

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang

KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi bertempat sangat strategis ditengah kota yang terletak di Jalan Pemuda Km.2, Rambut malang, Kabongan Kidul, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang Jawa Tengah dengan menempati gedung 2 lt yang diresmikan pada 13 Juli 2009 oleh H. Moch, Salim.

Sejarah awal berdirinya BMT Ummat Sejahtera Abadi bermula dari ide para tokoh Perserikatan Muhammadiyah Cabang Rembang, yang berdiri sejak tanggal 15 Juni 2002. KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi menginduk kepada Departemen Koperasi sebagai lembaga pemerintah yang berwenang untuk mengeluarkan dan memberikan izin penetapan dengan Nomor Badan Hukum : 233a/BH/XIV.22/IV/2008 yang dalam usahanya juga melayani simpan pinjam syariah.²²

KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi merupakan lembaga keuangan yang menjembatani antara kaum Aghniya (berkecukupan) dengan kaum Dhuafa (tidak mampu) untuk dapat membantu mengembangkan usahanya dengan pola bagi hasil seuai dengan syariah islam. KSPPS BMT merupakan dua lembaga yang saling berpadu antara Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul Maal merupakan suatu lembaga yang bergerak dalam bidang penghimpunan serta penyaluran dana zakat, infak, dan shodaqoh. Sedangkan Baitul Tamwil merupakan lembaga yang bergerak dalam bidang simpan pinjam syari'ah.²³

Tujuan pokok di dirikannya KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi yaitu pemberdayaan ummat agar menjadi lebih baik dan meningkat dari sebelumnya, baik dari segi usahanya maupun dari segi pemahaman pola ekonomi syari'ah dengan sasaran pengembangannya pada yaitu usaha kecil mengengah hingga kecil ke bawah dapat meningkatkan usahanya menjadi lebih baik dan terus berkembang dan tentunya dilandasi oleh pola ekonomi syariah.²⁴

²² Sumber dokumen KSPPS-BMT Ummat Sejahtera Abadi, hlm.3

²³ Brosur KSPPS-BMT Ummat Sejahtera Abadi

²⁴ Brosur KSPPS-BMT Ummat Sejahtera Abadi

2. Visi dan Misi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang

a. Visi

Visi dari BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang adalah sebagai berikut:

- Sebagai lembaga keuangan syariah yang kontemporer
- Sebagai lembaga yang dapat memberikan nilai tambah bagi para anggota yang mempunyai usaha mikro khususnya dilapisan bawah dan masyarakat pada umumnya.
- Sebagai lembaga intermediasi antara shahibul maal dengan mudharib.

b. Misi

Misi dari BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang adalah sebagai berikut:

- Membangun lembaga keuangan mikro syariah yang mampu memberdayakan jaringan ekonomi mikro syariah, sehingga menjadikan umat yang lebih baik dan mandiri.
- Mampu meningkatkan kesejahteraan anggota maupun calon anggota yang dilayani.
- Mewujudkan masyarakat dalam perekonomian yang maju, adil, dan makmur yang berlandaskan syariah islam.
- Mewujudkan lembaga keuangan yang berbasis syariah yang memiliki rasa kepedulian terhadap masyarakat.²⁵

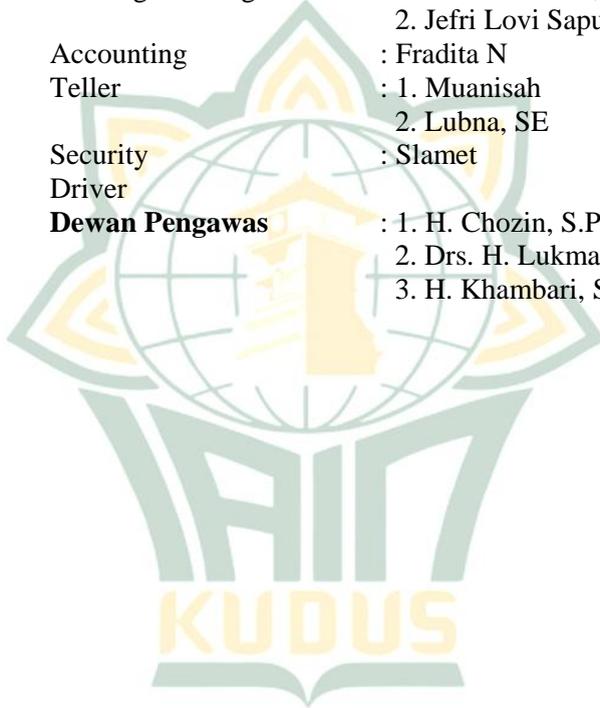
3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang

Struktur organisasi yang berada pada suatu lembaga menunjukkan bahwa dalam suatu organisasi tersebut memiliki tugas dan wewenang serta tanggungjawab terhadap pekerjaan masing-masing. Dalam struktur organisasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi terdiri sebagai berikut :

Manajer	: Nur Rochman, SE
Pengurus	
Ketua	: H. M Chamim
Sekretaris	: H. Abdul Hamid, M.Ag
Bendahara	: Tri Harjanto, SH

²⁵ Sumber dokumen KSPPS-BMT Ummat Sejahtera Abadi, hlm.4

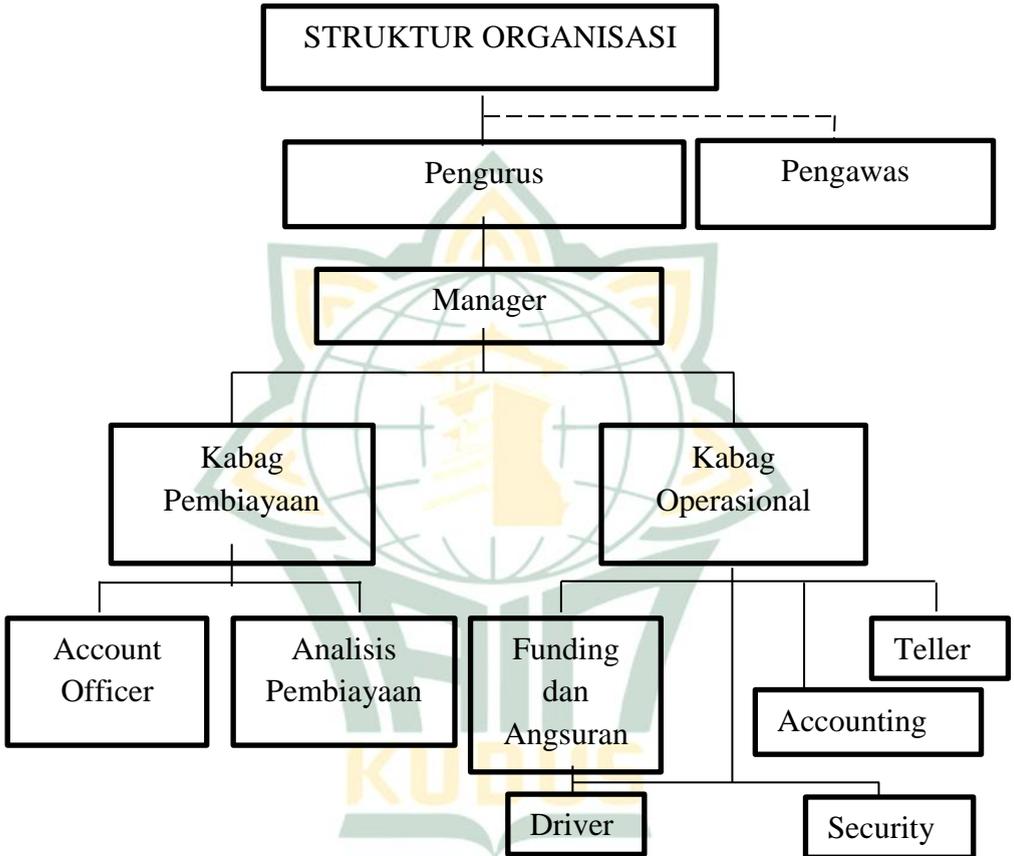
Kabag Pembiayaan	: Ance Kurniani, SE
Account Officer	: 1. Slamet Waluyo, SE 2. Galuh Febri N 3. Evie Nurjayanti 4. Nur Aniska 5. Ika Nikmatul, SE
Analisis Pembiayaan	: Pujiana Sri R
Kabag Operasional	: Ngabdi
Funding dan Angsuran	: 1. Hernawan Ari, Amd 2. Jefri Lovi Saputro
Accounting	: Fradita N
Teller	: 1. Muanisah 2. Lubna, SE
Security	: Slamet
Driver	
Dewan Pengawas	: 1. H. Chozin, S.Pd 2. Drs. H. Lukman B 3. H. Khambari, S.Ag



Struktur organisasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi tersebut diperjelas dengan bagan dibawah ini :

Bagan 4.1

Struktur Organisasi BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang



Sumber : Dokumen Rapat Anggota Tahunan KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang,2021

4. Produk-produk pada KJKS BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang

Setiap lembaga keuangan tentu akan memiliki suatu produk yang nantinya akan dipilih oleh calon nasabah atau nasabah yang akan menggunakan jasa dari lembaga keuangan tersebut. Pada KJKS BMT Ummat Sejahtera Abadi memiliki produk-produk sebagai berikut :

a. Produk simpanan

1) Simpanan Wadiah

Simpanan wadiah merupakan simpanan yang mana pihak penyimpan dana hanya menitipkan dananya tanpa mengharapkan bagi hasil, dan dengan persetujuan dari penyimpan, dana tersebut diperbolehkan digunakan lembaga tersebut untuk kepentingan anggotanya dan sewaktu-waktu dana tersebut dapat diambil.

2) Simpanan Mudharabah

Simpanan mudharabah merupakan simpanan anggota untuk penyetoran serta penarikan dana yang dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Adapun jenis dari simpanan mudharabah sebagai berikut :

a) Si Amanah

Merupakan Simpanan Anggota Aman Nyaman Muamalah yang dapat dilakukan sewaktu-waktu baik penyetoran maupun penarikan dana. Nisbah bagi hasil keuntungan akan dihitung berdasarkan saldo rata-rata harian dan rata-rata akhir bulan sesuai dengan keuntungan yang didapat. Adapun keuntungan yang didapatkan antara lain :

- Tidak terbebani biaya administrasi
- Pajak penghasilan ditanggung lembaga
- Simpanan bisa dijadikan jaminan pembiayaan
- Perhitungan bagi hasil yang didapatkan sebesar 70% : 30%

b) Si Berkah

Simpanan Anggota Berjangka Mubarakah merupakan produk simpanan dengan cara penyetoran dapat dilakukan sewaktu-waktu dan pengambilannya dapat dilakukan sesuai dengan kesepakatan tanggal jatuh tempo. Keuntungan yang

akan didapatkan nasabah yaitu tidak terbebani biaya administrasi, bagi hasil setiap bulan akan ditransfer ke rekening Si Amanah, serta pembukaan rekening atas nama perorangan/lembaga minimal 1jt. Sedangkan nisbah yang didapatkan sesuai dengan jangka waktu simpanan :

1. 1 bulan : nisbah 35% : 65%
2. 3 bulan : nisbah 40% : 60%
3. 6 bulan : nisbah 45% : 55%
4. 12 bulan : nisbah 50% : 50%

c) Si Idul Qurban

Simpanan idul qurban merupakan simpanan anggota yang mempunyai niat suci berqurban. Penyetoran dapat dilakukan sewaktu-waktu dan pengambilannya dilakukan 1 bulan sebelum Hari Raya Idul Adha.²⁶

b. Produk pembiayaan

1) Pembiayaan Mudharabah (MDA)

Pembiayaan yang dilakukan antara pihak Shohibul Maal dan Al Mudharib yang didalamnya ada kesepakatan bagi hasil, kesepakatan jangka waktu, kesepakatan angsuran, kesepakatan besarnya pembiayaan. Sistem bagi hasil ditentukan berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

2) Pembiayaan Murabahah (MBA)

Merupakan pembiayaan berakad jual beli yang mana KJKS BMT Ummat Sejahtera Abadi menyediakan dana untuk berinvestasi maupun jual beli yang kemudian pihak anggota melakukan pembayaran dengan mengangsur bagi hasil yang telah disepakati atau pelunasannya pada saat jatuh tempo.

3) Pembiayaan Bai' Bithaman Adjil (BBA)

Merupakan jenis pembiayaan untuk pembelian suatu barang, yang mana pihak BMT telah menyediakan dana serta membelikan suatu barang dengan harga perolehan dan ditambah dengan bagi hasil sesuai kesepakatan serta sistem angsuran dilakukan sesuai akad ketentuan.

²⁶ Brosur KJKS-BMT Ummat Sejahtera Abadi

- 4) Pembiayaan Al-Qordul Hasan (QH)
Merupakan pembiayaan kebajikan atau pembiayaan ibadah yang tidak mengambil keuntungan sedikitpun dari nasabah, dana yang digunakan berasal dari Baitul Maal.²⁷

5. Sarana Pra-sarana KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang

Guna menunjang efisiensi dan kenyamanan saat bekerja KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi menyediakan beberapa sarana pra-sarana dan fasilitas sebagai berikut :

- a. Gedung 2 lantai
- b. Tempat parkir
- c. Ruang tunggu
- d. Kamar mandi
- e. Meja
- f. Kursi
- g. Almari
- h. AC
- i. Kulkas
- j. Komputer
- k. Printer
- l. Televisi
- m. Tempat sampah, dll

B. Deskripsi Identitas Responden

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan hasil informasi yang diperoleh dari responden untuk mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 242 responden dengan karakteristik masing-masing responden sebagai berikut :

1. Umur Responden

Sesuai dengan data yang telah didapatkan dari responden mengenai umur dapat ditunjukkan melalui tabel berikut :

²⁷ Brosur KSPPS-BMT Ummat Sejahtera Abadi

Tabel 4.1 Komposisi Berdasarkan Umur Responden

Umur	Frekuensi	Presentase
20 – 25	4	1,6 %
26 – 30	20	8,2%
31 – 35	27	11,2%
36 – 40	51	21,3%
41 – 45	57	23,5%
46 – 50	43	17,8%
51 – 55	34	14%
56 – 60	6	2,4%
Jumlah	242	100%

Sumber: Data Kuesioner telah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa sebanyak 242 responden berumur 20-25 tahun sebanyak 4 orang dengan presentase 1,6%. Responden dengan umur 26-30 tahun sebanyak 20 orang dengan presentase 8,2%. Responden dengan umur 31-35 tahun sebanyak 27 orang dengan presentase 11,2%. Responden dengan umur 36-40 tahun sebanyak 51 orang dengan presentase 21,3%. Responden dengan umur 41-45 tahun sebanyak 57 orang dengan presentase 23,5%. Responden dengan umur 46-50 tahun sebanyak 43 orang dengan presentase 17,8%. Responden dengan umur 51-55 tahun sebanyak 34 orang dengan presentase 14%. Responden dengan umur 56-60 tahun sebanyak 6 orang dengan presentase 2,4%.

2. Jenis Kelamin Responden

Penelitian ini mengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan yang dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 4.2 Komposisi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	108	43,8%
Perempuan	134	56,2%
Jumlah	242	100%

Sumber: Data Kuesioner telah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki yaitu dengan frekuensi laki-laki sebanyak 108 dan presentase 43,8%, sedangkan responden perempuan lebih banyak yaitu 134 dengan presentase sebesar 56,2%.

3. Pekerjaan Responden

Adapun dalam penelitian ini, responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan. Berikut tabel terkait pekerjaan responden :

Tabel 4.3 Komposisi Berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Wiraswasta	134	55,4%
Pedagang	82	33,9%
Ibu Rumah Tangga	26	10,7%
Jumlah	242	100%

Sumber: Data Kuesioner telah Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari total responden sebanyak 242 berprofesi sebagai wiraswasta, pedagang, dan ibu rumah tangga. Jumlah responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 134 orang dengan presentase 55,4%. Sebanyak 82 orang bekerja sebagai pedagang dengan presentase sebanyak 33,9%. Sedangkan ibu rumah tangga sebanyak 26 orang dengan presentase sebesar 10,7%.

C. Data Penelitian

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, berikut merupakan jawaban yang telah diberikan oleh responden mengenai penelitian pengaruh Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan Syariah, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi :

1. Kualitas Pelayanan

Adapun jawaban mengenai variabel kualitas pelayanan (X_1) pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Item	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
Kualitas Pelayanan (X ₁)	X1.P1	0 0%	0 0%	35 14,5%	99 40,9%	108 44,6%
	X1.P2	0 0%	2 0,8%	23 9,5%	142 58,7%	75 31%
	X1.P3	0 0%	1 0,4%	34 14%	118 48,8%	89 36,8%
	X1.P4	0 0%	2 0,8%	24 9,9%	102 42,1%	114 47,1%
	X1.P5	0 0%	2 0,8%	38 15,7%	116 47,9%	86 35,5%
	X1.P6	0 0%	4 1,7%	37 15,3%	130 53,7%	71 29,3%

Sumber: Data Kuesioner telah Diolah, 2021

Berikut merupakan penjelasan dari jawaban variabel kualitas pelayanan yang telah di jabarkan dalam tabel 4.4 :

Item X1.P1 kualitas pelayanan yaitu pegawai bank bersikap ramah, sopan, serta baik dalam bertutur kata berikut merupakan jawaban dari responden: responden yang memberikan jawaban netral (N) sebanyak 14,5%, responden yang memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 40,9%. Sedangkan responden yang memberikan jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 44,6%.

Item X1.P2 kualitas pelayanan yaitu pegawai bank memiliki kecakapan dalam memberikan pelayanan jasa dan pemecahan masalah berikut merupakan jawaban dari responden: 0,8% responden memberikan jawaban tidak setuju (TS), responden yang memberikan jawaban netral (N) sebanyak 9,5%. Responden yang memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 58,7%. Dan responden yang memberikan jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 31%.

Item X1.P3 kualitas pelayanan yaitu pegawai berpenampilan bersih, rapi dan baik berikut merupakan jawaban dari responden: 0,4% responden memberikan jawaban

tidak setuju (TS), responden yang memberikan jawaban netral (N) sebanyak 14%, responden yang memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 48,8%. Sedangkan responden yang memberikan jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 36,8%.

Item X1.P4 kualitas pelayanan yaitu suasana dalam BMT rapi, bersih dan nyaman berikut merupakan jawaban dari responden: responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 0,8%, responden yang memberikan jawaban netral (N) sebanyak 9,9%, responden yang memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 42,1%. Sedangkan responden yang memberikan jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 47,1%.

Item X1.P5 kualitas pelayanan yaitu BMT mengutamakan kepentingan anda sebagai nasabah berikut merupakan jawaban dari responden: responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 0,8%, responden yang memberikan jawaban netral (N) sebanyak 15,7%, responden yang memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 47,9%. Sedangkan responden yang memberikan jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 35,5%.

Item X1.P6 kualitas pelayanan yaitu pegawai bersedia menanggapi masalah dan pertanyaan yang diajukan berikut merupakan tanggapan dari responden: responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 1,7%, responden yang memberikan jawaban netral (N) sebanyak 15,3%, responden yang memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 43,7%. Sedangkan responden yang memberikan jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 29,3%.

2. Literasi Keuangan Syariah

Adapun jawaban mengenai variabel literasi keuangan syariah (X₂) pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Variabel Literasi Keuangan Syariah

Variabel	Item	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
Literasi Keuangan Syariah (X ₂)	X2.P1	0 0%	4 1,7%	42 17,4%	121 50%	75 31%
	X2.P2	0 0%	4 1,7%	44 18,2%	105 43,4%	89 36,8%
	X2.P3	0 0%	3 1,2%	36 14,9%	114 47,1%	89 36,8%

Sumber: Data Kuesioner telah Diolah, 2021

Berikut merupakan penjelasan dari jawaban variabel literasi keuangan syariah yang telah di jabarkan dalam tabel 4.5 :

Item X2.P1 literasi keuangan syariah yaitu mengetahui bahwa ekonomi syariah bertujuan untuk mengatur kegiatan ekonomi yang sesuai dengan ketentuan islam berikut merupakan jawaban dari responden: 1,7% responden menjawab tidak setuju (TS), 17,4% responden menjawab netral (N), 50% responden menjawab setuju (S), dan 31% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item X2.P2 literasi keuangan syariah yaitu memahami mengenai konsep keuangan syariah berikut merupakan jawaban dari responden: 1,7% responden menjawab tidak setuju (TS), 18,2% responden menjawab netral (N), 43,4% responden menjawab setuju (S), dan 36,8% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item X2.P3 7% literasi keuangan syariah yaitu percaya bahwa dalam ekonomi syariah tidak ada riba berikut merupakan jawaban dari responden: 1,2% responden menjawab tidak setuju (TS), 14,9% responden menjawab netral (N), 47,1% responden menjawab setuju (S), dan 36,8% responden menjawab sangat setuju (SS).

3. Word Of Mouth

Adapun jawaban mengenai variabel word of mouth (X_3) pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Word Of Mouth

Variabel	Item	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
Word Of Mouth (X_3)	X3.1	0 0%	3 1,2%	45 18,6%	116 47,9%	78 32,2%
	X3.2	0 0%	3 1,2%	29 12%	127 52,5%	83 34,3%
	X3.3	0 0%	8 3,3 %	43 17,8%	118 48,8%	73 30,2%
	X3.4	0 0%	5 2,1 %	46 19%	122 50,4%	69 28,5%
	X3.5	0 0%	2 0,8 %	42 17,4%	124 51,2%	74 30,6%

Sumber: Data Kuesioner telah Diolah, 2021

Berikut merupakan penjelasan dari jawaban variabel *word of mouth* yang telah di jabarkan dalam tabel 4.6 :

Item X3.P1 *word of mouth* yaitu pemberi informasi menyampaikan hal-hal positif tentang produk tabungan secara spontan dan antusias berikut merupakan jawaban dari responden: 1,2% responden menjawab tidak setuju (TS), 18,6% responden menjawab netral (N), 47,9% responden menjawab setuju (S), dan 32,2% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item X3.P2: *word of mouth* yaitu pemberi informasi menyampaikan bahwa pelayanan terkait dengan produk tabungan sangat memuaskan berikut merupakan jawaban dari responden: 1,2% responden menjawab tidak setuju (TS), 12% responden menjawab netral (N), 52,5% responden menjawab setuju (S), dan 34,3% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item X3.P3 *word of mouth* yaitu pemberi informasi menjelaskan dengan menunjukkan buku tabungan atau brosur atau media lain berikut merupakan jawaban dari responden: 3,3% responden menjawab tidak setuju (TS), 17,8% responden menjawab netral (N), 48,8% responden menjawab setuju (S), dan 30,2% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item X3.P4 *word of mouth* yaitu saat pemberi informasi menjelaskan mengenai keunggulan BMT banyak pihak yang ikut berpartisipasi berikut merupakan jawaban dari responden: 2,1% responden menjawab tidak setuju (TS), 19% responden menjawab netral (N), 50,4% responden menjawab setuju (S), dan 28,5% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item X3.P5 *word of mouth* yaitu BMT menyediakan layanan kepada konsumen agar lebih mudah menerima kritik atau saran dari nasabah beriku merupakan jawaban dari responden: 0,8% responden menjawab tidak setuju (TS), 17,4% responden menjawab netral (N), 51,2% responden menjawab setuju (S), dan 30,6% responden menjawab sangat setuju (SS).

4. Keputusan

Adapun jawaban mengenai variabel Keputusan (Y) pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Keputusan Menabung

Variabel	Item	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
Keputusan (Y)	Y.P1	0 0%	4 1,7%	42 17,4%	116 47,9%	80 33,1%
	Y.P2	0 0%	7 2,9%	40 16,5%	115 47,5%	80 33,1%
	Y.P3	0 0%	3 1,2%	31 12,8%	137 56,6%	71 29,3%
	Y.P4	0 0%	4 1,7%	47 19,4%	117 48,3%	74 30,6%
	Y.P5	0 0%	0 0%	44 18,2%	114 47,1%	84 34,7%

Sumber: Data Kuesioner telah Diolah, 2021

Berikut merupakan penjelasan dari jawaban variabel keputusan menabung yang telah dijabarkan dalam tabel 4.7 :

Item Y.P1 keputusan menabung yaitu memutuskan menabung di BMT setelah melihat keunggulan produk, iklan dan informasi lain berikut merupakan jawaban responden: 1,7% responden menjawab tidak setuju (TS), 17,4% responden menjawab netral (N), 47,9% responden menjawab setuju (S), dan 33,1% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item Y.P2 keputusan menabung yaitu menabung di BMT setelah mencari informasi berikut merupakan jawaban dari responden: 2,9% responden menjawab tidak setuju (TS), 16,5% responden menjawab netral (N), 47,5% responden menjawab setuju (S), dan 33,1% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item Y.P3 keputusan menabung yaitu memilih menggunakan jasa di BMT setelah membandingkan dengan produk lain berikut merupakan jawaban dari responden: 1,2% responden menjawab tidak setuju (TS), 12,8% responden menjawab netral (N), 56,6% responden menjawab setuju (S), dan 29,3% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item Y.P4 keputusan menabung yaitu tertarik untuk menyimpan dana di BMT karena saya percaya terhadap kinerja pada lembaga keuangan tersebut berikut merupakan jawaban dari responden: 1,7% responden menjawab tidak setuju (TS),

19,4% responden menjawab netral (N), 48,3% responden menjawab setuju (S), dan 30,6% responden menjawab sangat setuju (SS).

Item Y.P5 keputusan menabung yaitu merasa puas dengan produk dan pelayanan BMT berikut merupakan jawaban responden: 18,2% responden menjawab netral (N), 47,1% responden menjawab setuju (S), dan 34,7% responden menjawab sangat setuju (SS).

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. taraf kevalidan dalam setiap item kuesioner dapat diukur dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , yang mana r_{hitung} mempunyai signifikansi sebesar 5% dan total responden sebesar 30 maka dapat diketahui r_{tabel} sebesar 0,361. Berdasarkan validasi dari masing-masing item pernyataan berjumlah 19 item yang digunakan dalam mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, dan *word of mouth* terhadap keputusan menabung sebagai berikut:

a. Variabel kualitas pelayanan (X1)

Berikut merupakan hasil dari uji validitas pada kualitas pelayanan yang dijelaskan pada tabel tersebut:

Tabel 4.8 Uji Validitas Kualitas Pemahaman

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,854	0,361	Valid
X1.2	0,856	0,361	Valid
X1.3	0,830	0,361	Valid
X1.4	0,807	0,361	Valid
X1.5	0,857	0,361	Valid
X1.6	0,758	0,361	Valid

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh dari keenam pernyataan adalah valid dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur keputusan menabung di BMT dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel} = 0,361$.

b. Variabel literasi keuangan syariah (X2)

Berikut merupakan hasil dari uji validitas pada literasi keuangan syariah yang dijelaskan pada tabel tersebut:

Tabel 4.9 Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,969	0,361	Valid
X2.2	0,859	0,361	Valid
X2.3	0,910	0,361	Valid

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh dari ketiga pernyataan adalah valid dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur keputusan menabung di BMT dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel} = 0,361$.

- c. Variabel *word of mouth* (X3)

Berikut merupakan hasil dari uji validitas pada *word of mouth* yang dijelaskan pada tabel tersebut:

Tabel 4.10 Uji Validitas Word Of Mouth

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,631	0,361	Valid
X3.2	0,802	0,361	Valid
X3.3	0,661	0,361	Valid
X3.4	0,819	0,361	Valid
X3.5	0,775	0,361	Valid

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh dari kelima pernyataan adalah valid dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur keputusan menabung di BMT dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel} = 0,361$.

- d. Keputusan menabung (Y)

Berikut merupakan hasil dari uji validitas pada *word of mouth* yang dijelaskan pada tabel tersebut:

Tabel 4.11 Uji Validitas Keputusan Menabung

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,890	0,361	Valid
Y.2	0,814	0,361	Valid
Y.3	0,807	0,361	Valid
Y.4	0,850	0,361	Valid
Y.5	0,799	0,361	Valid

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh dari kelima pernyataan adalah valid dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur keputusan menabung di BMT dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel} = 0,361$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi dalam setiap instrumen sehingga dapat dipercaya untuk melakukan pengukuran. Penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas dapat diukur dengan melihat koefisien alpa dengan nilai 0,60.

Tabel 4.12 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	R_{alpa}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,904	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,912	0,60	Reliabel
<i>Word Of Mouth</i> (X3)	0,792	0,60	Reliabel
Keputusan Menabung (Y)	0,889	0,60	Reliabel

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan dari uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* semua instrumen memiliki nilai $> 0,60$ dengan demikian kuesioner dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan dapat dipercaya dalam pengukurannya.

E. Teknik Analisis Data (Uji Asumsi Klasik)

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel independen. Dalam uji ini dikatakan baik jika hasil yang didapatkan tidak terdapat multikolinearitas. Penelitian ini menggunakan model *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan $VIF < 10$, apabila nilai yang dihasilkan 1-10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak mengandung multikolinearitas. Berikut hasil dari uji multikolinearitas :

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,436	2,293	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Literasi Keuangan Syariah	0,565	1,769	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Word Of Mouth	0,483	2,070	Tidak Terdapat Multikolinearitas

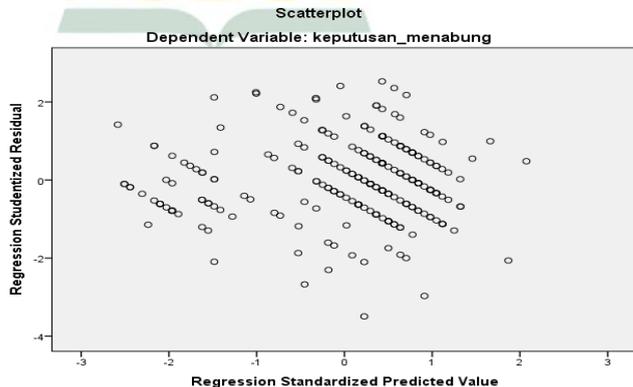
Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji multikolinearitas pada variabel kualitas pelayanan menghasilkan nilai *tolerance* sebesar 0,436 dan nilai VIF sebesar $2,293 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas. Variabel literasi keuangan syariah menghasilkan nilai *tolerance* sebesar 0,565 dan VIF sebesar $1,769 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas. Variabel *word of mouth* menghasilkan nilai *tolerance* sebesar 0,483 dan nilai VIF sebesar $2,070 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas. Uji ini dikatakan baik apabila hasil yang diperoleh tidak mengandung heterokedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan model grafik *Scatterplot* untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas. Berikut hasil dari uji heterokedastisitas :

Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Primer yang Diolah, SPSS 22, 2021

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa grafik *Scatterplot* memiliki pola acak atau tidak berpola dengan titik-titik penyebaran berada di bawah atau di atas angka nol (0). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat heterokedastisitas, sehingga regresi ini dapat dijadikan sebagai penelitian.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk memastikan pada suatu model regresi pada data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yaitu uji yang paling penting pada analisis regresi. Uji normalitas dikatakan baik apabila nilai residual yang dihasilkan mempunyai nilai yang normal dengan menggunakan salah satu teknik pengujian melalui *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Cara untuk menganalisis hasil dari *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* yaitu apabila hasil *Asymp.Sig > 0,05* maka data yang dihasilkan normal, namun apabila *Asymp.Sig < 0,05* maka data yang dihasilkan tidak normal. Berikut merupakan hasil dari perhitungan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* :

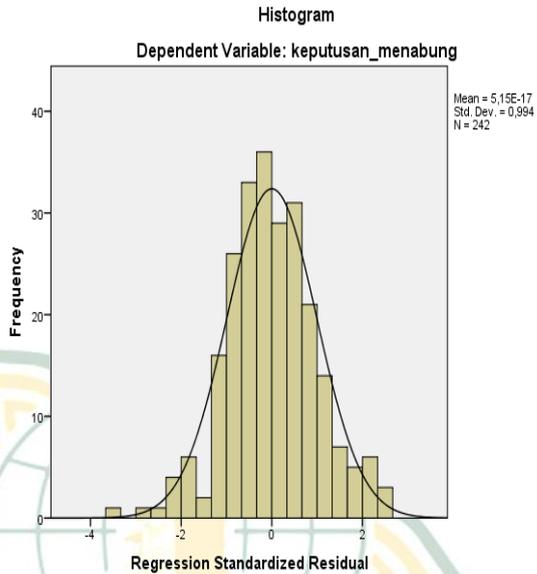
**Tabel 4.14 Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		242
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43323592
Most Extreme Differences	Absolute	,041
	Positive	,041
	Negative	-,041
Test Statistic		,041
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 22, 2021

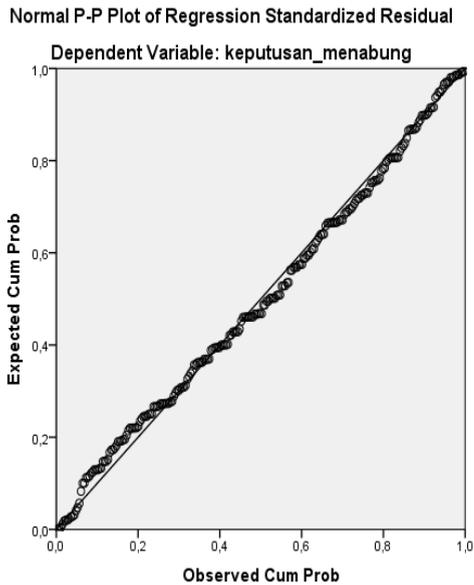
Berdasarkan tabel 4.14 nilai yang dihasilkan dari uji *Kolmogorov Smirnov* pada *Asymp.Sig* sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam data penelitian pada model regresi ini normal.

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram



Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 22, 2021

Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Probability Plot



Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 22, 2021

Berdasarkan gambar 4.2 grafik histogram menunjukkan bahwa data yang dihasilkan normal dengan ditandai oleh grafik yang berbentuk lonceng sempurna. Serta pada gambar 4.3 grafik p-plot terlihat bahwa titik-titik berada disekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa data yang dihasilkan normal.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan uji yang digunakan untuk menguji perumusan hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah dan *word of mouth* terhadap keputusan menabung di BMT dengan menggunakan alat bantu berupa SPSS Versi 22 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.15 Hasil Regresi Linear Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien	T hitung	Sig.
Konstanta	2.356	2.464	.014
Kualitas Pelayanan	.244	4.772	.000
Literasi Keuangan Syariah	.363	4.410	.000
<i>Word Of Mouth</i>	.367	6.619	.000

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 22, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 hasil persamaan dari uji regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 2356 + 244 X_1 + 363 X_2 + 367 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 diperoleh persamaan regresi antar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait dengan signifikansi sebesar 0,05 dijabarkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 2,356 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1), Literasi Keuangan Syariah (X_2), *Word Of Mouth* (X_3) bernilai sama dengan nol, maka keputusan menabung (Y) mengalami peningkatan sebesar 2,356 atau sebesar 23,56%.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,244 yang artinya apabila variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka

keputusan menabung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,244. Hasil dari uji tersebut koefisien bernilai positif untuk itu dapat diartikan terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan menabung.

- c. Koefisien regresi variabel literasi keuangan syariah (X2) sebesar 0,363 yang artinya apabila variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka keputusan menabung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,363. Hasil dari uji tersebut koefisien bernilai positif untuk itu dapat diartikan terdapat hubungan antara literasi keuangan syariah dengan keputusan menabung.
- d. Koefisien regresi variabel *word of mouth* (X3) sebesar 0,367 yang artinya apabila variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka keputusan menabung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,367. Hasil dari uji tersebut koefisien bernilai positif untuk itu dapat diartikan terdapat hubungan antara *word of mouth* dengan keputusan menabung.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari pengujian hipotesis antar variabel yaitu kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah dan *word of mouth* terhadap keputusan menabung secara parsial atau tidak.

Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,356	,956		2,464	,014
Kualitas pelayanan	,244	,051	,293	4,772	,000
literasi keuangan syariah	,363	,082	,238	4,410	,000
word of mouth	,367	,060	,360	6,169	,000

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 22, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa :

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan t_{hitung} sebesar 4,772 dengan t_{tabel} sebesar 1,969. Pengambilan kesimpulan dalam uji t apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,772 > 1,969$) dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Menurut Purwanto, apabila $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak. Diketahui pada hasil uji t , nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Maka pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

b. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan t_{hitung} sebesar 4,410 dengan t_{tabel} sebesar 1,969. Pengambilan kesimpulan dalam uji t apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,410 > 1,969$) dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Menurut Purwanto, apabila $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak. Diketahui pada hasil uji t , nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Maka pada variabel literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

c. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan t_{hitung} sebesar 6,169 dengan t_{tabel} sebesar 1,969. Pengambilan kesimpulan dalam uji t apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,169 > 1,969$) dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Menurut Purwanto, apabila $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak. Diketahui pada hasil uji t , nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Maka pada variabel *word of mouth* berpengaruh

terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah pada variabel independen dapat s mempengaruhi secara signifikan pada variabel dependen. Dengan menentukan $f_{tabel} = F(k ; n-k)$ maka $F(3 ; 239) = 2,64$. Berikut merupakan hasil pengujian pada uji f sebagai berikut :

Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (F)
ANOVA^a

Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	766,207	3	255,402	122,786	,000 ^b
	Residual	495,054	238	2,080		
	Total	1261,260	241			

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 22, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 mendapat hasil dengan f_{hitung} (122,786) dan f_{tabel} (2,64), dari hal tersebut dapat menunjukkan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari uji f dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Literasi Keuangan Syariah (X2), dan *Word of Mouth* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y).

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui kemampuan yang dimiliki masing-masing variabel kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah dan *word of mouth* terhadap variabel keputusan menabung, berikut merupakan nilai yang dihasilkan dari uji koefisien determinasi :

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 ^a	,607	,603	1,442

Sumber: Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 22, 2021

Berdasarkan tabel 4.18 hasil dari pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai $R = 0,779$. Oleh karena itu dapat dijelaskan bahwa pada variabel bebas kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah dan *word of mouth* mempunyai hubungan dengan variabel terikat yaitu keputusan menabung. Berdasarkan hasil yang telah di dapatkan, maka kesimpulan yang diambil yaitu berdasar pada nilai *Adjust R Squaer* 0,603 atau 60,3% yang berarti variabel dependen dapat dijelaskan dengan variabel independen. Sedangkan sisa dari nilai *Adjust R Squaer* (39,7%) merupakan pengaruh dari variabel diluar penelitian.

G. Pembahasan

Berdasarkan pengujian dari hasil hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, dan *word of mouth* terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang

Hasil regresi linear pada variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang mana diketahui t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan yaitu 4,772 dengan t_{tabel} sebesar 1,969. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi 0,05 ($0,000 \leq 0,05$). Hal ini dapat di artikan menerina H_a dan menolak H_o dalam arti lain terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Sari 2017 dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan akan

memberikan kepuasan terhadap nasabah. Kemampuan atau keandalan pegawai dalam memberikan pelayanan juga menjadi pertimbangan nasabah untuk menggunakan jasa. Kebutuhan yang diperlukan nasabah antara lain seperti jaminan untuk memberikan pelayanan yang baik serta menanggapi pertanyaan yang diberikan oleh masing-masing nasabah secara adil. Suatu lembaga keuangan yang memiliki pelayanan yang baik dapat dibuktikan dengan sikap serta penampilan dari pegawai saat memberikan pelayanan dengan mengutamakan kepentingan nasabah.²⁸

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat di buktikan jika variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang. Jawaban dari pernyataan responden mengenai kualitas pelayanan dapat dijelaskan bahwa suatu pelayanan yang baik akan menciptakan rasa aman kepada nasabah untuk menggunakan produk dan jasa tersebut. Serta menjadi bahan pertimbangan untuk tetap konsisten menggunakan jasa tersebut apabila nasabah puas yang kemudian menciptakan keyakinan yang kuat untuk tetap berinvestasi tanpa ada keraguan.

Penelitian ini mendukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarwita tahun 2017 yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Perumda BPR Majalengka.²⁹ Demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

b. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang

Hasil regresi linear pada variabel literasi keuangan syariah (X2) berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang mana diketahui t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan yaitu 4,410 dengan t_{tabel} sebesar

²⁸ Permata Sari, "Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu."

²⁹ Ade H, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung."

1,969. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini dapat di artikan menerima H_a dan menolak H_o dalam arti lain terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat dari Ruwaidah 2020 bahwa literasi keuangan syariah merupakan tolak ukur terhadap kemampuan dan kepercayaan diri seseorang untuk mengelola keuangan pribadi dengan tetap memperhatikan keadaan perekonomian. Apabila seseorang mengetahui jika suatu metode berguna maka metode tersebut akan digunakan. Pada penelitian ini, nasabah akan berusaha untuk memahami dengan teliti terlebih dahulu yang tanpa disadari dalam proses pemahaman tersebut nasabah sudah banyak mengetahui mengenai literasi keuangan syariah. Seseorang yang telah memiliki pengetahuan mengenai suatu hal pasti akan memiliki kepercayaan dan keyakinan yang akan dijadikan sebagai tolak ukur pembuatan keputusan.³⁰

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat di buktikan jika variabel literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang. Jawaban yang diberikan dari responden mengenai literasi keuangan syariah dapat dijelaskan bahwa dengan memahami pengelolaan keuangan syariah akan memberikan manfaat yang baik serta menambah wawasan kepada masyarakat tentang bagaimana mengelola keuangan yang baik menurut syariah islam.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Wijanarko tahun 2020 yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah.³¹ Demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel literasi keuangan syariah (X2)

³⁰ Ruwaidah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah."

³¹ Wijanarko and Rachmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah."

terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

c. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang

Hasil regresi linear pada variabel *word of mouth* (X3) berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang mana diketahui t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan yaitu 6.169 dengan t_{tabel} sebesar 1,969. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi 0,05 ($0,000 \leq 0,05$). Hal ini dapat di artikan menerina H_a dan menolak H_o dalam arti lain terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat di buktikan jika variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang. Komunikasi terjadi apabila terdapat dua orang atau lebih yang salah satu dari subjek tersebut telah memiliki suatu topik pembicaraan. Suatu pembicaraan di dalamnya terdapat fakta dan opini yang harus di buktikan agar tidak menjadi kesalahpahaman antara kedua subjek dengan memperlihatkan suatu informasi yang terdapat pada brosur, situs web atau alat promosi lain. Ketika menanggapi suatu pertanyaan seseorang diharapkan mampu memberikan jawaban yang jelas dan sesuai dengan fakta atau nasabah dapat secara langsung memberikan pertanyaan melalui kotak saran yang telah disediakan.

Berdasarkan jawaban yang diberikan dari responden mengenai *word of mouth* dapat dijelaskan bahwa komunikasi antar individu mempunyai peranan yang positif untuk menyampaikan informasi yang dalam suatu informasi tersebut dapat pula secara tidak langsung mengandung ajakan yang sifatnya mempengaruhi individu lain. Fakta yang terjadi, masyarakat lebih mempercayai informasi yang mereka dapat secara langsung dari orang-orang yang mereka anggap dapat dipercaya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Puspita tahun 2020 mendapat kesimpulan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu.³² Demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *word of mouth* (X3) terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang.



³² Puspita, “Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu.”