mengatakan bahwa kata shadiq ‘orang yang jujur’ berasal dari kata shidq ‘kejujuran’. Kata shiddiq adalah bentuk penekanan (mubalaghah) dari shadiq dan berarti orang yang mendominasi kejujuran. Dengan demikian, di dalam jiwa seseorang yang jujur itu terdapat komponen nilai ruhani yang memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.⁷

Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan

⁵ Sujanto, *Membangkitkan Minat Siswa*, (Jakarta : Rineka Cipta) h. 86

⁶ Karsono. 2007. Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan Yang Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal Bisnis dan Manajemen*, Vol 7.

⁷ Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, Gema Insani Press, Jakarta, 2002, hlm. 80.

mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan.⁸

C. Pelayanan

Pelayanan dapat didefinisikan secara luas sebagai aktivitas seseorang, kelompok, atau organisasi yang secara langsung atau tidak langsung memenuhi kebutuhan. Monier mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar pelayanan merupakan parameter yang telah ditentukan, seperti halnya pelayanan akuntansi yang baik.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik pelayanan agar menjadi bagaimana memberikan pelayanan yang baik yaitu:⁹

1. Pelayanan bersifat tidak riba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersama dan terjadi di tempat yang sama.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan harus mengukurnya agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan konsumennya. Untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 Indikator yaitu:¹⁰

1. Bukti Langsung (tangibles)
2. Keandalan (reliability)
3. Daya Tanggap (responsiveness)
4. Jaminan (assurance)
5. Empati (empathy)

D. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.¹¹ Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif produsen tentang apa yang dapat disajikan sebagai upaya untuk mencapai tujuan

⁸ Kwat Ismanto, Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009, hlm. 35.

⁹ Wahyudi. Z. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Horison Hostel Syariah Bandar Lampung.

¹⁰ Masrifani; Budiati, Penta Lestari; Maulida, Nor. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan. Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Ahass Trio Motor Perintis. Hlm. 103

¹¹ Kasmir, Pemasaran Bank., hal. 136)

organisasi dengan memenuhi kebutuhan dan aktivitas konsumen sesuai dengan kompetensi dan kemampuan organisasi, serta daya beli di pasar. Menurut Kotler dan Keller (2008), produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.

Perusahaan harus mengetahui beberapa tingkatan produk ketika akan mengembangkan produknya. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, dimensi dari kualitas produk ada 5 diantaranya yaitu:¹²

1. Daya Tahan (durability)
2. Keandalan (reliability)
3. Kemudahan Perbaikan (repairability)
4. Gaya (style)
5. Desain (design)

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Dalam ilmu ekonomi, aktifitas tersebut termasuk dalam proses produksi. Produksi dalam ekonomi Islam, aktifitas produksi yang terkait dengan halal dan haramnya suatu barang atau jasa dan cara memperolehnya. Islam memandang bahwa suatu barang atau jasa mempunyai nilai guna jika mengandung unsur produksi mempunyai kedudukan yang penting dalam kehidupan karena menunjang pelaksanaan ibadah kepada Allah SWT, karenanya hukum bekerja adalah wajib.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yang akan dipakai oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif, yakni suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan, mengenai apa yang ingin kita ketahui. Pemilihan dan penetapan lokasi penelitian ini dilakukan di KSPPS Bina syariah Ummah Cabang Dukun beralamat di Jalan Raya Kalirejo, Sembungan Kidul Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik. Waktu penelitian ini kurang lebih 5 bulan, dari bulan Februari sampai bulan Juli.

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Dukun tahun 2020-2021 yang berjumlah 750 Anggota. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila Populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

¹² Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran edisi ke 13 jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 10

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance) 15%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = N / 1 + Ne^2$$

$$n = 750 / 1 + 750 \times (0,15)^2$$

$$n = 750 / 1 + 16,875$$

$$n = 750 / 17,875$$

$$n = 41,95 = \text{dibulatkan menjadi } 42$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 42 orang.

Metode pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert yang digunakan dalam eksperimen ini adalah skala pilihan dari 1 hingga 5, yang terkait dengan pemberian opsi kepada responden, yang menunjukkan preferensi sangat baik sampai dengan tidak baik kepada setiap statmen yang berkaitan dengan objek yang dinilai, dimana dengan keterangannya sebagai berikut:¹³

- a. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).
- b. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS).
- c. Skor 3 untuk jawaban Kurang Setuju (KS).
- d. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S).
- e. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).

Model yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui. Persamaan garis regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.

a = Nilai Konstanta

¹³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Bandung: ALFABETA 2013).

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Pelayanan

X_3 = Produk

b_1 = Koefisien regresi dari X_1

b_2 = Koefisien regresi dari X_2

b_3 = Koefisien regresi dari X_3

e = Error

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu:

1. Variable bebas.

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Pelayanan

X_3 = Produk

2. Variable terikat (Y), yaitu Minat menjadi anggota KSPPS Bina SyariahUmmah Dukun Gresik.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji hipotesis. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan penjelasan tentang berbagai karakteristik data yang berasal dari satu sampel. Teknik data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas data, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas. Uji hepotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan koefisien determinasi.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

Koperasi Serba Usaha Bina Syariah Ummah, atau yang disingkat KBSU mulai beroperasi pada tanggal 17 Januari 2015 di Gresik Jawa Timur. Kemudian mendapatkan badan hukum dari SK Menti Koperasi dan UKM RI: 02/BH/XVI.6/437.56/I/2015 dan juga Surat Izin Usaha Simpan Pinjam Koperasi yang digunakan sebagai dasar hukum berdirinya koperasi: 151/SIUSPK/XVI.6/437.56/XII/2015. KSU Bina Syariah Ummah memiliki beberapa jenis usaha mulai dari simpan pinjam, toko ritail, kelompok ternak dan usaha-usaha lain. Berkat kepercayaan dan kepuasan para mitra, anggota serta nasabah diusia yang baru dua tahun KSU Bina Syariah Ummah telah memiliki delapan kantor layanan simpan pinjam yang tersebar di beberapa wilayah. Seiring berjalannya waktu berawal dari Koperasi Serba Usaha (KSU) kemudian berganti

menjadi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) pada tahun 2018. Alamat KSPPS Bina Syariah Ummah adalah:

- a. Alamat Pusat: Jl. Raya Deandles Brak Wadeng Sidayu Gresik (Depan SPBU Wadeng)
- b. Manager: Muhammad Muslih, S.Pd
- c. Akte Notaris Pendirian Koperasi: AMANDA PUSPITA, SH., M.Kn.
- d. SK Mentri Koperasi dan UKM RI: 02/BH/XVI.6/437.56/I/2015
- e. Surat Izin Usaha Simpan Pinjam Koperasi:
- f. 151/SIUSPK/XVI.6/437.56/XII/2015
- g. Tanda Daftar Perusahaan (TDP): 13.02.2.64.00555
- h. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP): 89/437.74/PM/2016
- i. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP): 73.002.406.4-612.000

B. Visi dan Misi KSPPS Bina Syariah Ummah

Adapun visi dan misi KSPPS Bina Syariah Ummah adalah sebagai berikut:

1. Visi KSPPS Bina Syariah Ummah
Terbentuknya Ekonomi Umat dengan Nilai-Nilai Syariah islam terwujudnya Kebersamaan dalam Membangun Ekonomi Umat dengan Landasan Ketaqwaan.
2. Misi KSPPS Bina Syariah Ummah
 - a. Memasyarakatkan dan menerapkan sistem ekonomi syariah dalam kehidupan umat
 - b. Meningkatkan kenyamanan dan kesejahteraan umat serta anggota
 - c. Memberikan kemudahan dalam membantu mengembangkan ekonomi umat dan anggota
 - d. Membudayakan tolong menolong dalam kebersamaan untuk meningkatkan ekonomi umat
 - e. Melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan amanah untuk menuju barokah

C. Deskripsi Hasil Penelitian

Jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah 42 Anggota. Setiap responden diberi lembar kuesioner untuk memberikan jawaban penelitian ini akan mengidentifikasi karakter responden berdasarkan jenis kelamin dan usia.

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel
Karakteristik Responden Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	27	64,3%
2	Perempuan	14	35,7%
	Total	42	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan table diatas bahwa jumlah presentase jenis kelamin yang paling tinggi adalah Laki-Laki yaitu 27 responden atau 64,3 % dan jumlah presentase jenis kelamin yang terendah adalah Perempuan yaitu 14 responden atau 35,7 %. Hal ini menunjukkan bahwa anggota di KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik mayoritas jenis kelamin laki-laki.

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan usia mahasiswa dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel
Responden Mahasiswa berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	<20-30 tahun	35	83,3 %
2	>30 tahun	7	16,7 %
	Total	42	100 %

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa jumlah dan presentase usia responden dalam penelitian ini didominasi usia <20-30 tahun dengan jumlah responden sebanyak 35 atau 83,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik mayoritas berusia <20-30 tahun.

Hasil uji t (parsial) dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel: Hasil Uji t (parsial)

Model	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	T	Sig.
	B	Beta		
	sts			
	Error			

(constans)	1.135 2.378		.477	.636
Kepercayaan	-.061 .142	-.045	-.434	.667
Pelayanan	.410 .161	.400	2.537	.015
Produk	.603 .154	.552	3.902	.000

a. *Dependent Variable: y .minat wirausaha*

Berikut ini hasil penelitian dari uji t (parsial) sebagai berikut:

- Hasil penelitian terhadap variabel Kepercayaan (X1), diperoleh nilai t hitung $-0,434 <$ dari t tabel 2.02439. Sedangkan berdasarkan nilai sig. vs alpha = $0,667 > 0,05$ Maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi anggota.
- Hasil penelitian terhadap variabel Pelayanan (X2), diperoleh nilai t hitung $2,537 >$ dari t tabel 2.02439. Sedangkan berdasarkan nilai sig. vs alpha = $0,015 < 0,05$ Maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.
- Hasil penelitian terhadap variabel Produk (X3), diperoleh nilai t hitung $3,902 >$ dari t tabel 2.02439. Sedangkan berdasarkan nilai sig. vs alpha = $0,000 < 0,05$ Maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.

Hasil uji F (simultan) dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel: Hasil uji f (simultan)

Model	Sum of square	Df	Mean square	F	Sig.
Regression	277.777	3	92.592	47.328	0.000
Residual	74.342	38	1.956		
Total	352.119	41			

a. *Predictors: (Constant), Produk, Kepercayaan, Pelayanan*

b. *Dependent Variable: Minat*

Dari tabel diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kepercayaan, pelayanan dan produk secara simultan terhadap minat sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $47,328 >$ f tabel 2.85. Maka H0 ditolak dan H1 diterima. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kepercayaan, Pelayanan dan Produk

secara simultan terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.

Berdasarkan penelitian dan analisis yang diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS 25.0 for windows maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan (X1) Pelayanan (X2) dan Produk (X3) secara serentak mempengaruhi Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah (Y).

1. pengujian secara parsial (Uji t) diketahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:
 - a. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Anggota. Berdasarkan pada variabel Kepercayaan (X1) Diketahui nilai t hitung $-0,434 < \text{dari } t \text{ tabel } 2.02439$. Sedangkan berdasarkan nilai sig. vs $\alpha = 0,667 > 0,05$ Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi anggota. Ini membuktikan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Diduga Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Minat menjadi Anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik” terbukti tidak benar
 - b. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota. Berdasarkan pada variabel Pelayanan (X2) Diketahui nilai t hitung $2.537 > \text{dari } t \text{ tabel } 2.02439$. Sedangkan berdasarkan nilai sig. vs $\alpha = 0,015 < 0,05$ Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik. Ini membuktikan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Diduga Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat menjadi Anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik” terbukti kebenarannya.
 - c. Pengaruh Produk Terhadap Minat Menjadi Anggota. Berdasarkan pada variabel Produk (X3) Diketahui nilai t hitung $3.902 > \text{dari } t \text{ tabel } 2.02439$. Sedangkan berdasarkan nilai sig. vs $\alpha = 0,000 < 0,05$ Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik. Ini membuktikan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Diduga Produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat menjadi Anggota
2. Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F, diperoleh hasil uji F yaitu: $0,000 < 0,05$. Uji F dapat disimpulkan pula bahwa Kepercayaan, Pelayanan dan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat menjadi anggota (Y). Ini menyatakan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga pengaruh Kepercayaan,

Pelayanan dan Produk berpengaruh terhadap Minat menjadi anggota KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik terbukti kebenarannya.

PENUTUP

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data tentang penilaian responden tentang pengaruh Kepercayaan, Pelayanan dan Produk terhadap Minat menjadi anggota studi kasus pada KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menjadi anggota studi kasus pada KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.
2. Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menjadi anggota studi kasus pada KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.
3. Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menjadi anggota studi kasus pada KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik.
4. Kepercayaan, Pelayanan, dan Produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat menjadi anggota studi kasus pada KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik
5. Variabel paling dominan adalah variabel produk berdasarkan dari hasil uji t.

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Diperlukan sosialisasi lebih tentang KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik terhadap masyarakat terutama dikalangan pedagang-pedagang kecil, di tempat umum. Sehingga mereka mengetahui betul tentang KSPPS Bina Syariah Ummah Dukun Gresik serta produk-produknya.
2. Diharapkan pada penelitian yang akan datang jumlah sampel yang lebih banyak maka hasil analisis dari penelitian akan lebih akurat.
3. Penelitian ini agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian, terutama terkait Kepercayaan adalah keputusan nasabah. Dan untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan variabel Kepercayaan atau menambah faktor-faktor lainnya yang dapat meningkatkan keputusan nasabah sehingga hasil penelitian bisa menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Dermawan dan M. Iqbal Fasa, Manajemen Lembaga Keuangan Syariah (Yogyakarta: UNY Press, 2020) hal 87.
- Karsono. 2007. Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan Yang Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal Bisnis dan Manajemen*, Vol 7. Kasmir, Pemasaran Bank, ., hal. 136)

- Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran edisi ke 13 jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 10
- Kuat Ismanto, Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009, hlm. 35.
- Mardani, Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2017) hlm 1.
- Masrifani; Budiati, Penta Lestari; Maulida, Nor. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan. Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Ahass Trio Motor Perintis. Hlm. 103
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Bandung: ALFABETA 2013).
- Sujanto, Membangkitkan Minat Siswa, (Jakarta: Rineka Cipta) h. 86
- Tim Penyusun Kamus, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), 583.
- Toto Tasmara, Membudayakan Etos Kerja Islami, Gema Insani Press, Jakarta, 2002, hlm. 80.
- Wahyudi. Z. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Horison Hostel Syariah Bandar Lampung.
- Wulidatul Husna, Pengaruh Promosi, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Koperasi Pondok Pesantren Al- Barkah Wonodadi Blitar, Tahun 2016, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung,
- <https://medium.com/@destianadwipratiwi/tentang-ayat-cinta-nya-dalam-surat-al-alaqayat-1-5-inilah-salah-satu-motivasi-diri-untuk-menjadi-2fc87d9e4930>, diakses pada tgl 1 September 2018