

**FAKTOR MINAT ANGGOTA TERHADAP PEMBIAYAAN SYARI'AH
PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH
MAJU BERSAMA GONDANG PEKALONGAN**

Aida Aisyah¹, M. Iqbal Notoatmojo^{2*}

Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan, Indonesia

*Corresponding Author: iqbalbwox@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota terhadap pembiayaan syari'ah pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Maju Bersama Gondang Pekalongan. Dalam konteks perkembangan ekonomi syari'ah di Indonesia, penelitian ini mengidentifikasi beberapa variabel kunci, termasuk promosi, kualitas pelayanan, bagi hasil, dan citra koperasi. Metode penelitian yang digunakan analisis adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada anggota koperasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk pembiayaan syari'ah. Penelitian ini berkontribusi terhadap pentingnya strategi pemasaran koperasi yang efektif dan meningkatkan kepuasan anggota, serta berkontribusi pada pengembangan koperasi syari'ah di Indonesia.

Kata Kunci: Minat Anggota, Pembiayaan Syari'ah, KSPPS Maju Bersama Gondang Pekalongan

ABSTRACT

This research aims to analyze the factors influencing members' interest in sharia financing at the Maju Bersama Gondang Pekalongan Sharia Savings and Loan Cooperative and Financing (KSPPS). In the context of the development of sharia economics in Indonesia, this research identifies several key variables, including promotion, service quality, profit-sharing, and the cooperative's image. The research method used for the analysis is quantitative, with data collection through questionnaires distributed to cooperative members. The research results show that all these factors have a significant influence on members' interest in using sharia financing products. This study contributes to the importance of effective cooperative marketing strategies and increasing member satisfaction, as well as contributing to the development of sharia cooperatives in Indonesia.

Keywords: Member Interest, Sharia Financing, KSPPS Maju Bersama Gondang Pekalongan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai sektor industri belakangan ini seakan tidak pernah pupus dengan adanya pergeseran zaman, sama halnya dengan industri perbankan yang tidak jauh berbeda tingkat perkembangannya dengan industri lain. Perkembangan ini ditunjukkan dalam bentuk yang bervariasi baik dari segi inovasi produk, prinsip sistem operasionalnya, serta pergeseran paradigma dan perkembangan yang ada dalam kurun waktu terakhir munculnya lembaga lembaga perbankan yang berbasis syari'ah yang mana dijadikan sebagai acuan penting dalam perkembangan ekonomi syari'ah di Indonesia. Fenomena meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang menggunakan prinsip-prinsip syari'ah mendapatkan respon positif dari pemerintah Indonesia. Keberhasilan sistem keuangan yang menggunakan prinsip syari'ah hingga saat ini tidak semata-mata hanya karena adanya dukungan dari pemerintah tetapi juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut.

Pada saat ini perkembangan koperasi syari'ah sudah mulai banyak, bahkan hampir menyaingi eksistensi perbankan syari'ah. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan syari'ah lainnya maka diperlukan strategi pemasaran yang baik untuk menarik minat anggota. Salah satunya dengan cara meningkatkan promosi. Menurut penelitian yang telah dilakukan Ahmad didapatkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota dalam menggunakan produk Murabahah pada Koperasi AMF Syari'ah. Artinya semakin tinggi promosi yang dilakukan akan mempengaruhi besarnya keputusan anggota menggunakan produk Murabahah pada Koperasi AMF Syari'ah (Sahputra, 2015).

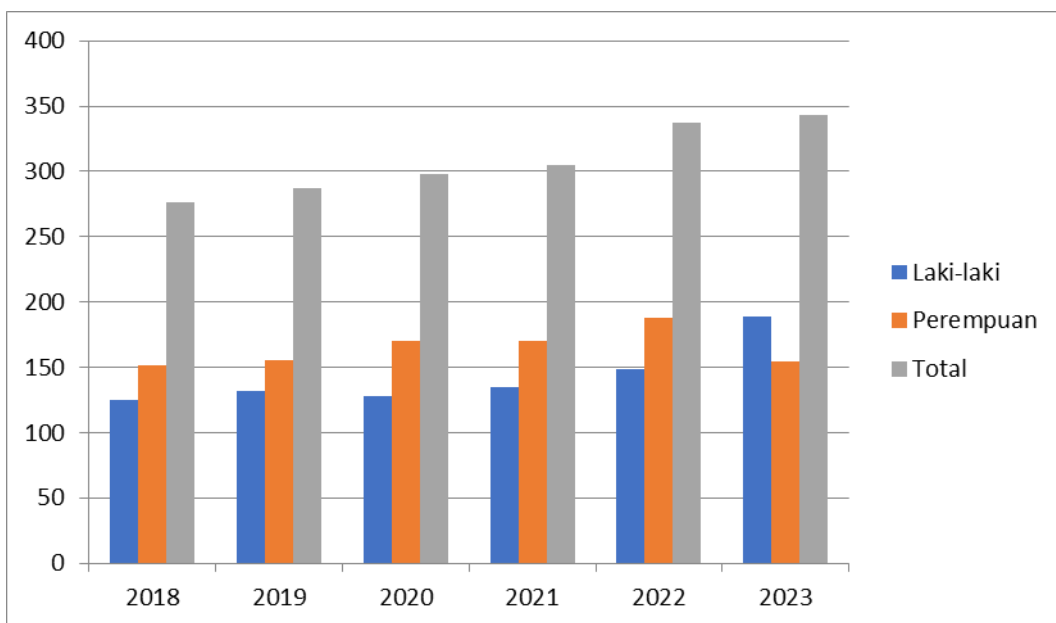
Penyebab lain dari banyaknya anggota yang memutuskan untuk mengajukan pembiayaan pada koperasi, antara lain dikarenakan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan konsumen. Begitu juga sebaliknya, apabila konsumen memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapannya, maka pelayanan tersebut dikatakan jelek. Dari penelitian yang dilakukan oleh Abdul dkk menyatakan bahwa Berpengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi disebabkan karena dengan pelayanan prima yang telah diberikan memberikan kepuasan kepada anggota koperasi (Abu et al., 2015).

Selain itu bagi hasil pada koperasi syari'ah juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat anggota kesejahteraan masyarakat. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ninik dkk menunjukkan bahwa Sistem bagi hasil yang diterapkan KSU syari'ah surya perkasa pada tabungan syari'ah adalah mengacu pada prinsip revenue sharing, artinya koperasi syari'ah memperoleh pendapatan dari debitur (orang yang melakukan pembiayaan) dan KSU syari'ah langsung mendistribusikan kepada shahibul maal melalui bagi hasil yang telah disepakati bersama setelah dipotong biaya-biaya operasional (Mas'adah et al., 2020).

Untuk dapat maju dan berkembang, koperasi juga harus membuktikan bahwa koperasi tersebut dapat dipercaya. Citra menjadi salah satu yang sangat penting dalam sebuah badan usaha. Dalam konteks koperasi, citra sangat penting karena dapat

mempengaruhi kepuasan anggota dan reputasi organisasi. Koperasi yang memiliki citra yang baik dapat meningkatkan minat anggota, sedangkan citra yang buruk dapat berdampak negatif terhadap minat anggota. Sementara itu menurut penelitian yang dilakukan oleh Niken Kusdayanti, jika koperasi mempunyai citra yang baik maka kepuasan anggota akan tercapai karena kepercayaan anggota akan meningkat, dan anggota akan bersedia kembali menggunakan jasa di koperasi (Kusdayanti, 2016).

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari’ah (KSPPS) Maju Bersama Gondang adalah salah satu unit usaha yang berada dibawah naungan Yayasan Gondang yang berfokus pada bidang ekonomi, dengan bentuk usaha koperasi, tentunya banyak program yang bisa diikuti anggota (Gondang, 2020).



Gambar 1. Data Jumlah Anggota KSPPS Maju Bersama Gondang
 Sumber: KSPPS Maju Bersama Gondang

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah anggota nasabah mengalami kenaikan di tahun 2021 dan tahun 2022 mengalami kenaikan 84 anggota. Koperasi “Maju Bersama Gondang” beroperasi dengan prinsip syari’ah, yaitu prinsip yang berdasarkan pada hukum Islam. Hal ini mencakup prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, dan tidak menimbulkan riba. Oleh karena itu, kegiatan simpan pinjam dan pembiayaan yang dilakukan oleh koperasi ini sesuai dengan syariat Islam (Gondang, 2019).

Penelitian ini dipicu oleh kesenjangan penelitian pada penelitian sebelumnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Susanti et al., 2022), (Anggiani, 2016), serta (Krisdayanti, 2020), yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat anggota. Namun berbeda dengan penelitian (Fitriani, 2018), (Musyaffa’, 2021), dan (Utami, 2021), menyimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat anggota.

Selanjutnya penelitian tentang pengaruh pelayanan terhadap minat anggota oleh beberapa peneliti terdahulu yaitu penelitian (Utami, 2021), (Mauludia & Mulyani, 2023), (Tobing, 2021), menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat

anggota. Sedangkan menurut (Karima, 2020), (R. D. Putri, 2021), serta (Lutfiana, 2016), bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat anggota.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh (Susanti et al., 2022), (Zidni & Fitanto, 2022), dan (Nurlaela, 2020) menjelaskan hubungan antara bagi hasil terhadap minat anggota. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada hubungan positif antara bagi hasil terhadap minat anggota. (Jalil & Hamzah, 2020), (Riyanti et al., 2023), dan (Nusantoro et al., 2024) menemukan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat anggota.

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang pengaruh citra koperasi terhadap minat anggota oleh (Moi et al., 2022), (Rizkulillah et al., 2022), dan (Muhajirin, 2021), menunjukkan bahwa citra koperasi berpengaruh positif terhadap minat anggota. Sedangkan menurut (Maulana, 2024), citra koperasi berpengaruh negatif terhadap minat anggota.

Untuk mengetahui KSPPS Maju Bersama Gondang telah memberikan pelayanan yang sesuai harapan, maka perlu dilakukan evaluasi dari anggotanya. Oleh sebab itu, mengingat arti pentingnya Promosi, Pelayanan, Bagi Hasil, dan Citra Koperasi dalam mempengaruhi Minat Anggota, maka perlu dikaji lebih dalam bagaimana kelima unsur tersebut mampu meningkatkan koperasi untuk unggul dalam bersaing. Karena meningkatnya Minat Anggota akan memberikan dampak pada berkembangnya koperasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Koperasi Syari'ah

Koperasi syari'ah adalah bentuk koperasi yang menjalankan kegiatan usaha sesuai prinsip syari'ah, berfokus pada pembiayaan dan simpanan tanpa riba. Koperasi ini harus mematuhi prinsip seperti larangan riba, partisipasi anggota dalam pengambilan keputusan, dan menjalankan bisnis halal. Koperasi syari'ah juga berusaha memberdayakan anggota, khususnya yang kurang mampu. Akad yang digunakan dalam koperasi syari'ah meliputi beberapa jenis, seperti Wadi'ah (penitipan), Mudharabah (kerjasama usaha), Musyarakah (kerjasama modal), Murabahah (pembiayaan barang), Salam (pemesanan barang), Istisna' (pembuatan barang), Ijarah (sewa), Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (sewa dengan opsi kepemilikan), dan Qardh (pinjaman dana).

Minat

Minat adalah perhatian atau ketertarikan seseorang terhadap suatu hal tanpa paksaan. Dalam bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap keinginan. Hubungan antara diri dengan objek memengaruhi tingkat minat; semakin dekat, semakin besar minat yang timbul. Ada dua sumber yang mempengaruhi minat: dari dalam diri individu (seperti umur dan pengalaman) dan dari luar (seperti lingkungan keluarga dan masyarakat). Minat juga berkaitan dengan keputusan untuk menggunakan atau membeli produk. Dalam koperasi syariah, anggota memiliki peran penting, seperti sebagai pengawas dan pengembangan literasi keuangan. Perlindungan terhadap anggota dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan. Minat mempengaruhi tindakan seseorang karena dapat memberikan kepuasan dan kesenangan.

Promosi

Promosi dalam pemasaran adalah serangkaian aktivitas perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli, meningkatkan kesadaran, dan mendorong pembelian produk atau layanan. Menurut beberapa ahli, promosi adalah bentuk komunikasi yang bertujuan menyebarkan informasi, mempengaruhi konsumen agar mengenal dan membeli produk, serta menciptakan loyalitas. KSPPS Maju Bersama Gondang menggunakan promosi untuk memberi tahu masyarakat tentang tujuan, pelayanan, dan produk yang ditawarkan. Promosi berperan penting dalam strategi pemasaran untuk mencapai tujuan bisnis yang sukses.

Beberapa faktor yang mempengaruhi promosi antara lain sifat pasar, jenis produk, dan tahap perkembangan produk. Sifat pasar mencakup apakah masyarakat mudah terpengaruh oleh promosi. Jenis produk mempengaruhi strategi promosi. Selain itu, penting untuk memilih indikator promosi yang tepat, seperti frekuensi, kualitas, kuantitas, waktu, dan ketepatan promosi untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan memperhatikan semua aspek ini, perusahaan dapat merancang strategi promosi yang efektif.

Pelayanan

Pelayanan adalah rangkaian kegiatan yang berkesinambungan dalam kehidupan masyarakat, mencakup aspek sehari-hari dan sosial ekonomi. Menurut Kotler, pelayanan adalah tindakan yang ditawarkan tanpa menghasilkan kepemilikan. Ardian Payne menambahkan bahwa pelayanan melibatkan interaksi dengan konsumen tanpa transfer kepemilikan. Hasibuan menjelaskan bahwa pelayanan adalah jasa dari satu pihak kepada pihak lain, dengan pelayanan terbaik disebut pelayanan prima yang memuaskan pelanggan.

Kualitas pelayanan koperasi diukur dari persepsi pelanggan atas pelayanan yang diterima dan kenyataan layanan. Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry, ada lima dimensi indikator kualitas pelayanan: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Bukti fisik mencakup fasilitas yang disediakan; kehandalan menekankan ketepatan waktu; daya tanggap berfokus pada kecepatan dan kejelasan layanan; jaminan melibatkan pengetahuan pegawai, dan empati menunjukkan perhatian individu kepada pelanggan.

Bagi Hasil

Sistem bagi hasil adalah perjanjian di mana keuntungan dari kegiatan usaha dibagi antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, nasabah sebagai pemilik modal dan koperasi sebagai pengelola modal sepakat untuk membagi keuntungan berdasarkan seberapa baik dana dikelola. Keuntungan dibagi sesuai persentase yang disepakati.

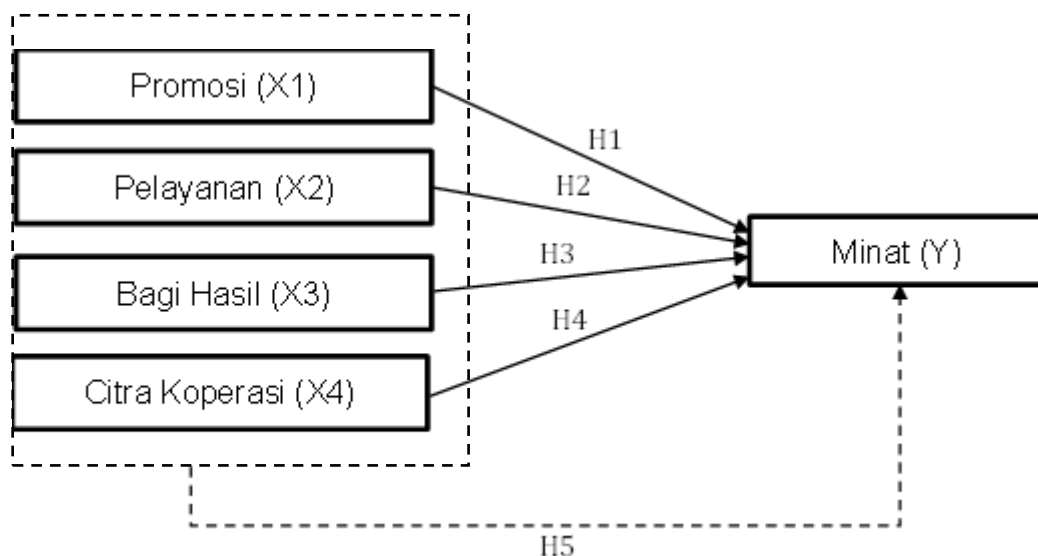
Faktor yang mempengaruhi bagi hasil meliputi faktor langsung seperti tingkat investasi, jumlah dana yang tersedia untuk investasi, dan rasio bagi hasil yang ditetapkan saat perjanjian. Faktor tidak langsung termasuk penentuan pendapatan dan biaya serta kebijakan akuntansi yang berkaitan.

Indikator dalam mengukur sistem bagi hasil terdiri dari persentase keuntungan yang disepakati, pembagian untung dan rugi yang bergantung pada kinerja usaha, dan jaminan yang menunjukkan bahwa kerugian harus ditanggung sesuai risiko bisnis. Besarnya nisbah keuntungan ditentukan oleh kesepakatan antara pemilik modal dan pengelola. Rasio ini bervariasi, tetapi tidak boleh 100:0.

Citra Koperasi

Citra koperasi adalah pandangan, kepercayaan, dan pengalaman masyarakat tentang koperasi. Untuk menjaga citra yang baik, koperasi perlu memperhatikan empat unsur penting: tanggung jawab sosial, inovasi, kualitas manajemen, dan kepercayaan masyarakat. Citra yang positif sangat penting bagi keberlangsungan koperasi, yang dapat menarik talenta berkualitas, mendapatkan peluang bisnis, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk mengukur citra, koperasi dapat menggunakan sejumlah indikator seperti lokasi, kualitas produk, tingkat harga, promosi, personal penjualan, atribut, dan pelayanan setelah pembelian.

Kerangka Berfikir



Gambar 2. Data Jumlah Anggota KSPPS Maju Bersama Gondang

Keterangan :

- > : Pengaruh Parsial
- - -> : Pengaruh Simultan

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan untuk menguji teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Penelitian kuantitatif berfokus pada penggunaan metode pengujian teori dengan meneliti hubungan antar variabel. Adapun bahan yang digunakan untuk penelitian ini adalah populasi dari seluruh anggota KSPPS Maju Bersama

Gondang yang berjumlah 343 orang. sampel untuk penelitian ini adalah 77,426637, pada bidang ini sampel yang didapat sebanyak 101 orang. Teknik pengambilan yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*, yaitu dikatakan simpel (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Analisis statistika deskriptif digunakan dengan alat bantu SPSS 26 dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris mengenai data yang telah terkumpul dalam hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Nomor Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,801	0,196	Valid
X1.2	0,868	0,196	Valid
X1.3	0,772	0,196	Valid
X1.4	0,874	0,196	Valid
X1.5	0,908	0,196	Valid
X1.6	0,860	0,196	Valid
X2.1	0,789	0,196	Valid
X2.2	0,734	0,196	Valid
X2.3	0,856	0,196	Valid
X2.4	0,857	0,196	Valid
X2.5	0,856	0,196	Valid
X2.6	0,922	0,196	Valid
X3.1	0,707	0,196	Valid
X3.2	0,801	0,196	Valid
X3.3	0,803	0,196	Valid
X3.4	0,815	0,196	Valid
X3.5	0,768	0,196	Valid
X3.6	0,838	0,196	Valid
X4.1	0,607	0,196	Valid
X4.2	0,725	0,196	Valid
X4.3	0,797	0,196	Valid
X4.4	0,737	0,196	Valid
X4.5	0,844	0,196	Valid
X4.6	0,880	0,196	Valid
Y.1	0,685	0,196	Valid
Y.2	0,674	0,196	Valid
Y.3	0,794	0,196	Valid
Y.4	0,741	0,196	Valid
Y.5	0,726	0,196	Valid
Y.6	0,770	0,196	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer

Dari keseluruhan tabel diatas, dapat diketahui bahwa r_{hitung} atau koefisien korelasi variabel promosi, pelayanan, bagi hasil, citra koperasi, dan minat anggota lebih besar dari r_{tabel} (0,196). Hal ini menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang ada pada penelitian dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Batas Normal	Keterangan
X1	0,921	6	0,60	Reliabel
X2	0,915	6	0,60	Reliabel
X3	0,862	6	0,60	Reliabel
X4	0,862	6	0,60	Reliabel
Y	0,827	6	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Primer

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *cronbach Alpha* pada variabel promosi, pelayanan, bagi hasil, citra koperasi, dan minat anggota menunjukkan bahwa nilai *cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 dan variabel dalam penelitian ini dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kurtosis dan Skewness

	Descriptive Statistics				
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	101	-,297	,240	,450	,476
Valid N (listwise)	101				

Sumber: Pengolahan Data Primer

Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Z_{skewness} = \frac{S-0}{SEskewness} \quad Z_{kurtosis} = \frac{S-0}{SEkurtosis}$$

Nilai $Z_{skewness}$ adalah $-0,297/0,240 = -1,2375$. Adapun nilai $Z_{kurtosis} = 0,450/0,476 = 0,945$. Nilai Z berada diantara -1,96 dan +1,96 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi normalitas, artinya data promosi, pelayanan, bagi hasil, citra koperasi, dan minat berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,664	2,308		3,321	,001		
	X1	,045	,118	,046	,379	,706	,412	2,429
	X2	,036	,143	,040	,253	,801	,246	4,071
	X3	,116	,137	,131	,849	,398	,258	3,869
	X4	,477	,179	,461	2,671	,009	,205	4,878

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Pengolahan Data Primer

Melihat hasil pada tabel di atas, jika nilai VIF > dari 10 dianggap menunjukkan adanya multikolinearitas yang serius. Dan jika nilai toleransi < 0,1 bisa dianggap sebagai indikasi adanya multikolinearitas yang kuat. Masing-masing variabel bebas memiliki VIF < 10 dan nilai Tolerance >0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Glejser

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,569	1,575		,361	,719
	X1	,045	,081	,089	,560	,577
	X2	-,034	,097	-,071	-,347	,729
	X3	,042	,093	,090	,449	,655
	X4	-,019	,122	-,034	-,153	,879

a. Dependent Variable: abs.res

Sumber: Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel Di atas, hasil Uji Glejser pada hasil output SPSS tabel *Coefficients*. Masing-masing variabel bebas memiliki Sig. >0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,14694
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	51
Total Cases	101
Number of Runs	44
Z	-1,499
Asymp. Sig. (2-tailed)	,134
a. Median	

Sumber: Pengolahan Data Primer

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan *Run Test* pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,134 > dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian, masalah autokorelasi dapat teratasi menggunakan uji *Run Test*.

Uji Hipotesis Penelitian

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	7,664	2,308		
	X1	,045	,118	,046	,379
	X2	,036	,143	,040	,253
	X3	,116	,137	,131	,849
	X4	,477	,179	,461	,009
a. Dependent Variable: Total_Y					

Sumber: Pengolahan Data Primer

Dari tabel diatas diperoleh kesimpulan bahwa pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 7,664 + 0,045 X1 + 0,036 X2 + 0,116 X3 + 0,477 X4 + e$$

Dari persamaan regresi dapat diartikan bahwa:

1. Persamaan ini menunjukkan bahwa minat anggota dipengaruhi oleh promosi, pelayanan, bagi hasil, dan citra koperasi. nilai konstanta sebesar 7,664 menyatakan jika ada promosi, pelayanan, bagi hasil, dan citra koperasi maka skor minat menabung nasabah meningkat sebesar 7,664 satuan. Nilai koefisien sistem bagi hasil sebesar 0.235 menyatakan jika terjadi peningkatan sistem bagi hasil sebesar satu-satuan maka minat menabung nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0.235.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel promosi sebesar 0.045 menyatakan jika terjadi peningkatan sistem promosi sebesar satuan maka minat anggota akan mengalami peningkatan sebesar 0.045.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel pelayanan sebesar 0.036 menyatakan jika terjadi peningkatan sistem pelayanan sebesar satuan maka minat anggota akan mengalami peningkatan sebesar 0.036.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel bagi hasil sebesar 0.116 menyatakan jika terjadi peningkatan sistem bagi hasil sebesar satuan maka minat anggota akan mengalami peningkatan sebesar 0.116.
5. Nilai koefisien regresi pada variabel citra koperasi sebesar 0.477 menyatakan jika terjadi peningkatan sistem citra koperasi sebesar satuan maka minat anggota akan mengalami peningkatan sebesar 0.477.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,664	2,308		3,321	,001
	X1	,045	,118	,046	,379	,706
	X2	,036	,143	,040	,253	,801
	X3	,116	,137	,131	,849	,398
	X4	,477	,179	,461	2,671	,009

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas maka hasil uji parsial (uji t) dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan Promosi (X1) sebesar 0,706 > 0,05 maka hipotesis ditolak, Pelayanan (X2) sebesar 0,801 > 0,05 maka hipotesis ditolak, bagi hasil (X3) sebesar 0,308 > 0,05 maka hipotesis ditolak, dan Citra Koperasi (X4) sebesar 0,009 < 0,05 maka hipotesis diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau lebih dikenal dengan ANOVA atau analisis varian yaitu uji koefisien secara bersama-sama yang digunakan untuk mengetahui secara simultan apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh atas variabel terikat.

Tabel 9. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	290,121	4	72,530	16,937	,000 ^b
	Residual	411,107	96	4,282		
	Total	701,228	100			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2						

Sumber: Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel Diatas, dapat diketahui nilai probabilitas signifikan adalah $0,000 < 0,05$, sedangkan $F_{hitung} (16,937) > F_{tabel} (2,467)$ maka dapat disimpulkan bahwa Promosi, Pelayanan, Bagi Hasil, dan Citra Koperasi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat anggota di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Maju Bersama Gondang Pekalongan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,643 ^a	,414	,389	2,069
a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas, besarnya koefisien determinasi atau adjusted R^2 adalah 0,389 hal tersebut berarti 38,9% variabel minat transaksi dapat dijelaskan oleh variabel promosi, pelayanan, bagi hasil, dan citra koperasi sedangkan sisanya ($100\% - 38,9\%$) adalah 61,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji tersebut menjelaskan bahwa masih terdapat variabel independen lain yang dapat mempengaruhi minat anggota.

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang

Berdasarkan hasil temuan kepada 101 responden pada penelitian ini menerangkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang, hal ini tergambar dari hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,706 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya bahwa variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah KSPPS Maju Bersama Gondang. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (N. J. Putri et al., 2022) yang dijelaskan dalam hasil penelitiannya yaitu promosi memberikan pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian di Koperasi Simpan Pinjam Jasa Batang.

Berdasarkan hasil pengujian, penelitian ini sejalan dengan penelitian (Utami, 2021) yang membuktikan bahwa variabel independen yaitu Promosi Koperasi Wanita Kecamatan Dolopo tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu minat menjadi anggota secara signifikan. Penelitian ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Musyaffa', 2021) pada penelitian ini menerangkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk KPR IB di BCA Syariah.

Selain itu penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitriani, 2018), variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat anggota memilih pembiayaan Di Koperasi Syariah Al Mawaddah Samir Tulungagung. Implementasi dari hasil penelitian mengenai variabel promosi yaitu dari hasil penelitian promosi tidak berpengaruh secara signifikan artinya anggota KSPPS Maju Bersama Gondang kurang tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh pengurus koperasi sehingga minat menjadi anggota KSPPS Maju Bersama Gondang menurun, dalam hal ini pengurus koperasi wanita harus memikirkan lagi strategi promosi atau memperbaiki strategi promosi yang sudah digunakan agar minat menjadi anggota di KSPPS Maju Bersama Gondang meningkat.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang

Berdasarkan hasil temuan kepada 101 responden pada penelitian ini menerangkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang, hal ini tergambar dari hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,801 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya bahwa variabel Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang.

Berdasarkan penelitian (Karima, 2020) menyatakan bahwa Hasil uji t menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung sembako, variabel. Penelitian oleh (Lutfiana, 2016) dengan judul Pengaruh Produk Simpanan Mutiara, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Batur Menabung Di KJKS Tamzis Cabang Batur, menyatakan bahwa variabel pelayanan tidak memiliki

pengaruh terhadap minat Masyarakat Batur Banjarnegara menabung di KJKS Tamzis cabang Batur Banjarnegara. Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian oleh (R. D. Putri, 2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah pada pembiayaan *murabahah* di BMT Darussalam Pekanbaru.

Implementasi dari hasil penelitian variabel pelayanan yaitu pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang, artinya pelayanan yang dilakukan oleh pengurus KSPPS Maju Bersama Gondang dinilai kurang baik dan profesional yang menyebabkan Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang menurun.

Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang

Berdasarkan hasil temuan kepada 101 responden pada penelitian ini menerangkan bahwa variabel bagi hasil tidak berpengaruh terhadap Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang, hal ini tergambar dari hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,398 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya bahwa variabel bagi hasil tidak berpengaruh terhadap Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Nusantoro et al., 2024), hasil uji menyatakan bahwa secara parsial Nisbah Bagi Hasil tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung Anggota, dikarenakan beberapa faktor seperti masih banyaknya anggota yang beranggapan bahwa Nisbah Bagi Hasil atau indikator persentase bagi hasil yang diberikan oleh pihak KSPPS BMT Surya Abadi Riyanto Cabang Seputih Raman.

Penelitian ini selaras dengan (Jalil & Hamzah, 2020) yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig) $0.462 > 0.05$. Artinya dengan ini menunjukkan bahwa variabel Bagi Hasil berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Selain itu, penelitian ini di perkuat oleh (Riyanti et al., 2023), Bagi hasil tidak mempengaruhi minat simpanan masyarakat di Bank Syariah Kota Jambi, karena rata-rata pemahaman masyarakat tentang bagi hasil masih rendah dan banyak orang yang percaya bahwa bagi hasil dan bunga bank adalah satu.

Pengaruh Citra Koperasi Terhadap Minat Anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang

Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara citra koperasi terhadap Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang. Menurut hasil uji parsial diperoleh probabilitas $0.009 < 0.05$ atau dapat diartikan semakin baik citra koperasi akan berpengaruh terhadap optimalnya Minat anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang yang dicapai. Penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh (Moi et al., 2022), Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa citra koperasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi

Sinar Harapan Malapedh. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Rizkulillah et al., 2022), Penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung anggota.

Pengaruh Promosi, Pelayanan, Bagi Hasil, Dan Citra Koperasi Secara Bersama-Sama Terhadap Minat Anggota pada Pembiayaan Syari'ah di KSPPS Maju Bersama Gondang

Dari hasil pengolahan uji statistik secara bersama-sama menggunakan SPSS yang menguji antara variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2), Bagi Hasil (X3), dan Citra Koperasi (X4) terhadap Minat Anggota (Y) maka diperoleh nilai signifikan $F_{hitung} 16,937 > 2,47$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang berarti variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2), Bagi Hasil (X3), dan Citra Koperasi (X4) secara bersama-sama memiliki pengaruh simultan terhadap Minat Anggota (Y). Berdasarkan hasil perhitungan variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2), Bagi Hasil (X3), dan Citra Koperasi (X4) terhadap Minat Anggota (Y) diketahui nilai R^2 sebesar 0,389 atau 38,9% yang artinya variabel dependen dipengaruhi sebesar 38,9% oleh variabel independen dan sisanya 61,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

KESIMPULAN

Pokok bahasan penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah karyawan di KSPPS Maju Bersama Gondang. Selain itu, kualitas layanan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah karyawan di KSPPS Maju Bersama Gondang.

Penelitian ini menegaskan pentingnya pengelola koperasi untuk dapat merancang strategi pemasaran yang efektif, dan meningkatkan kepuasan anggota. Sebagai rekomendasi penelitian lanjutan, penting untuk penelitian terhadap aspek-aspek lain yang dapat mempengaruhi minat anggota dalam konteks yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, A. K., Mais, R. G., & Muchlis, S. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah*
- Aditya, S. R. K. (2011). Pengaruh Citra Koperasi, Pelayanan Dan Motivasi Anggota Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Segarbo Kecamatan Bodeh Kabupaten Pematang. In *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*
- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 6(1), 94–99. <https://jiap.ub.ac.id/index.php/jiap/article/download/954/1414>
- Amrin, A., Rismawati, & Salju. (2020). Pengaruh Sistem Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Muamalat KCP Palopo. *Universitas Muhammadiyah Palopo*, 15–117

- Anggiani, N. A. (2016). Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Persepsi Terhadap Minat Anggota Menabung (Studi pada Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar). *Institutional Repository*, 19(5), 1–23
- Aris. (2021). *Pengertian Populasi: Karakteristik dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-populasi/>
- Ayu, S., & Effendi, J. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nisbah Bagi Hasil (Studi Kasus : KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Pati). *Jurnal Penelitian Ilmiah*, 2(2), 253–276
- Fironica, S. (2020). *Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, Dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi Di Bank Bri Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Padang Nangka Kota Bengkulu)*. 1–96. <http://repository.radenintan.ac.id/5564/>
- Fitriani, R. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Anggota Memilih Pembiayaan Di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Samir Tulungagung. *Institutional Repository*, 19(5), 1–23
- Gondang, K. M. B. (2019). *Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Maju Bersama Gondang*. Yayasan Gondang
- Gondang, K. M. B. (2020). *KSPPS Maju Bersama Gondang Buka Program Baru, Paket Tabungan Wisata*. Yayasan Gondang
- Harahap, I. K. (2021). *Pengaruh Lokasi, Kelas Sosial Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*
- Hariyanto, D. (2023). Komunikasi Pemasaran. In F. A. Darma & M. T. Multazam (Eds.), *Universitas Nusantara PGRI Kediri (Vol. 01)*. UMSIDA Press
- Isrok, I., Gunawan, Y. M., & Immawati, S. A. (2021). Pengaruh Promosi , Citra Koperasi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 229–237. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4234>
- Jalil, Abdul, & Hamzah, S. A. (2020). Pengaruh Bagi Hasil Dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 178–198. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.31.177-197>
- Kanjabung. (n.d.). *Koperasi Syariah*. Kanjabung.Com. <https://www.kanjabung.com/koperasi-syariah-penjelasan-lengkap/>
- Karima, S. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Keuangan Syariah Dan Personal Selling Terhadap Minat Menabung Sembako (Studi Kasus Pada KSPPS BMT AN-NAJAH Pekalongan Cabang Kajen). *Ethese UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan*, 99
- Keuangan, O. J. (n.d.). *Akad-akad Dalam Transaksi Perbankan Syariah*. Ojk.Co.Id. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/akad-PBS.aspx>
- Krisdayanti, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk Simpanan Arisan (Studi Kasus pada Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Blitar dan BMT Muamalah Tulungagung). *Institutional Repository*, 1–23
- Kusdayanti, N. (2016). *Pengaruh Citra Koperasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Setia Kecamatan Mojo Tengah Kabupaten Wonosobo*

- Lutfiana, D. (2016). *Pengaruh Produk Simpanan Mutiara, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Batur Menabung di KJKS Tamzis Cabang Batur*. 0, 1–23
- Mantovani, R. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Lembaga Penjamin Simpanan. *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 6(1), 79. <https://doi.org/10.36722/jmih.v6i1.2314>
- Mas'adah, N., Assadam, E., & Oktavianti, A. E. (2020). Analisis Sistem Bagi Hasil Pada Koperasi Syariah (Studi Koperasi Serba Usaha Syariah Surya Perkasa Solokuro Lamongan). *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*, 1(2), 153–166
- Maulana, R. I. (2024). *Pengaruh Citra Koperasi, Kepercayaan, Dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggotadi KSPPS Maju Bersama Gondang Wonopringgo (Studi Kasus Anggota KSPPS Maju Bersama Gondang Wonopringgo)*
- Mauludia, Z., & Mulyani, S. (2023). Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Anggota Untuk Menabung (Studi Pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syari ' ah Jatim) Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang. *Perbankan Syariah*, 4, 20–38
- Maxmanroe. (n.d.). *Pengertian Promosi: Definisi, Tujuan, dan Contoh Promosi*. Maxmanroe.Com. <https://www.maxmanroe.com/pengertian-promosi.html>
- Moi, K., Kasim, A., & Mesakh, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Koperasi Terhadap. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14(2), 123–137
- Muhajirin, R. Z. Z. (2021). *Pengaruh Citra Koperasi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Anggota Koperasi Gumarang Akbar Syariah Mataram*. 4(1), 6
- Musyaffa', I. (2021). *Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Margin Terhadap Minat Pembiayaan Pemilikan Rumah (Studi Pada Nasabah BCA Syariah di Jabodetabek)*
- Nazima, R. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajemen Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Manajemen Risiko*.
<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2015/B.211.15.0131/B.211.15.0131-15-File-Komplit-20190212035323.pdf>
- Nel Arianty. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen handphone samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 68–81
- Nurlaela. (2020). Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Produk Tabungan Mudharabah di Koperasi Syari'ah Baituttamkin Kediri Lombok Barat. *Energy for Sustainable Development: Demand, Supply, Conversion and Management*, 1–14
- Nusantoro, J., Septiana, N., & Fahad. (2024). Pengaruh Pelayanan, Nisbah Bagi Hasil, Dan Pengetahuan Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menabung Anggota KSPPS BMT Surya Abadi Riyanto Cabang Seputih Raman. *Sports Culture*, 15(1), 72–86. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>
- Pahlephi, R. D. (2022). *Dokumentasi Adalah: Mengenal Fungsi, Kegiatan, dan Jenisnya*. Detik Bali. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6409573/dokumentasi-adalah-mengenal-fungsi-kegiatan-dan-jenisnya>
- Pratami, R. (2022). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. *Repository.Unbari*. [http://repository.unbari.ac.id/1515/1/REGITA PRATAMI %281800861201045%29 .pdf](http://repository.unbari.ac.id/1515/1/REGITA%20PRATAMI%201800861201045%29.pdf)
- Priyadi, U. (2021). Gambaran Umum Lembaga Keuangan Syariah. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, 1–33

- Putri, N. J., Prihatini, A. E., & Pradhanawati, A. (2022). Pengaruh Produk, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Koperasi Simpan Pinjam Jasa Batang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 80–88. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33419>
- Putri, R. D. (2021). *Pengaruh Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah di BMT Darussalam Pekanbaru*
- Qothrunnada, K. (2021). *Pengertian Variabel dan Jenisnya dalam Penelitian*. Detiikedu
- Riyanti, M. Nazori Madjid, & G.W.I. Awal Habibah. (2023). Pengaruh Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 56–70. <https://doi.org/10.55606/jurimea.v3i1.239>
- Rizkulillah, C. A., Devy, H. S., & Pratama, V. Y. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 138–151. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.79>
- Sahputra, A. A. (2015). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Murabahah Pada Koperasi AMF Syariah Kota Bengkulu*
- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia*, 10(2), 142. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/7540/6516>
- Sumarjan, M. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Pada Pembiayaan Mudharabah Di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/31180>
- Supriyanto. (2016). *Pengaruh Kecerdasan Intelektual (IQ) Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Bontonompo Kabupaten Gowa*. 1–121
- Susanti, N. I., Inayah, N., & Hermintari, N. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Anggotabmt Ugt Nusantara Cabang Glenmore. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(2), 115–130. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v3i2.1658>
- Tobing, A. S. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Profit Sharing Terhadap Minat Menabung Anggota (Studi Kasus Koperasi Syariah Surya Teladan). *Modul Biokimia Materi Metabolisme Lemak, Daur Asam Sitrat, Fosforilasi Oksidatif Dan Jalur Pentosa Fosfat*, 6
- University, B. (n.d.). *Memahami Uji Normalitas Dalam Model Regresi*. Binus University
- University, B. (2021). *Memahami Uji Heteroskedastisitas Dalam Model Regresi*. Binus University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-heteroskedastisitas-dalam-model-regresi/>
- Utami, anisa cahyaning. (2021). Pengaruh Promosi, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Wanita Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952
- Zidni, M. T., & Fitanto, B. (2022). *Pengaruh Bagi Hasil Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Koperasi BMT UGT Sidogiri Kecamatan Sukun Kota Malang*. 1(4), 331–344