

SKRIPSI

**PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI
ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR
BINA MANDIRI METRO**

Oleh :

Dwi Septi NurAeni

NPM. 2103010022



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H/ 2025 M**

**PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI
ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR
BINA MANDIRI METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022

Pembimbing : Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (ESY)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H/2025 M**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus I 5A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusila@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-0725/Un.36.3/0/pp-00.9/12/2025

Skripsi dengan Judul: PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO, disusun oleh: Dwi Septi NurAeni, NPM: 2103010022, Prodi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa / 18 November 2025.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.

Penguji I : Yuyun Yunarti, M.Si.

Penguji II : Witantri Dwi Swandini, M.Ak.

Sekretaris : Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.

(Handwritten signatures of the examiners and the supervisor)

(...) (Handwritten signature of the supervisor)

(...) (Handwritten signature of the supervisor)

(...) (Handwritten signature of the supervisor)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam





**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: humas@metrouniv.ac.id, website: www.metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Jurai Siwo Lampung

Di-
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh:

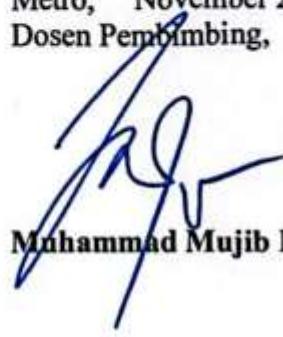
Nama : DWI SEPTI NURAENI
NPM : 2103010022
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, November 2025
Dosen Pembimbing,


Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPSS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO

Nama : Dwi Septi NurAeni

NPM : 2103010022

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Metro, November 2025

Dosen Pembimbing,

Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.

ABSTRAK

PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO

Oleh:

Dwi Septi NurAeni

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi dan reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya fluktuasi jumlah anggota yang diduga dipengaruhi oleh tingkat sosialisasi lembaga serta reputasi koperasi di mata masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan sifat asosiatif. Data yang digunakan yaitu data primer. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh anggota aktif yang melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro berjumlah 358 anggota dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan menggunakan rumus Isaac & Michael diperoleh sampel sebanyak 57 responden

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi dan reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Kemudian melalui uji F bahwa sosialisasi dan reputasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap motivasi. R Square sebesar 0,660 menunjukkan bahwa sebesar 66% motivasi bisa dijelaskan oleh sosialisasi dan reputasi yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 34% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Sosialisasi, Reputasi, Motivasi Anggota, KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DWI SEPTI NURAENI
NPM : 2103010022
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian - bagian yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 18 November 2025
Yang Menyatakan



HALAMAN MOTTO

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعَدُوُانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya”.

(Q.S Al-Ma’idah ayat 2)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Dengan ketulusan dan rasa syukur, peneliti memuji Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya. Skripsi ini bukan sekadar karya akademik, tetapi persembahan dari ketekunan, doa, dan cinta sebagai wujud penghormatan dan kasih sayang kepada:

1. Orangtua tercinta, Ayah Sugiono dan Ibu Darwati yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya, dan memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi do'a yang tiada lelahnya serta berjuang demi anak-anaknya.
2. Serta tidak lupa kakak Pandu Cahya Putra, Mba Dewi Martiana Sari, dan juga keponakan saya Ghavindra Shafaraz tercinta yang selalu memberikan semangat dan dorongan pada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
3. Almamater tercinta serta keluarga besar Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Sosialisasi Dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro“ . Shalawat dan salam marilah kita sanjungkan kepada Nabi Muhammad Saw. Yang selalu kita harapkan syafaatnya di hari kiamat nanti. Aamiin.

Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dalam Upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
2. Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
3. M. Mujib Baidhowi, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
4. Liberty, SE, MA. selaku Dosen Pembimbing Akademik

5. M. Mujib Baidhowi, M.E selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan nasihat kepada peneliti.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung yang telah memberikan ilmu dan fasilitas selama peneliti menempuh pendidikan
7. Manager, Karyawan KSPPS AL-Kautsar Bina Mandiri Metro serta Anggota yang telah bersedia diwawancara dan mengisi kuesioner, serta informasi yang diperlukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Dan akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT. Meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, Aamiin.

Metro, 18 November 2025
Peneliti



Dwi Septi NurAeni
NPM.2103010022

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
ABSTRAK	vii
ORISINALITAS PENELITIAN	viii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Penelitian Relevan	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Motivasi.....	14
B. Sosialisasi	18
1. Pengertian Sosialisasi	18
2. Dasar Hukum Sosialisasi dalam Islam	19
3. Jenis Sosialisasi	21
4. Indikator Sosialisasi	21
C. Reputasi Lembaga	23
1. Pengertian Reputasi Lembaga	23
2. Faktor yang Mempengaruhi Reputasi Lembaga	25
3. Indikator Reputasi Lembaga	28
4. Manfaat Reputasi Lembaga	31
D. Kerangka Berpikir	32
E. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Rancangan Penelitian	37
B. Definisi Oprasional Variabel	38
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40

1. Populasi	40
2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	40
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Instrumen Penelitian.....	43
1. Rancangan Kisi-kisi Penelitian	43
2. Pengujian Instrumen.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	46
1. Uji Asumsi Klasik	46
2. Pengujian Hipotesis	48
3. Koefisien Determinasi (R^2)	50
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Deskripsi Lokasi Penelitian	51
2. Klasifikasi Responden	56
3. <i>Pilot Test</i>	57
4. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	61
B. Pembahasan	70
1. Pengaruh Sosialisasi Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan	70
2. Pengaruh Reputasi Terhadap Motivasi Anggota untuk Melakukan Simpanan	71
3. Pengaruh Sosialisasi dan Reputasi Secara Simultan Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan	73
BAB V.....	75
PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN - LAMPIRAN	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Simpanan Pokok Tahun 2022-2023	6
Tabel 1.2	Data Anggota KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro	6
Tabel 1.3	Penelitian Relevan	10
Tabel 3.1	Definisi Oprasional Variabel.....	37
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Likert.....	42
Tabel 3.3	Rancangan Kisi-kisi Instrumen.....	42
Tabel 4.1	Klasifikasi Umur Responden	59
Tabel 4.2	Klasifikasi Alamat Responden.....	59
Tabel 4.3	Uji Validitas Sosialisasi <i>Pilot Test</i> (X_1).....	61
Tabel 4.4	Uji Validitas Reputasi (X_2).....	61
Tabel 4.5	Uji Validitas Simpanan (Y).....	62
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.7	Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.8	Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.9	Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.10	Uji t	70
Tabel 4.11	Uji f	71
Tabel 4.12	Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak dibidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip syariah.¹ Lembaga keuangan syariah itu terbagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non-bank. Lembaga keuangan non-bank terus mengalami perkembangan. Tersebarnya pembiayaan melalui lembaga keuangan non-bank telah memberikan warna tersendiri bagi masyarakat yang membutuhkan pilihan pembiayaan barang-barang modal.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah salah satu lembaga keuangan non-bank yang memiliki program meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai Syariah, termasuk pengelolaan zakat, infak atau sedekah dan wakaf. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah lembaga keuangan non-bank (LKNB) yang beroperasi dengan sistem Syariah. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) menawarkan berbagai produk simpanan dan keuangan. Produk keuangan misalnya pembiayaan Musyarakah (bagi hasil), Pembiayaan Mudharabah (*profile sharing*), dan produk simpanan *wadi'ah* dan *simpanan mudhorobah*.²

¹ Amima Oktarina Nony Afrianty, Desi Isnaini, “Lembaga Keuangan Syariah” (Bengkulu: CV.Zigie Utama, 2020).

² Asep Yudistira Saputra, “Sistem Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah BMT AT-TAQWA Berbasis Web”, *OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer dan Science*, 2, 5, (2023): 1516.

Koperasi syariah mempunyai peranan strategis untuk mendukung fasilitas dalam pengembangan ekonomi masyarakat, terutama di sektor usaha mikro dan kecil. KSPPS menawarkan alternatif layanan keuangan yang berdasar pada nilai nilai Islam, yang menjunjung tinggi keadilan, transparansi, dan keseimbangan. Dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat terhadap ekonomi syariah, KSPPS memiliki potensi besar untuk terus berkembang agar berkontribusi terhadap Pengentasan Kemiskinan, Pengurangan Ketimpangan sosial dan Perlindungan.³

Salah satu produk KSPPS adalah simpanan. Simpanan syariah adalah Simpanan tanpa bunga sesuai dengan syariat islam. Tabungan syariah adalah jenis produk tabungan yang menerapkan syariat Islam di dalamnya. Simpanan adalah dana yang di percayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, tabungan, dan bentuk lain yang dipersamakan dengan itu.⁴

Kegiatan simpanan merupakan bagian penting dalam oprasional koprasim simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS), karena simpanan anggota menjadi sumber dana utama yang memastikan keberlanjutan dan pelayanan lembaga. Keberhasilan KSPPS dalam menghimpun dana sangat dipengaruhi oleh motivasi anggota untuk melakukan simpanan. Karena motivasi merupakan dorongan seseorang untuk melaksanakan suatu hal, dorongan

³ Muhammad Asdar dan Saiful Muchlis, "Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah: Peluang dan Tantangan Diera Digital ", *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3, 2, (2024), 721.

⁴ Doriana Siregar, "Pengaruh Simpanan dan Pembiayaan terhadap Peningkatan Pendapatan Anggota Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati", *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, 1, 3 (2024): 220-221.

tersebut timbul dari dalam diri maupun dari lingkungan tempat tinggal seseorang.⁵ Namun, dalam kenyataannya tidak semua anggota memiliki motivasi yang kuat untuk meningkatkan atau mempertahankan simpanan mereka. Hal ini terlihat dari masih adanya anggota yang pasif, tidak rutin melakukan simpanan, atau menabung saat ada kebutuhan tertentu. kondisi tersebut menandakan perlunya KSPPS memahami faktor-faktor yang dapat mendorong meningkatnya motivasi anggota untuk melakukan simpanan.

Faktor yang mempengaruhi motivasi menyimpan dana di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) meliputi:⁶

1. Faktor Kemudahan.
2. Faktor Promosi atau Sosialisasi.
3. Faktor Kepercayaan.
4. Faktor Kualitas Produk.
5. Faktor Religiusitas.
6. Faktor Penghasilan.
7. Reputasi Lembaga.

Salah satu faktor yang mempengaruhi motivasi seseorang untuk melakukan simpanan di KSPPS adalah sosialisasi dan reputasi lembaga. Sosialisasi dalam lembaga keuangan adalah merupakan suatu proses yang membantu individu dalam membentuk realitas sosial dan identitas diri. Proses ini memulai dari masa kanak-kanak dan berlangsung sepanjang hidup, dengan

⁵ Muh. Hizbul Muflihin, *Motivasi Kinerja* (Banten: Berkah Aksara Cipta Karya, 2024), 1.

⁶ Sylvina Intan Rahmawati, et al, "Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Si Hasanah Pada BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya", *Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11, 1 (2023): 505.

individu terus mengalami pengaruh lingkungan sosial di mana mereka berada.⁷ Sedangkan reputasi lembaga adalah pandangan publik atas suatu perusahaan yang dinilai baik atau tidak yang dipandang secara global atas hal-hal seperti keterbukaan, kualitas dan lainnya sehingga dapat dikatakan sebagai pandangan atas gerak langkah perusahaan.⁸

Idealnya KSPPS jika ingin berkembang dan menarik motivasi menyimpan dana anggota atau masyarakat harus mampu mensosialisasikan produknya kepada para anggota. Sosialisasi produk KSPPS kepada anggota memiliki urgensi yang besar karena dapat meningkatkan pemahaman anggota tentang layanan KSPPS mendorong penggunaan produk KSPPS, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota. Sosialisasi juga membantu KSPPS untuk mengembangkan bisnisnya dan memenuhi kebutuhan keuangan anggota.⁹

Urgensi reputasi lembaga KSPPS sangat penting bagi anggotanya karena ia menjadi indikator utama kepercayaan dan kualitas layanan yang diberikan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan anggota terhadap KSPPS, mendorong loyalitas, dan menarik anggota baru. Di sisi lain,

⁷ Rahmat Muhammad Andi Nurul Annisa Yudha, Sawedi Muhammad, "Proses Sosialisasi Dan Pembelajaran Moral Dalam Cerita'Gbaga':Tinjauan Kritis Melalui Teori Sosialisasi," *Pendidikan* 13, no. 1 (2025).

⁸ Endang Dwi Amperawati, *Optimalisasi Reputasi Perusahaan Melalui Kinerja Layanan Hotel di Industri Hospitalitas*, (Malang: Selaras Media Kreasindo, 2020), 7.

⁹ Raja Putri Salsabila dan Azhari Akmal Tarigan, "Urgensi Sosialisasi Koperasi Syariah Dalam Upaya Peningkatan Pemahaman Masyarakat Menggunakan Koperasi Syariah (Study Kasus Kota Tanjungbalai)", *Student Research Journal*, 1, 5, (2023): 244.

reputasi yang buruk dapat menyebabkan anggota kehilangan kepercayaan, berpindah ke lembaga lain, dan merusak citra KSPPS secara keseluruhan.¹⁰

Realitanya berdasarkan hasil *pra-survey* yang peneliti lakukan berkaitan sosialisasi dan reputasi KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro memperoleh data bahwa lembaga ini memiliki keterbatasan dan permasalahan dalam melakukan sosialisasi. Permasalahan tersebut meliputi kurangnya sosialisasi terhadap para anggota yang menyimpan dana di KSPPS dan sosialisasi terhadap calon anggota baru. Permasalahan tersebut muncul disebabkan oleh kurangnya petugas di KSPPS yang berarti setiap karyawan yang tersisa akan memiliki lebih banyak tugas dan tanggung jawab, sehingga mereka tidak memiliki cukup waktu atau sumber daya untuk melakukan sosialisasi yang efektif terhadap anggota KSPPS. Kurangnya sosialisasi ini juga berdampak kepada motivasi untuk melakukan simpanan terhadap KSPPS itu sendiri. Mereka cenderung tidak konsisten dalam menyimpan dana dan terkadang juga berpaling ke lembaga keuangan yang lain.¹¹

Permasalahan berkaitan selain dengan sosialisasi, KSPPS juga memiliki kendala berkaitan dengan reputasi lembaga. Reputasi KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro masih kalah saing dengan lembaga keuangan lainnya di daerah sekitar. Hal tersebut terbukti dengan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro. Selain itu lokasi yang kurang strategis yang berada jauh dari perkotaan juga mempengaruhi reputasi

¹⁰ Hilda Yunita Sabrie, et all, "Urgensi Eksistensi Lembaga Penjamin Simpanan Terhadap Koperasi Simpan Pinjam", *Halul Oleo Law Review*, 4, 1 (2020): 193.

¹¹ Wawancara Dengan Ibu Suci Tentang Permasalahan Berkaitan Sosialisasi Petugas di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro Pada 2 juni 2025

lembaga KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro. Selain itu, motivasi masyarakat dan anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS tersebut masih minim. Mereka masih ragu untuk menyimpan dana mereka karena khawatir keuntungan dan bagi hasil yang diperoleh dari menyimpan dana kurang menguntungkan.¹²

KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro pada tahun 2022 dan 2023 mengalami perkembangan, saat ini KSPPS Al-kautsar Bina Mandiri Metro memiliki anggota yang dari tahun ke tahun selalu bertambah, sehingga perkembangan dalam lembaga ini cukup dibilang baik dalam pelayanan maupun pengoprasianya. Saat ini bisa terlihat dari data simpanan pokok yang ada pada KSPPS Al-kautsar Bina Mandiri Metro selama kurun waktu tahun 2022-2023 yang tersaji sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Data Jumlah Simpanan Pokok Tahun 2022-2023

No.	Tahun	Jumlah
1	2022	3.400.000
2	2023	3.600.000

Sumber : Data keuangan KSPPS AL-kautsar Bina Mandiri Metro

Tabel diatas menjelaskan bahwa data jumlah simpanan pokok pada tahun 2023 berasal dari 36 anggota yang sudah menjadi anggota tetap yang setiap bulannya wajib membayarkan simpanan pokok sebesar Rp100.000,00 data tersebut juga mengalami kenaikan sebesar 5,88% selama kurun waktu 2 tahun.

¹² Wawancara Dengan Ibu Roza Tentang Permasalahan Berkaitan Reputasi Lembaga KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro Pada 3 Juni 2025

Tabel 1. 2
Data Anggota Non Tetap KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro

No.	Tahun	Tahun
1	2022	139
2	2023	149
	Jumlah	288

Sumber: RAT 2024 KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro

Berdasarkan data pada tabel diatas mengenai jumlah anggota non tetap KSPPS Al-kautsar Bina Mandiri Metro tercatat sebanyak 149 anggota baru pada tahun 2023 yang menggunakan produk simpanan di KSPSS. Tetapi para anggota baru tersebut masih terdapat beberapa anggota yang belum konsisten dalam melakukan simpanan atau belum memiliki komitmen yang kuat untuk mempertahankan status keanggotaannya secara aktif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa motivasi anggota untuk melakukan simpanan masih belum optimal.

Setiap anggota akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan melakukan simpanan seperti sosialisasi dan pemahaman tentang produk tersebut serta kualitas reputasi lembaga KSPPS tersebut. Untuk itu dari sisi KSPPS harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep motivasi anggota dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi anggota di KSPPS benar-benar terlaksana. Indikator motivasi menjadi anggota meliputi ketertarikan, keinginan, dan keyakinan. Ketertarikan

ditunjukan dengan adanya pemuatan perhatian dan perasaan senang. Keinginan ditunjukan dengan adanya dorongan ingin memiliki. Dan keyakinan ditunjukan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Kebaharuan penelitian ini dibandingkan penelitian lain yaitu pembahasan tentang kajian faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi anggota dalam menyimpan dana masih sangat terbatas di wilayah Metro, khususnya pada lembaga berbasis syariah seperti KSPPS ini. Selain itu penelitian ini menggabungkan dua variabel penting, yaitu sosialisasi dan reputasi, sebagai faktor yang memengaruhi motivasi anggota untuk melakukan. Meskipun masing-masing variabel ini telah diteliti secara terpisah dalam konteks pemasaran atau loyalitas, namun sangat jarang dikaji secara bersama-sama dalam konteks simpanan anggota di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

Berdasarkan analisis latar belakang diatas, maka peneliti untuk mengangkat topik pembahasan tentang **“Pengaruh Sosialisasi dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro”**.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini terdapat beberapa masalah yang muncul dalam setiap variabel penelitian berdasarkan temuan peneliti, yaitu

1. Masih terbatasnya jumlah petugas di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro menyebabkan kurang optimalnya sosialisasi yang dilakukan kepada anggota.
2. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan petugas menyebabkan motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS tersebut masih minim. Mereka masih ragu untuk menyimpan dana mereka karena khawatir keuntungan dan bagi hasil yang diperoleh dari menyimpan dana kurang menguntungkan akibat belum memahami produk yang dimiliki KSPPS.
3. Lokasi yang kurang strategis yang berada jauh dari perkotaan mempengaruhi reputasi lembaga KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.
4. Reputasi KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro masih kalah saing dengan lembaga keuangan lainnya di daerah sekitar.

C. Batasan Masalah

Identifikasi masalah yang sudah dijelaskan diatas menjelaskan bahwa untuk menghindari kemungkinan meluasnya masalah yang akan diteliti dan supaya peneliti tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut: penelitian ini mengkaji tentang pengaruh sosialisasi dan reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

D. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan penjelasan latar belakang dari pemilihan judul yang diangkat dalam skripsi ini. Maka perlu adanya perumusan pokok bahasan

mengenai judul yang diangkat untuk menjawab permasalahan yang muncul.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh sosialisasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro?
2. Bagaimana pengaruh reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro?
3. Bagaimana pengaruh sosialisasi dan reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai, dan yang dapat memberikan arah terhadap kegiatan pengumpulan data yang akan dilakukan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian secara umum adalah:

- a. Mengetahui pengaruh sosialisasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.
- b. Mengetahui pengaruh reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.
- c. Mengetahui pengaruh sosialisasi dan reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro dapat digunakan sebagai informasi dan evaluasi dalam rangka untuk melakukan pengelolaan manajemen KSPPS sehingga dapat digunakan sebagai dasar penimbangan dalam peningkatan menarik minat calon anggota untuk melakukan simpanan.
- b. Bagi IAIN Metro diharapkan sebagai pembangun perbendaharaan dalam pengembangan kepustakaan di bidang Lembaga keuangan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai bahan acuan atau referensi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama.

F. Penelitian Relevan

Penelitian ini bukan yang pertama membahas tentang sosialisasi dan reputasi terhadap menyimpan dana. Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan dan sudah terangkum dalam penelitian relevan dibawah ini:

Tabel 1.3
Penelitian Relevan

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Novelty
1.	Penelitian Irma Rahmawati, yang berjudul pengaruh promosi BMT terhadap motivasi melakukan simpanan siswa (studi pada BMT Daarul Qur'an Tebet Jakarta)	Promosi dengan cara pihak BMT DQ memberikan santunan kepada siswa/I yang kurang mampu menjadi faktor utama yang mempengaruhi motivasi siswa untuk menyimpan dana.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas simpanan.	Adapun perbedaannya pada peneliti terdahulu membahas tentang pengaruh promosi BMT terhadap simpanan siswa, sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti adalah pengaruh	Penelitian ini menambahkan kebaruan dengan indikator yang mengkaji tentang sosialisasi dan reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Novelty
	Selatan). ¹³	Jadi Promosi BMT terhadap simpanan siswa berpengaruh positif.		sosialisasi dan reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan.	simpanan di KSPPS.
2.	Penelitian Zainal Habib & Mundhori, yang berjudul Pengaruh strategi pemasaran dan citra Perusahaan terhadap Keputusan nasabah untuk simpanan di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro. ¹⁴	Hasil penelitian bahwa strategi pemasaran dan citra perusahaan terhadap motivasi nasabah untuk simpanan sangat berpengaruh secara positif dan signifikan.	Persamaan antara peneliti terdahulu dengan judul yang akan penulis teliti, yaitu sama-sama membahas tentang simpanan di dalam lembaga KSPPS.	Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh strategi pemasaran, sedangkan yang akan peneliti teliti yaitu pengaruh sosialisasi dalam melakukan simpanan anggota	Studi ini tidak hanya menguji tentang strategi tetapi juga pengaruh dari reputasi perusahaan untuk memotivasi anggota melakukan simpanan di KSPPS.
3.	Penelitian Ahmad Akbar Febrian & Winaika Irawan, yang berjudul Pengaruh Lokasi, Reputasi dan bagi hasil terhadap Keputusan nasabah menabung di BMT UGT Nusantara	Hasil penelitian terkait pengaruh Lokasi, Reputasi dan bagi hasil secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung di BMT UGT Nusantara	Persamaan antara peneliti terdahulu dengan judul yang akan penulis teliti, yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh reputasi	Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh Lokasi dan bagi hasil terhadap Keputusan nasabah menabung, sedangkan yang akan peneliti teliti yaitu pengaruh	Studi ini menganalisis tentang bagaimana sosialisasi dan reputasi dapat memotivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS.

¹³ Irma Rahmawati, "Pengaruh Promosi BMT Terhadap Motivasi Melakukan Simpanan" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008).

¹⁴ Mundhori Zainal Habib, "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Simpanan Di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro," *Journal Of Management And Shariah Business* 1, no. No 1 (2021),143.

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Novelty
	Nusantara Jombang. ¹⁵	Jombang.		sosialisasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan.	

¹⁵ Winaika Irawati Ahmad Akbar Febrian, “Pengaruh Lokasi,Reputasi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BMT UGT Nusantara Jombang,” *Journal Of Business Of Inovation Management* 6, no. 2 (2024),.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Motivasi

1. Theory Planned Behavior

Berdasarkan Theory Planned Behavior Ajzen, TPB berkaitan dengan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. TPB merupakan pengembangan dari Theory Reasoned Action (TRA) yang digunakan dalam perilaku konsumen. Dalam TRA, menerangkan bahwa perilaku hanya dipengaruhi oleh niat, sikap, dan norma-norma subjektif.¹

Theory of planned behavior (TPB) berkofus pada kecenderungan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, melalui kecenderungan atau intention, perusahaan atau vendor dapat melihat faktor-faktor motivasi yang mendasari seseorang untuk melakukan sesuatu. Intention merupakan indikasi seberapa kuat orang mau berusaha untuk mencoba dan berapa besar usaha yang dikeluarkan individu untuk melakukan suatu perilaku dan salah satu bentuk perilaku tersebut adalah word of mouth.²

Tujuan dari Theory of planned behavior menurut Ajzen ada tiga yaitu:

- a. untuk memprediksi dan memahami pengaruh motivasi pada perilaku,
- b. untuk mengidentifikasi strategi dalam mengubah perilaku

¹ Icek Ajzen, The Theory of Planned Behavior, In Organization Behavior and Human Decision Processes, Desember 1991., <https://www.researchgate.net/publication/272790646>.

² Nuri Purwanto et Al, *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Eletronik Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace* (Malang: cv. Literasi Nusantara Abadi, 2022).,4.

- c. serta untuk menjelaskan hampir semua perilaku manusia, seperti mengapa seseorang melakukan word of mouth.

Teori tersebut mampu untuk memprediksi perilaku manusia dengan asumsi bahwa manusia berpikir secara rasional dan sistematis dalam memanfaatkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk terlibat atau tidak terlibat dalam perilaku tertentu.

2. Pengertian Motivasi

Motivasi merupakan dorongan seseorang untuk melaksanakan suatu hal, dorongan tersebut timbul dari dalam diri maupun dari lingkungan tempat tinggal seseorang. Istilah motivasi berasal dari kata latin “*move*re” yang berarti dorongan atau menggerakan.³ Dalam konteks lembaga keuangan syariah seperti koprasim simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS), motivasi melakukan simpanan merupakan dorongan anggota untuk menempatkan dana secara rutin, sukarela, dan berkelanjutan sebagai bentuk partisipasi terhadap lembaga.

³ Muflihin, *Motivasi Kinerja.*,1.

3. Indikator Motivasi

Menurut Martono pada penelitiannya, menyebutkan indikator motif menyimpan dana mencakup:⁴

- a. Keamanan, yaitu tingkat bonafiditas bank, yang dapat memberikan rasa aman terhadap produk simpanan. Indikator motif keamanan mencakup; ketentuan ada atau tidaknya batasan jumlah penarikan.
- b. Pelayanan, yaitu fasilitas yang diberikan oleh bank berupa kemudahankemudahan dalam menyetor maupun menarik atau mengambil simpanan. Indikator motif pelayanan mencakup; tingkat kecepatan pelayanan baik pada saat menyimpan dana maupun mengambil simpanan dana, lokasi bank yang mudah dijangkau baik dengan angkutan umum maupun pribadi.
- c. Ekonomis, yaitu manfaat secara ekonomis yang diberikan oleh bank kepada penyimpan dana. Indikatornya mencakup; tingkat suku bunga yang diberlakukan, periode perhitungan bunga.
- d. Keuntungan, yaitu nilai tambah yang dapat diperoleh oleh penabung sebagai unsur spekulasi. Indikatornya mencakup; hadiah yang kemungkinan bisa diperoleh baik berupa uang maupun barang.

4. Faktor yang mempengaruhi motivasi anggota melakukan simpanan

Beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi anggota untuk melakukan simpanan:

⁴ S. Martono, "Analisis Perilaku Penabung di Bank BRI Cabang Semarang Sebagai Dasar Strategi Pemasaran Produk Tabungan", *Jurnal Dinamika: Ekonomi dan Manajemen*, 11, 2 (2022): 103-104.

Faktor yang mempengaruhi motivasi simpanan adalah sebagai berikut:⁵

a. Faktor Kemudahan

Syarat pembukaan rekeningnya mudah diajukan hanya modal KTP saja dan lokasi BMT sangat strategis serta mudah di akses.

b. Faktor Promosi

Promosinya yaitu dengan cara melakukan sosialisasi ke beberapa tempat saat perkumpulan ibuibu pkk, pengajian untuk memaparkan keunggulan produk simpanan.

c. Faktor Keramahan

Sikap pihak BMT dalam melayani nasabah yaitu dengan sangat ramah dan sopan.

d. Faktor Kepercayaan

Bukti kepercayaan nasabah dalam memilih produk simpanan ialah pihak BMT memberikan slip setiap kali menyimpan dana.

e. Faktor Kualitas Produk

Manfaat menggunakan produk simpanan ialah memperoleh nisbah bagi hasil yang ada di tabungan tersebut.

f. Faktor Religiuitas

Nasabah yang menyimpan dana di BMT rata-rata masyarakat muslim, walau tidak menutup kemungkinan ada juga nasabah non-muslim.

⁵ Sylvina Intan Rahmawati, et al, “Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Si Hasanah Pada BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya”, *Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11, 1 (2023): 505.

g. Faktor Penghasilan

Penghasilan nasabah sangat mempengaruhi perkembangan BMT karena semakin banyak simpanan nasabah akan semakin membantu pihak BMT dalam perputaran modal untuk pembiayaan.

B. Sosialisasi

1. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi secara etimologis berarti usaha agar sesuatu dapat diketahui, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Sosialisasi pada KSPPS merujuk pada proses atau upaya penyebarluasan informasi terkait dengan KSPPS kepada masyarakat menjadi upaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat akan fungsi dari KSPPS itu sendiri.

Sosialisasi didefinisikan sebagai proses karyawan memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk berpartisipasi dan berfungsi secara efektif sebagai anggota organisasi. Dengan demikian, sosialisasi organisasi sangatlah penting karena dapat mempengaruhi sikap, perilaku, dan resistensi karyawan.⁶ Didalam organisasi, sosialisasi diartikan sebagai proses pembelajaran anggota baru tentang nilai-nilai, norma-norma, dan perilaku yang dipersyaratkan bagi keanggotaan organisasi.⁷

⁶ Stefanus Rumangkit, “Pengaruh Sosialisasi Organisasi Pada Komitmen Afektif yang Dimediasi oleh Kesesuaian Nilai”, *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 2, 1, (2016): 35-36.

⁷ Andre A. Hardjana, “Sosialisasi dan Dampak Budaya Organisasi”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7, 1 (2010): 6.

Menurut sosiolog Peter L. Berger dan Thomas Luckman di dalam penelitian Andi, sosialisasi merupakan suatu proses yang membantu individu dalam membentuk realitas sosial dan identitas diri. Proses ini memulai dari masa kanak-kanak dan berlangsung sepanjang hidup, dengan individu terus mengalami pengaruh lingkungan sosial di mana mereka berada.⁸

Berdasarkan definisi diatas dapat di garis bawahi bahwa sosialisasi merupakan proses dimana seseorang individu mempelajari nilai – nilai, norma, dan budaya yang berlaku dalam masyarakat untuk menjadi anggota yang aktif dan berintegritas.

2. Dasar Hukum Sosialisasi dalam Islam

Ayat-ayat Al-Quran yang relevan dengan sosialisasi perusahaan mencakup perintah bekerja, berbisnis, dan membangun hubungan sosial yang baik. Beberapa ayat yang bisa dijadikan referensi antara lain:

وَقُلْ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيَبْيَكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ^{٥٥}

Artinya: *Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan”.*⁹

⁸ Rahmat Muhammad Andi Nurul Annisa Yudha, Sawedi Muhammad, “Proses Sosialisasi dan Pembelajaran Moral Dalam Cerita’Gbaga’: Tinjauan Kritis Melalui Teori Sosialisasi,” *Pendidikan* 13, no. 1 (2025).

⁹ Qs. At-Taubah (9): 105.

Ayat ini menekankan pentingnya bekerja keras untuk mencari nafkah, yang relevan dengan semangat kerja dan produktivitas dalam lingkungan perusahaan.

Selain itu, dalam sosialaisasi islam harus memahami hubungan sosial dan perniagaan yang baik sebagaimana yang dijelaskan dalam ayat berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ يَئِنْكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضِيْنِكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹⁰

Ayat ini menekankan pentingnya membangun hubungan sosial yang baik dan saling menguntungkan dalam perniagaan. Ini relevan dengan etika bisnis dan membangun hubungan yang positif dengan pelanggan, mitra, dan karyawan.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدُوا الْأَمْنَاتِ إِلَى أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya

¹⁰ Qs. An-Nisa (04): 29.

Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.¹¹

Ayat ini menekankan pentingnya menyampaikan amanah dengan benar dan adil, yang dapat diterapkan dalam komunikasi internal dan eksternal perusahaan.

3. Jenis Sosialisasi

Beberapa jenis sosialisasi adalah sebagai berikut:¹²

- a. Sosialisasi primer menunjuk pada suatu proses melalui seorang anak manusia mempelajari atau menerima pengetahuan, sikap, nilai, norma, perilaku esensial dan harapan agar mampu berpartisipasi efektif dalam masyarakat atau menjadi anggota masyarakat.
- b. Sosialisasi sekunder adalah setiap proses selanjutnya yang bebas individu yang telah disosialisasikan itu ke dalam sektor-sektor baru dari dunia objektif masyarakatnya.

Berdasarkan pada uraian sebelumnya, dapat kita simpulkan bahwa sosialisasi memungkinkan orang guna berpartisipasi dalam kepentingan diri mereka sendiri. Selain itu, unsur lingkungan, khususnya interaksi sosial turut berperan dalam proses sosialisasi.

4. Indikator Sosialisasi

Suryana menjelaskan bahwa ada empat indikator penting dalam sosialisasi, yaitu komunikasi, motivasi, fasilitas, dan pendampingan.¹³

¹¹ Qs. An-Nisa (04): 58.

¹² Henni Endayani Eka Susanti, Yumi Jumiati Marsa, “Sosiologi Pendidikan” (Medan: Perdana Publishing, 2022).

a. Komunikasi

Menurut Suryana, adalah proses pertukaran informasi, ide, gagasan, dan instruksi antara berbagai pihak yang terlibat dalam sebuah perusahaan, baik secara formal maupun informal, untuk mencapai tujuan bersama. Ini melibatkan semua lapisan perusahaan, mulai dari manajemen hingga karyawan, serta pemangku kepentingan eksternal seperti pelanggan dan pemegang saham.

b. Motivasi

Motivasi dalam sosialisasi perusahaan, menurut Suryana, adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi, baik itu untuk mencapai tujuan pribadi maupun tujuan perusahaan. Dorongan ini bisa berasal dari keinginan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, atau hubungan dengan rekan kerja, maupun dari keinginan untuk berkontribusi pada kesuksesan perusahaan.

c. Fasilitas

Fasilitas menurut Suryana (sebagai seorang ahli dalam bidang manajemen atau bisnis) umumnya merujuk pada segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan untuk mendukung

¹³ Berliana Megasari dan Andi Heru Susanto, “Pengaruh Sosialisasi dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan UMKM di Rumah BUMN BRI Jakarta”, *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2, 4, (2024): 359.

kegiatan operasional, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi karyawan. Fasilitas perusahaan dapat berupa sarana dan prasarana, tunjangan, pelatihan, hingga dukungan kesehatan mental, dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas, kepuasan kerja, dan daya tarik perusahaan.

d. Pendampingan

Pendampingan sosialisasi perusahaan adalah proses bantuan dan dukungan yang diberikan kepada perusahaan, atau dalam hal ini kepada karyawan atau pihak terkait lainnya, untuk memahami dan mengimplementasikan berbagai aspek sosialisasi. Sosialisasi dalam konteks perusahaan dapat meliputi berbagai hal, seperti sosialisasi produk, program, kebijakan, budaya perusahaan, atau perubahan yang terjadi di perusahaan.

C. Reputasi Lembaga

1. Pengertian Reputasi Lembaga

Reputasi lembaga adalah representasi kolektif dari tindakan masa lalu dan prospek masa depan perusahaan yang menjelaskan bagaimana penyedia sumber daya utama menafsirkan sebuah inisiatif perusahaan dan menilai kemampuannya untuk memberikan hasil yang bernilai.¹⁴

¹⁴ Agus Solikhin dan Tona Aurora Lubis, *Kinerja Perusahaan: Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR*, (Jambi: Salim Media Indonedia, 2019), 25.

Wartick dalam Agus Solikhin dan Tona Aurora Lubis mendefinisikan reputasi lembaga sebagai agregasi persepsi pemangku kepentingan tunggal tentang seberapa baik respons organisasi memenuhi tuntutan dan harapan banyak pemangku kepentingan organisasi.¹⁵ Reputasi lembaga adalah hasil dari kinerja yang konsisten, diperkuat dengan komunikasi yang efektif dan karenanya perlu waktu untuk berkembang.

Afdhal dalam Angga Rizka Lidiawan menjelaskan bahwa reputasi Lembaga adalah asset yang tidak nyata (*intangible asset*). Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih jauh dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dari reputasi, nama perusahaan, jika dikelola dengan baik, akan mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat. Bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen.¹⁶

Reputasi merupakan perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, ataupun pelayanan yang mereka dapatkan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada

¹⁵ Agus Solikhin dan Tona Aurora Lubis, *Kinerja Perusahaan: Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR*, (Jambi: Salim Media Indonesia, 2019), 25.

¹⁶ Angga Rizka Lidiawan dan Nur Laely, *Membangun Reputasi Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan E-Banking*, (Kediri: cv. Kasih Inovasi Teknologi, 2023), 59.

mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka miliki.¹⁷

Weiss dalam Endang Dwi Amperawati berpandangan bahwa reputasi perusahaan adalah pandangan publik atas suatu perusahaan yang dinilai baik atau tidak yang dipandang secara global atas hal-hal seperti keterbukaan, kualitas dan lainnya sehingga dapat dikatakan sebagai pandangan atas gerak langkah perusahaan.¹⁸

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, maka dapat disimpulkan reputasi lembaga adalah cara atau strategi yang dilakukan manajemen dalam menciptakan nilai sebagai pesan dan alat untuk mengungkapkan sifat lembaga sebagai keunggulan bersaing dalam memposisikan perusahaan di antara pesaing.

2. Faktor yang Mempengaruhi Reputasi Lembaga

Faktor yang mempengaruhi reputasi seperti yang dijelaskan dibawah ini:¹⁹

a. Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang penting bagi perusahaan dalam membangun reputasi di mata publiknya. Dengan kata lain bahwa fungsi Public Relation salah satunya adalah membangun fungsi-fungsi manajemen komunikasi antara organisasi yang di

¹⁷ Angga Rizka Lidiawan dan Nur Laely, *Membangun Reputasi Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan E-Banking*, 59-60.

¹⁸ Endang Dwi Amperawati, *Optimalisasi Reputasi Perusahaan Melalui Kinerja Layanan Hotel di Industri Hospitalitas*, (Malang: Selaras Media Kreasindo, 2020), 7.

¹⁹ Azis, Sisnianto, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Reputasi (Studi pada Bank Mandiri Purwokerto)”, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2001), 105.

wakilinya dengan khalayak sasarannya. Sebagaimana yang telah di firmankan Allah SWT didalam surah Thaha ayat 44 sebagai berikut:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيْنًا لَعَلَهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

Artinya: “Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir‘aun) dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut.” (Qs. Thaha: 44)

Dari ayat tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Qaulan Layyina* berarti pebicaraan yang lemah lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan sehingga dapat menyentuh hati, karena siapapun tidak suka mendengar orang yang berbicara kasar.

b. Kepercayaan publik

Identitas dan citra perusahaan terbentuk oleh keseluruhan persepsi dari *stakeholders* yang sudah ada maupun yang potensial, seperti pelanggan, pemasok, karyawan, masyarakat umum, dan pemerintah. Kepercayaan didalam Islam disebut juga dengan amanah (dapat dipercaya). Sebagaimana firman Allah didalam surat an-Nisa' ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدُوا الْأَمْنَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَاٰ وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ إِنَّ
تَحْكُمُوا بِالْعُدْلِ إِنَّ اللَّهَ يُعِظِّمُ كُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat." (Qs. An-Nisa: 58)

Menurut kandungan ayat tersebut, amanah adalah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara atau dikembalikan bila diminta oleh pemiliknya. Lawan kata dari amanah adalah khianat. Kata kepercayaan didalam ayat al-Qur'an, bercampur dengan beberapa ayat yang berhubungan dengan keimanan.

c. Inovasi

Peran produk dalam mendongkrak suatu perusahaan meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan yang meliputi proses, produk, pasar, manajemen dan sebagainya. Didalam Islam sendiri kita sering kali mendengar kata "hijrah", menurut Dr. Arifin, M. Si, hijrah secara tekstual

dimaknai sebagai berpindah. Sedangkan secara kontekstual hijrah dimaknai sebagai sebuah proses pembaruan hidup dalam segala aspek. Jadi, makna hijrah secara kontekstual menurutnya adalah inovasi. Didalam al-Qur'an banyak sekali ayat yang menjelaskan tentang hijrah ini, diantaranya sebagaimana firman Allah SWT pada surah an-Nisa' ayat 100 sebagai berikut:

وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَغَّمًا كَثِيرًا وَسَعَةً وَمَنْ يَخْرُجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكُهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا

Artinya: “Siapa yang berhijrah di jalan Allah niscaya akan mendapatkan di bumi ini tempat hijrah yang banyak dan kelapangan (rezeki dan hidup). Siapa yang keluar dari rumahnya untuk berhijrah karena Allah dan Rasul-Nya, kemudian meninggal (sebelum sampai ke tempat tujuan), sungguh, pahalanya telah ditetapkan di sisi Allah. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Qs. An-Nisa:100)

Implikasi ayat tersebut menjelaskan apabila manusia ingin mendapatkan karunia dari Allah SWT maka harus memiliki sikap mental dan perilaku untuk berinovasi.

3. Indikator Reputasi Lembaga

Walsh, Beatty, dkk. dalam Agus Solikhin dan Tona Aurora Lubis mengukur reputasi lembaga melalui beberapa indikator:²⁰

- Memiliki karyawan yang memperlakukan pelanggan dengan sopan.

²⁰ Agus Solikhin dan Tona Aurora Lubis, *Kinerja Perusahaan: Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR*, (Jambi: Salim Media Indonesia, 2019), 39.

Ciri tersebut bahwa perusahaan atau organisasi memiliki karyawan yang menunjukkan sikap ramah, hormat, dan santun saat berinteraksi dengan pelanggan. Ini mencakup perilaku seperti menyapa pelanggan dengan ramah, berbicara dengan jelas dan sopan, serta merespon pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan sabar dan membantu.

b. Memiliki karyawan yang peduli dengan kebutuhan pelanggan.

Berarti bahwa perusahaan atau organisasi memiliki karyawan yang secara aktif memperhatikan dan berusaha memahami serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Karyawan ini tidak hanya sekedar menjalankan tugas, tetapi juga menunjukkan empati dan perhatian terhadap pelanggan, serta berupaya memberikan solusi yang tepat dan memuaskan.

c. Peduli dengan pelanggannya.

Indikator peduli dengan pelanggan mengacu pada ukuran seberapa baik sebuah bisnis memahami, memenuhi, dan mengatasi kebutuhan serta harapan pelanggan mereka. Ini mencakup berbagai aspek, seperti kualitas produk atau layanan, responsivitas dalam menangani keluhan, komunikasi yang jelas dan efektif, serta pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Tujuan utama dari indikator ini adalah untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendorong rekomendasi positif dari mulut ke mulut

- d. Terlihat seperti perusahaan yang baik untuk bekerja.

Merujuk pada kesan positif yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada calon karyawan, yang dapat menarik mereka untuk melamar dan bergabung. Ini adalah persepsi yang dibentuk berdasarkan berbagai faktor yang mencerminkan budaya kerja, lingkungan kerja, dan peluang pengembangan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

- e. Memperlakukan orang-orang dalam perusahaan dengan baik.

Mengacu pada praktik dan kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa semua karyawan diperlakukan dengan hormat, adil, dan setara. Ini mencakup menciptakan lingkungan kerja yang positif, mendukung, dan inklusif di mana setiap individu merasa dihargai dan memiliki kesempatan untuk berkembang

- f. Memiliki kepemimpinan yang sangat baik.

Berarti bahwa seseorang dinilai memiliki kemampuan yang luar biasa dalam memimpin dan mengarahkan orang lain menuju tujuan bersama. Ini mencakup berbagai aspek seperti kemampuan untuk menginspirasi, memotivasi, berkomunikasi efektif, membuat keputusan yang tepat, serta membangun hubungan yang kuat dengan anggota tim.

- g. Memiliki prospek kuat untuk pertumbuhan lebih lanjut.

Berarti bahwa sektor, bisnis, atau ekonomi yang dinilai memiliki potensi besar untuk berkembang dan menghasilkan peningkatan kinerja di masa depan. Ini mengindikasikan adanya faktor-faktor positif yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan, bukan hanya stagnasi atau penurunan.

h. Cenderung mengungguli pesaing.

berarti suatu entitas (bisa individu, organisasi, atau produk) secara umum memiliki kinerja yang lebih baik atau unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Ini bisa dilihat dari berbagai aspek.

i. Dapat mengenali dan memanfaatkan peluang pasar.

Berarti perusahaan mampu mengidentifikasi potensi kebutuhan atau masalah di pasar yang belum terpenuhi, dan kemudian mampu mengambil tindakan untuk menawarkan solusi yang sesuai dengan memanfaatkan potensi tersebut. Ini mencakup pemahaman tentang tren pasar, perilaku konsumen, dan kemampuan untuk mengadaptasi produk atau layanan untuk memenuhi permintaan yang ada.

4. Manfaat Reputasi Lembaga

Menurut Ardianto dan Sumirat Perusahaan yang mempunyai reputasi positif lebih memungkinkan untuk menarik minat pelamar berkualitas tinggi, membangun pangsa pasar yang luas, menerapkan harga yang

tinggi, dan lebih menarik minat investor. Selain itu reputasi juga bisa berdampak pada beberapa aspek:²¹

- a. Keputusan pemegang saham untuk menahan sahamnya (hold their shares).
- b. Keinginan customer untuk membeli produk dan jasa.
- c. Keinginan supplier untuk membangun kemitraan.
- d. Keinginan pesaing untuk memasuki pasar.
- e. Kontrol dan wewenang terhadap regulasi.
- f. Biaya modal.
- g. Rekrutmen terhadap individu yang berpotensi tinggi.
- h. Motivasi bagi perkerja.
- i. Kecendrungan stakeholder untuk memberikan “hibah” dukungan kepada perusahaan ketika terjadi darurat krisis.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Sebaiknya kerangka berpikir dibuat dalam bentuk diagram atau skema, dengan tujuan untuk mempermudah memahami beberapa variabel data yang akan dipelajari pada tahap selanjutnya.²²

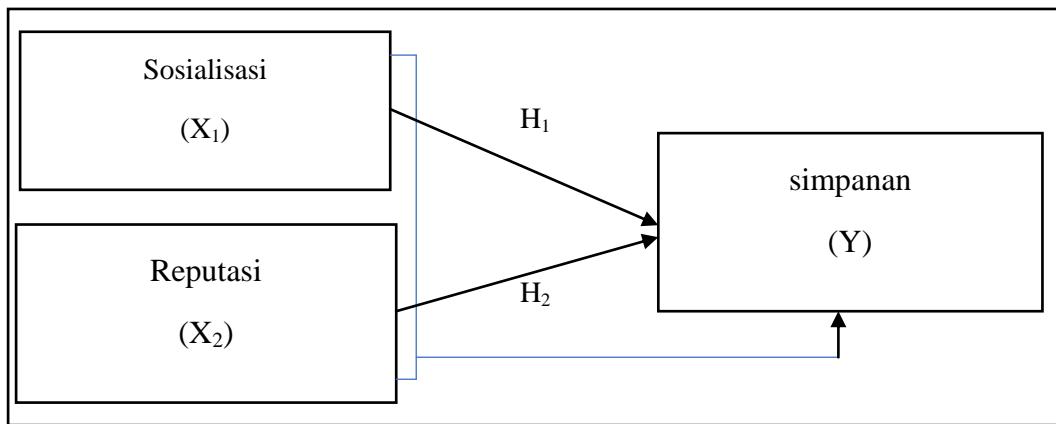
²¹ Aprilian Ahmad Afandi, et al, “Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Periode 2014- 2017)”, *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 7, 1, (2019), 46.

²² Hardani Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif* (Jogjakarta: CV.Pustaka Ilmu Group, 2020).

Kerangka berfikir juga menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain sehingga tujuan dan arah penelitian diketahui dengan jelas.

Berikut dikemukakan kerangka berfikir penelitian dengan judul penelitian diatas.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Keterangan =

→ = Pengaruh masing-masing variabel

H_1 = Pengaruh (X_1) terhadap Y

H_2 = Pengaruh (X_2) terhadap Y

H_3 = Pengaruh (X_1, X_2) terhadap Y

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.²³

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, bisa dipahami bahwa hipotesis penelitian merupakan hasil sementara yang masih harus diuji kebenarannya.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (bandung: ALFABETA,cv, 2019).

Jika hasil tidak sesuai dengan data maka ditolak, sebaliknya jika hasil sesuai maka hasil diterima.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Sosialisasi Terhadap Motivasi Anggota

Menurut sosiologi Peter L. Berger dan Thomas Luckman didalam penelitian Andi , bahwa terdapat pengaruh signifikan sosialisasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bima Harya Putra sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap menabung.²⁴ Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Wiwit Rohaeni Yulianti yang menyatakan bahwa sosialisasi merupakan faktor signifikan dalam membentuk motivasi menabung.²⁵

Dari argumen di atas ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_1 : Sosialisasi berpengaruh positif terhadap motivasi di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

2. Pengaruh Reputasi Terhadap Motivasi Anggota

Menurut Angga Lidiawan dan Nur Laely, bahwa terdapat pengaruh signifikan reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhlis dan Ainur Hasanah reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap

²⁴ Bima Harya Putra, "Pengaruh Sosialisasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa," *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* Vol. 2 No. (2018): 111.

²⁵ Wiwit Rohaeni Yulianti, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosialisasi Orang Tua Terhadap Minat Menabung di Bank Pada Mahasiswa Prodi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika," *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset* Vol.1 No 4 (2023): 99.

minat masyarakat untuk menabung.²⁶ Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Yunia Aulia Rohma, Syamsir Alamsyah Harahap dan Fatihatus Sahliyah yang menyatakan bahwa reputasi koprasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota dalam menggunakan produk simpanan.²⁷

Dari argumen di atas ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_2 : Reputasi berpengaruh positif terhadap motivasi di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

3. Pengaruh Sosialisasi dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota

Menurut Icek Ajzen, bahwa sosialisasi dan reputasi secara simultan berpengaruh positif terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Retno Dwi Setyoningtias yang mana menunjukkan bahwa sosialisasi, persepsi dan citra lembaga berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi menabung. Dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa sosialisasi, persepsi dan citra lembaga dapat meningkatkan motivasi untuk menabung.²⁸

H_3 : Sosialisasi dan Reputasi secara simultan berpengaruh positif terhadap motivasi melakukan simpanan di KSPPS Al-kautsar Bina Mandiri Metro.

²⁶ Muhlis dan Ainur Hasanah, "Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Islam Ulil Albab* Vol. 4, No (2023): 28.

²⁷ Yunia Aulia Rohma et Al, "Pengaruh Mutu Pelayanan, Reputasi Koprasa, Dan Keunggulan Produk Simpanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Kopsyah (Koprasa Syariah) Mui (Mitra Usaha Ideal) Cabang Sekapuk," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)* Vol. 3, No (2024): 679.

²⁸ Retno Dwi Setyoningtias, "Pengaruh Sosialisasi, Persepsi dan Citra Lembaga Terhadap Motivasi Nasabah untuk Menabung di BMT Pahlawan Tulungagung" (Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2018), 102.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Berdasarkan penelitian diatas, penelitian yang akan peneliti laksanakan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dengan sifat penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini peneliti terjun kelapangan menyebarkan angket dan mengambil dokumen data yang menunjang penelitian ini.

Penelitian ini ditunjukan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dengan cara mencari besarnya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: cv ALFABETA, 2013).

B. Definisi Oprasional Variabel

Variabel merupakan suatu karakteristik atau atribut dari suatu individu atau kelompok yang apabila diukur atau diobservasi selalu memiliki variasi atau hasil yang beragam.²

Variabel dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Variabel bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).³ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah “sosialisasi” yang di beri simbol X_1 , dan “reputasi” yang diberi simbol X_2 .

2. Variabel terikat (Variabel Dependent)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah “motivasi” yang diberi simbol Y.

Definisi oprasional variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Definisi Oprasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Sosialisasi (X_1)	sosialisasi merupakan proses dimana seseorang individu mempelajari nilai – nilai, norma, dan budaya yang berlaku dalam masyarakat untuk menjadi anggota yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi Perusahaan. 2. Motivasi dalam sosialisasi perusahaan. 3. Fasilitas. 4. Pendampingan sosialisasi perusahaan.

² Molli Wahyuni, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan SPSS Versi 25* (Yogyakarta: CV.Bintang Surya madani, 2020).

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

⁴ Sugiyono.,39

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
	aktif dan berintegritas.	(Suryana, 2024)
Reputasi (X ₂)	reputasi adalah cara atau strategi yang dilakukan manajemen dalam menciptakan nilai sebagai pesan dan alat untuk mengungkapkan sifat lembaga sebagai keunggulan bersaing dalam memposisikan perusahaan di antara pesaing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki karyawan yang memperlakukan pelanggan dengan sopan 2. Memiliki karyawan yang peduli dengan kebutuhan pelanggan. 3. Peduli dengan pelanggannya. 4. Terlihat seperti perusahaan yang baik untuk bekerja. 5. Memperlakukan orang-orang dalam perusahaan dengan baik. 6. Memiliki kepemimpinan yang sangat baik. 7. Memiliki prospek kuat untuk pertumbuhan lebih lanjut. 8. Cenderung mengungguli pesaing 9. Dapat mengenali dan memanfaatkan peluang pasar. <p>(Walsh dan Beatty, 2019)</p>
Motivasi (Y)	Motivasi adalah dorongan seseorang untuk melaksanakan suatu hal, dorongan tersebut timbul dari dalam diri maupun dari lingkungan tempat tinggal seseorang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan. 2. Pelayanan. 3. Ekonomis. 4. Keuntungan <p>(S. Martono, 2022)</p>

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota yang tercatat dalam kurun waktu dua tahun dari 2022-2023 yang berjumlah 358 anggota.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).⁵

⁵ Sugiyono.,80-81

Rancangan sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, seperti anggota koprasa non tetap, anggota koprasa pada tahun 2022-2023, anggota koprasa yang tidak membayar simpanan pokok setiap bulan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael dalam pengambilan sampel dengan tingkat kesalahan 10% sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

s = jumlah sampel

λ dengan $dk = 1$, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%

$P = Q = 0,5$

$d = 0,5$

N = jumlah populasi

$$s = \frac{2,706 \cdot 358 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2 (358 - 1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = \frac{242,187}{4,2465} = 57,03$$

Jumlah sampel berdasarkan rumus adalah 57,03 yang di bulatkan menjadi 57. jadi, besarnya sampel yang diperlukan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah 57 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.⁶

Data primer penelitian ini dikumpulkan melalui penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada anggota di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan *skala likert* dengan rentan skor 1-5.

Adapun daftar pertanyaan dalam angket yang diberikan kepada responden adalah sejumlah 34 item yaitu dengan memberikan tanda (✓) pada alternatif jawaban yang dianggap sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*, 142

Tabel 3. 2
Skala Pengukuran Likert

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu – Ragu/Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁷

1. Rancangan Kisi-kisi Penelitian

Rancangan kisi-kisi penelitian tentang pengaruh sosialisasi dan Reputasi terhadap motivasi anggota untuk menyimpan dana di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

Tabel 3. 3
Rancangan Kisi-kisi Instrumen

NO	Variabel	Indikator	No Item	Sumber
1	Sosialisasi (X ₁)	1. Komunikasi Perusahaan. 2. Motivasi dalam sosialisasi perusahaan. 3. Fasilitas. 4. Pendampingan sosialisasi perusahaan.	1-2 3-4 5-6 7-8	(Suryana, 2024)

⁷ Sugiyono.,1021

NO	Variabel	Indikator	No Item	Sumber
2	Reputasi (X ₂)	1. Memiliki karyawan yang memperlakukan pelanggan dengan sopan 2. Memiliki karyawan yang peduli dengan kebutuhan pelanggan. 3. Peduli dengan pelanggannya. 4. Terlihat seperti perusahaan yang baik untuk bekerja. 5. Memperlakukan orang-orang dalam perusahaan dengan baik. 6. Memiliki kepemimpinan yang sangat baik. 7. Memiliki prospek kuat untuk pertumbuhan lebih lanjut. 8. Cenderung menggungguli pesaing 9. Dapat mengenali dan memanfaatkan peluang pasar.	9-10 11-12 13-14 15-16 17-18 19-20 21-22 23-24 25-26	(Walsh dan Beatty, 2019)
3	Motivasi (Y)	1. Keamanan. 2. Pelayanan. 3. Ekonomis. 4. Keuntungan	27-28 29-30 31-32 33-34	(S. Martono, 2022)

2. Pengujian Instrumen

Pengujian instrument penelitian meliputi dua hal, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Instrumen penelitian terlebih dahulu dilakukan uji coba (*Pilot Test*) terhadap sejumlah responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono di kutip oleh Agus, Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Intrumen

dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur.⁸ Uji validitas adalah sebuah data yang kebenarannya bisa diyakini sesuai dengan kenyataan. Uji validitas dipergunakan dalam melakukan pengukuran sah ataupun valid Tindakan suatu kuesioner. Kriteria dalam penilaian yaitu jika $r_{hitung} > r_{table}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka bisa dikatakan item kuisioner tersebut valid, dan jika $r_{hitung} < r_{table}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut tidak valid.⁹

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran suatu instrument. Apabila instrument yang digunakan reliabel (dapat dipercaya), maka akan menghasilkan data yang konsisten, meskipun digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Kriteria utama untuk mengukur reliabilitas adalah nilai *Cronbach's Alpha*. Jika hasil pengujian menunjukkan alpha lebih besar dari 0,6.¹⁰ Maka instrument dikatakan reliabel. Untuk menentukan reliabilitas instrument, yaitu dengan rumus sebagai berikut:¹¹

⁸ Agus Tribasuki, *Analisis Statistic Dengan SPSS* (Sleman: Danisa Media, 2015).

⁹ Slamet Widodo et Al, *Buku Ajar Metode Penelitian* (Pangkal Pinang: CV. Science Techno Direct, 2023), 53.

¹⁰ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 188.

¹¹ Maman Abdurahman et Al, *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: cv.Pustaka Setia, 2014).

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Koefisien reliabilitas instrument

K : Jumlah butir item

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir skor item

σ_t^2 : Varian total

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna untuk solusi suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian. Analisis data bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu data agar lebih mudah dipahami, selanjutnya dibuat sebuah kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel, biasanya ini dibuat berdasarkan pendugaan dan pengujian hipotesis.¹²

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan pada model regresi dapat diterima secara ekonometrika. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.¹³

a. Uji Normalitas

¹² Ismail Nurdin Dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 203

¹³ Hartati., 205

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan Kolmogorow-Smirnov.

Kriteria pengambilan Keputusan dengan pendekatan Kolmogorow-Smirnov adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan > 0.05 maka distribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi < 0.05 maka distribusi tidak normal.¹⁴

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali di kutip oleh Mintarti. Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dalam model-model regresi. Jika variabel-variabel yang menjelaskan berkorelasi satu sama lain, maka akan sangat sulit untuk memisahkan pengaruhnya masing-masing dan untuk mendapatkan penaksir yang baik bagi koefisien-koefisien regresi. Ada tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi linier berganda yang diajukan, dapat dideteksi dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*). Pada

¹⁴ Eti Rochaety Dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS Edisi 2* (Bogor: Mitra Wacana Media, 2019).

umumnya, jika $VIF \geq 10$ atau toleransi (*Tolerance*) $\leq 0,10$ maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas.¹⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali di kutip oleh Mutmainah. Uji *Heteroskedastisitas* artinya tidak boleh terjadi korelasi antara variabel pengganggu atau variabel sisa dengan masing-masing variabel-variabel independen. Untuk menentukan apakah pada suatu model penelitian terjadi *Heteroskedastisitas* dapat dilakukan uji dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat dengan variabel bebas.

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi *heteroskedastisitas*.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, dan serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*.¹⁶

2. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi liner berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam analisis ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh dari sosialisasi dan reputasi (variabel

¹⁵ Mintarti Indartini Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif* (Klaten: Lakeisha, 2019).

¹⁶ Mutmainah.,24

independen) terhadap motivasi (variabel dependen) di KSPPS Al-kautsar Bina Mandiri Metro. Berikut persamaan regresi tersebut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y	= Motivasi
β_0	= Konstanta (constant)
β_1	= Koefisien Regresi variabel sosialisasi
β_2	= Koefisien Regresi variabel reputasi
X_1	= sosialisasi
X_2	= reputasi
e	= eror ¹⁷

b. Uji T (parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara individu (parsial). Dengan menggunakan bantuan computer program SPSS. Berikut kriteria dalam pengambilan Keputusan untuk menguji hipotesis yaitu menggunakan statistik t pada penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk memahami apakah semua variabel independent atau bebas yang dimaksud dalam model mempunyai

¹⁷ Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022), 73.

pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Sebagai berikut kriteria dalam penilaian uji F:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.¹⁸

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang diukur dalam bentuk presentase. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Semakin tinggi presentasenya, semakin besar peran variabel – variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Sisa presentasenya menunjukkan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti. Sebaliknya, semakin rendah presentasenya, maka semakin kecil kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁹

¹⁸ *Ibid*, 77-78 .

¹⁹ Resista Vikaliana et Al, *Ragam Penelitian Dengan SPSS* (Penerbit Tahta Media Group, 2022), 39.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat KSPPS Al-kautsar Bina Mandiri Metro

Dengan rasa kebersamaan, sifat gotong royong dan keinginan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat serta mengentaskan masyarakat dari “lintah darat” tertanam kuat pada segenap insan KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri sejak awal pendiriannya.

Melalui pemikiran dan semangat yang kuat sehingga dibentuklah KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri melalui rapat pendirian dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Shafar 1438 Hijriah atau tanggal 1 November 2016, pendirian ini dikukuhkan dalam Akta Notaris: MGS Edy Putra, SH No. 09 tanggal 30 November 2016 dan rekomendasi dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) melalui SK No. 002830/BH/M.KUKM.2/XII/2016 tanggal 12 Desember 2016.

KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri hadir, tumbuh dan berkembang sebagai Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan pola Syariah yang memadukan profesionalisme usaha dengan nilai-nilai Syariah Islami, sehingga ini menjadi landasan dalam kegiatan operasionalnya. Hal inilah yang menjadi salah satu kelebihan dari KSPPS Al Kautsar

Bina Mandiri dalam kontribusi mengembangkan Koperasi Syariah di Indonesia.

b. Visi dan Misi KSPPS Al-kautsar Bina Mandiri Metro

1) Visi

Menjadi Barometer Koperasi Syariah Di Indonesia.

2) Misi

a) Menjunjung tinggi nilai-nilai syariah.

b) Mewujudkan pertumbuhan dan SHU secara berkesinambungan.

c) Menghimpun simpanan anggota dan penyaluran pembiayaan pada Usaha Kecil dan Menengah.

d) Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan produktivitas kerja tinggi.

c. Profil KSPPS Al-kautsar Bina Mandiri Metro

1) Nama Lembaga : Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Al Kautsar Bina Mandiri.

2) Nama Singkat : KSPPS ALKA

3) Arti Nama : Dengan Nikmat Yang Banyak Bersama Sama Saling Membina Dalam Pergerakan Ekonomi Syariah

4) Nomor Badan Hukum : 002830/BH/M.KUKM.2/XII/2016

5) Tanggal Badan Hukum : 12 Desember 2016

6) Alamat

Kantor Pusat : Jl. Pala No.101 Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung (34112); Telp. 08526932 6622

Kantor Cabang : Jl. Gatot Subroto No.23 Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro, Lampung (34111)

7) Logo:



Arti Logo:

Merupakan singkatan dari Al Kautsar Bina Mandiri dengan penyebutan “ALKA” agar lebih mudah diingat dan dilafazkan.

Garis bawah pada nama logo:

Menggambarkan sikap Tegas, Integritas dan Profesional pada KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri dalam menjalankan usaha, sehingga terus tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Warna Hijau pada logo:

Menggambarkan nuansa Islami dan kekuatan dalam menjalankan bisnis syariah.

Warna Hitam pada bingkai logo:

Menggambarkan komitmen dalam menjalankan kegiatan usaha sesuai Syariah Islam.

8) Pengurus

Ketua Pengurus	:	Hi. Rafiq Kautsar, S.Kom
Sekretaris	:	Agung Septario, S.T.
Bendahara	:	Sumardi

9) Badan Pengawas

Ketua	:	Hi. Johannes Syah, S.P.
Anggota	:	Suprapto
Anggota	:	Nasifah

10) Dewan Pengawas Syariah

Ketua	:	Surisno, S.H., M.H.
Anggota	:	Indri Apriyani

11) Manager

General Manager	:	Roza Herlinda, S.Kom
-----------------	---	----------------------

12) Karyawan

Kabag Oprasional	:	2 Orang
Bagian Umum	:	1 Orang
Accounting	:	1 Orang
Account Officer (AO)	:	5 Orang
Custumer Service	:	3 Orang
Teller	:	3 Orang

d. Cara Kerja Karyawan KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri

Cara kerja staf atau karyawan KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri dilakukan sesuai dengan divisi dan tugas yang sudah ditetapkan, meskipun begitu mereka saling berkaitan dan bekerjasama satu sama lain. Seluruh staf bersikap trasnparan dan lugas dalam memberikan informasi tentang produk-produk KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri kepada anggota/calon anggota serta sistem dan tata cara dalam bertransaksi.

Kemudian dalam melayani setiap anggota yang akan melakukan pemberian KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri memberikan penilaian yang akurat dalam menganalisa anggota, serta memberikan rasa aman terhadap barang agunan yang dijaminkan. Selain itu KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri melakukan pembelian barang yang dibutuhkan anggota sesuai anggaran dan pemberian yang disetujui demi untuk menjaga syar'i dalam bertransaksi jual beli dan menghindari riba, kemudian AO juga akan melakukan monitoring kepada anggota demi menjaga kerjasama dan silaturahmi.

e. Produk-produk KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro

- 1) Simpanan ALKA
- 2) Simpanan ALKA Junior
- 3) Simpanan Umroh
- 4) Simpanan Berjangka ALKA

- 5) Simpanan Qurban ALKA
- 6) Simpanan Raya ALKA
- 7) Pembiayaan Murabahah
- 8) Pembiayaan Mudharabah
- 9) Pembiayaan *Ijarah*

2. Klasifikasi Responden

Penelitian ini dilakukan dengan mengetahui latar belakang responden terlebih dahulu, adapun klasifikasi responden meliputi: Umur dan Alamat, yaitu sebagai berikut;

- a. Klasifikasi berdasarkan Umur

Tabel 4.1

Klasifikasi Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
25 - 30 Tahun	28	49,1%
31 - 45 Tahun	21	36,8%
46 >	8	14%
Total	57	100%

Sumber data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.1 di atas klasifikasi berdasarkan umur responden dapat dilihat persentasenya, paling tinggi yaitu umur 25 – 30 tahun dan paling rendah responden dengan umur lebih dari 46 tahun.

b. Klasifikasi berdasarkan Alamat

Tabel 4.2

Klasifikasi Alamat Responden

Alamat	Jumlah	Presentase
Metro Pusat	20	35,1%
Metro Barat	6	10,5%
Metro Timur	23	40,4%
Metro Utara	4	7%
Metro Selatan	4	7%
Total	57	100%

Sumber data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.2 di atas klasifikasi berdasarkan alamat responden dapat dilihat presentasenya, paling tinggi yaitu responden pada daerah Metro Pusat dan paling rendah responden pada daerah Metro Utara dan Metro Selatan.

3. Pilot Test

Pilot Test digunakan untuk menguji reliabilitas dan validitas instrumen penelitian, sebelum disebarluaskan pada responden sesungguhnya. Pada uji pilot ini kuesioner disebarluaskan kepada 30 orang responden. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas:

a. Uji Validitas *Pilot Test*

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} sebagai berikut:¹

jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} maka item valid

jika nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} maka item tidak valid

¹ Slamet Widodo et Al, *Buku Ajar Metode Penelitian* (Pangkal Pinang: CV. Science Techno Direct, 2023),53.

Nilai r_{tabel} dengan $N=30$ (responden *pilot*) pada signifikan 5% (0,05) yaitu 0,361. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, akan dilakukan terlebih dahulu dengan menggunakan program SPSS versi 26 adapun hasil outputnya sebagai berikut:

Tabel 4.3
Uji Validitas Sosialisasi *Pilot Test* (X_1)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Kesimpulan
Soal 1	0,734	0,361	0,000	Valid
Soal 2	0,855	0,361	0,000	Valid
Soal 3	0,798	0,361	0,000	Valid
Soal 4	0,859	0,361	0,000	Valid
Soal 5	0,713	0,361	0,000	Valid
Soal 6	0,731	0,361	0,000	Valid
Soal 7	0,794	0,361	0,000	Valid
Soal 8	0,725	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa, secara keseluruhan item pernyataan variabel X_1 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari hasil r_{tabel} sebesar 0,361.

Tabel 4.4
Uji Validitas Reputasi (X₂)

Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Nilai Sig.	Kesimpulan
Soal 1	0,761	0,361	0,000	Valid
Soal 2	0,790	0,361	0,000	Valid
Soal 3	0,796	0,361	0,000	Valid
Soal 4	0,769	0,361	0,000	Valid
Soal 5	0,656	0,361	0,000	Valid
Soal 6	0,823	0,361	0,000	Valid
Soal 7	0,772	0,361	0,000	Valid
Soal 8	0,775	0,361	0,000	Valid
Soal 9	0,685	0,361	0,000	Valid
Soal 10	0,779	0,361	0,000	Valid
Soal 11	0,749	0,361	0,000	Valid
Soal 12	0,884	0,361	0,000	Valid
Soal 13	0,699	0,361	0,000	Valid
Soal 14	0,727	0,361	0,000	Valid
Soal 15	0,793	0,361	0,000	Valid
Soal 16	0,820	0,361	0,000	Valid
Soal 17	0,698	0,361	0,000	Valid
Soal 18	0,885	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa, secara keseluruhan item pernyataan varibel X₂, dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari hasil r_{tabel} sebesar 0,361.

Tabel 4.5
Uji Validitas Motivasi (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Kesimpulan
Soal 1	0,854	0,361	0,000	Valid
Soal 2	0,897	0,361	0,000	Valid
Soal 3	0,824	0,361	0,000	Valid
Soal 4	0,932	0,361	0,000	Valid
Soal 5	0,898	0,361	0,000	Valid
Soal 6	0,901	0,361	0,000	Valid
Soal 7	0,822	0,361	0,000	Valid
Soal 8	0,801	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa, secara keseluruhan item pernyataan varibel Y, dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari hasil r_{tabel} sebesar 0,361.

b. Uji Reliabilitas *Pilot Test*

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukurnya diulang. Dalam hal ini uji reliabilitas yang digunakan dengan metode Cronbach's Alpha. Dengan kriteria bahwa tingkat alpha hitung lebih besar dari koefisien Cronbach Alpha sebesar 0,60 maka data yang di ujikan memiliki tingkat reliabel yang baik.² Adapun pengukuran tingkat Alpha dilakukan dengan

² Mundir, *Metode Kualitatif Dan Kuantitatif* (Jember: STAIN Jember Press, 2013).,188.

menggunakan program SPSS versi 26. Hasil output nya sebagai berikut:

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria
Sosialisasi	0,902	Reliable
Reputasi	0,959	Reliable
Simpanan	0,951	Reliable

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.6 menyatakan bahwa semua variable dinyatakan reliable, dapat dilihat pada nilai koefisien alpha variable Sosialisasi, Reputasi, dan Motivasi lebih besar dari 0,60 dapat dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel dikarenakan semua nilai $> 0,60$.

4. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 57 responden, setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan peneliti. Kuesioner dibagi menjadi 3 variabel yaitu Sosialisasi (X_1) dengan 8 pertanyaan, Reputasi (X_2) dengan 18 pertanyaan, dan Motivasi (Y) dengan 8 pertanyaan.

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas data bisa dilihat dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. “Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:³

- a) Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- b) Jika Asymp. Sig. (2 – tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.”

Tabel 4.7
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63125549
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.068
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

³ Slamet Widodo et al, *Buku Ajar Metode Penelitian.*,54.

Dilihat dari tabel 4.7 diatas bahwa nilai $N = 57$ yaitu jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 57 orang, nilai Kolmogorov-smirnov pada baris *Asymp. Sig. (2.Tailed)* menunjukan angka $0,200 > 0,05$ atau dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen), jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal yang artinya variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Cara mendektesi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi, sebagai berikut:⁴

- a) Memiliki nilai $VIF \leq 10$
- b) Memiliki nilai $TOLERANCE \geq 0,10$

Tabel 4.8
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Sig.	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
.597		
.002	.575	1.738
.000	.575	1.738
a. Dependent Variable: Motivasi		

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

⁴ Mintarti Indartini dan Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Korelasi, Dan Regresi Linier Berganda* (Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2024), 20.

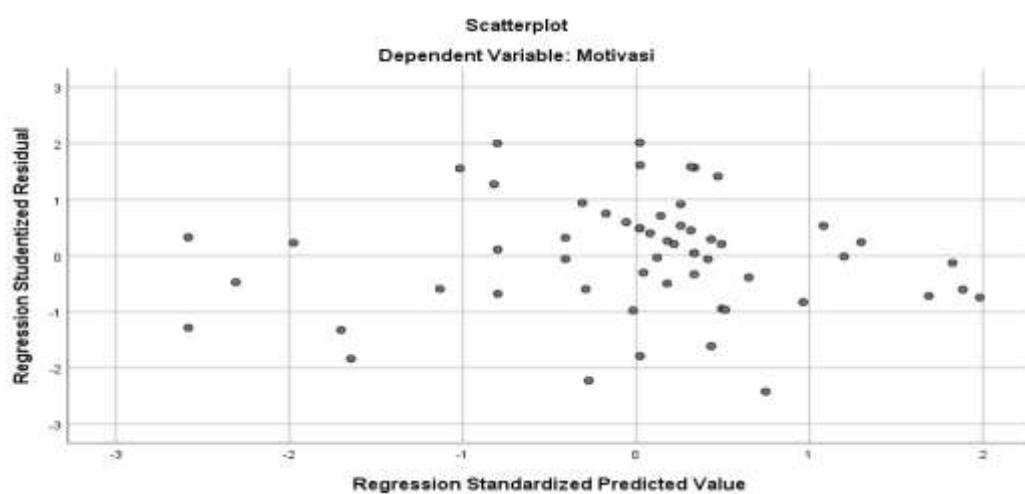
Berdasar tabel 4.8 diperoleh nilai VIP variabel sosialisasi (X_1) dan variabel reputasi (X_2) adalah $1,738 < 10$ dan nilai tolerance value $0,575 > 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa pada data ini tidak terdapat gejala multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (Nilai Prediksi) dengan SRESID (Nilai Residualnya).⁵ Dalam penelitian ini hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada table berikut:

Gambar 4.1

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

⁵ *Ibid.*,24.

Berdasarkan gambar diatas menunjukan bahwa grafik scatter plot memiliki titik-titik tidak teratur dan menyebar diatas maaupun dibawah 0 pada sumbu Y, Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada penelitian ini.

b. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁶ Dalam penelitian ini, tujuannya untuk melihat apakah ada pengaruh dari sosialisasi dan reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

Tabel 4.9
Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.726	3.242		.532	.597
	Sosialisasi	.358	.112	.334	3.189	.002
	Reputasi	.287	.054	.554	5.295	.000

a. Dependent Variable: Motivasi

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

⁶Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022).,73.

$$\hat{Y} = 1,726 + 0,358 X_1 + 0,287 X_2 + 3,242$$

Keterangan:

β_0 = Konstanta

X_1 = Sosialisasi

X_2 = Reputasi

Y = Motivasi

e = eror

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan, sebagai berikut:

- a) Konstanta (α) Nilai konstanta dalam regresi ini ialah sebesar 1,726 bernilai positif yang berarti bahwa jika variabel Sosialisasi dan Reputasi tidak terjadi perubahan (X_1 dan X_2 bernilai 0), maka nilai variabel pada Motivasi adalah sebesar 1,726.
- b) Sosialisasi (X_1) terhadap Simpanan Koefisien regresi pada variabel Sosialisasi sebesar 0,358 atau sebesar 35,8%. Maka artinya setiap kenaikan Sosialisasi 1% maka akan menaikan Motivasi sebesar 0,358 atau 35,8% dengan asumsi variabel lain tetap
- c) Reputasi (X_2) terhadap Simpanan Koefisiaen regresi pada variabel Reputasi sebesar 0,287 atau sebesar 28,7%. Maka artinya setiap Reputasi 1% maka akan menaikan Motivasi sebesar 0,287 atau 28,7% dengan asumsi variabel lain tetap.

2) Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel Sosialisasi, dan Reputasi terhadap Motivasi. Untuk mengetahui hasil tersebut bisa melalui dua alternatif yaitu dengan

membandingkan antara nilai signifikansi $< 0,05$ serta dengan cara membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat diartikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial (Individu).⁷

Tabel 4.10

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.726	3.242		.532	.597
	Sosialisasi	.358	.112	.334	3.189	.002
	Reputasi	.287	.054	.554	5.295	.000

a. Dependent Variable: Motivasi

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

$$\begin{aligned}
 df &= n-2 \\
 &= 57-2 \\
 &= 55 \\
 &= 2.00404
 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa:

- Pada variabel sosialisasi (X_1) hasil dari nilai $t_{hitung} 3,189 > t_{tabel} (2,004)$ dan dengan nilai signifikansi (0,002) $< 0,05$. Maka H_1 diterima sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi.
- Pada variabel reputasi (X_2) hasil dari nilai $t_{hitung} 5,295 > t_{tabel} (2,004)$ dan dengan nilai signifikansi (0,000) $< 0,05$. Maka

⁷ Ibid., 79.

H_2 diterima sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi.

3) Uji f (simultan)

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada atau tidak pengaruh suatu variabel terikat terhadap variabel bebas secara simultan. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan signifikan atau berpengaruh, dan dikatakan signifikan apabila nilai signifikan variabel $> 0,05$.⁸

Tabel 4.11

Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	751.266	2	375.633	52.317	.000 ^b
	Residual	387.716	54	7.180		
	Total	1138.982	56			

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

F_{tabel} yaitu menggunakan rumus sebagai berikut:

df 1 = k-1 = 3-1 = 2	df 2 = n-k = 57-3 = 54
Jadi $F_{tabel} = 3,17$	

Dari tabel 4.11 uji signifikansi (Uji F) diatas diketahui memiliki nilai sig 0,000 dengan taraf signifikansi 0,5 dari hasil tersebut

⁸ *Ibid.*, 78.

dapat disimpulkan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($52,317 > 3,17$) sehingga H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa sosialisasi dan reputasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap motivasi.

4) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisian determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen.⁹

Tabel 4.12

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.660	.647	2.67954
a. Predictors: (Constant), Reputasi, Sosialisasi				

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Dari tabel 4.12 Uji koefisien determinasi bahwa nilai R^2 0,660, dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel independen (X) terhadap dependen (Y) sebesar 66% sedangkan sisanya 34% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk variabel yang di teliti dalam penelitian ini.

⁹ Al, *Ragam Penelitian Dengan SPSS*.

B. Pembahasan

Setelah dilakukan pengujian statistic baik secara parsial (individu) dengan menggunakan uji t maupun secara simultan (bersama-sama) dengan menggunakan uji F, maka analisis lebih lanjut dari hasil analisis regresi adalah:

1. Pengaruh Sosialisasi Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa sosialisasi berpengaruh positif terhadap motivasi. Dimana, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga H1 diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikansi sosialisasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

Menurut sosiolog Peter L. Berger dan Thomas Luckman di dalam penelitian Andi, sosialisasi merupakan suatu proses yang membantu individu dalam membentuk realitas sosial dan identitas diri.¹⁰

Sosialisasi yang muncul dalam diri anggota dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu intrinsik dan ekstrinsik. Sosialisasi intrinsik pada anggota KSPPS merujuk pada kesadaran diri sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian Peter L.Berger dan Thomas Luckman yang mana sosialisasi dipahami sebagai proses internalisasi nilai dan pengetahuan yang membentuk cara pandang serta perilaku individu dalam realitas sosialnya. Dalam konteks KSPPS, proses sosialisasi melalui

¹⁰ Andi Nurul Annisa Yudha, Sawedi Muhammad, "Proses Sosialisasi Dan Pembelajaran Moral Dalam Cerita'Gbaga':Tinjauan Kritis Melalui Teori Sosialisasi.",*Pendidikan* 13, no. 1 (2025).

penyampaian informasi produk, edukasi keuangan syariah, dan interaksi antara pengurus dan anggota berperan dalam membentuk pemahaman serta identitas anggota sebagai bagian dari lembaga keuangan syariah. Ketika nilai-nilai mengenai pentingnya menabung, manfaat simpanan, dan kepercayaan terhadap lembaga diinternalisasi oleh anggota, maka motivasi mereka untuk melakukan simpanan meningkat. Dengan demikian, teori Berger dan Luckmann memberikan dasar bahwa semakin efektif proses sosialisasi, semakin kuat pula konstruksi realitas dan identitas yang mendorong perilaku anggota dalam melakukan di KSPPS.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuriana yang berjudul “ Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Koprasi Bakhti Huria Syariah Kota Palopo”, yang menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk koprasi. Yang mana dalam penelitian tersebut sosialisasi merupakan hal yang penting karna itu salah satu cara supaya lembaga maupun produk-produk yang ada di koprasi tersebut dapat berkembang.

2. Pengaruh Reputasi Terhadap Motivasi Anggota untuk Melakukan Simpanan

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh positif terhadap motivasi. Dimana, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga H_1 diterima yang berarti ada pengaruh

positif dan signifikansi reputasi terhadap motivasi anggota untuk melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

Reputasi merupakan perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, ataupun pelayanan yang mereka dapatkan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka miliki.¹¹

Dalam konteks KSPPS, reputasi tercermin melalui kejujuran lembaga, transparansi pengelolaan dana, kualitas pelayanan, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah. Reputasi yang positif berperan penting dalam memengaruhi motivasi anggota untuk melakukan simpanan. Ketika anggota menilai KSPPS sebagai lembaga yang amanah dan terpercaya, rasa aman dan keyakinan untuk menyimpan dana akan meningkat. Kepercayaan ini mendorong anggota untuk membuka simpanan, meningkatkan nominal simpanan, atau mempertahankan kebiasaan menabung. Dengan demikian, reputasi menjadi faktor penting yang mampu memperkuat motivasi anggota dalam melakukan simpanan di KSPPS.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Puspita Dewi yang berjudul “Pengaruh Reputasi, Keramahan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Untuk

¹¹ Angga Rizka Lidiawan dan Nur Laely, *Membangun Reputasi Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan E-Banking* (Kediri: cv. Kasih Inovasi Teknologi, 2023).,59.

Menabung Di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek". Yang menyatakan bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat anggota untuk menabung. Yang mana dalam penelitian tersebut reputasi adalah kepercayaan anggota terhadap lembaga , ketika reputasi berjalan dengan baik maka mulai banyak masyarakat yang akan berdatangan untuk menabung, nama baik lembaga juga akan dikenal luas karena anggota yang menabung terus meningkat dan akan disegani oleh lembaga keuangan lain.

3. Pengaruh Sosialisasi dan Reputasi Secara Simultan Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan

Hasil dalam penelitian ini menunjukan bahwa kedua variabel bebas yaitu Sosialisasi dan Reputasi berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu Motivasi. Dikatakan berpengaruh secara silmutan karena pengaruh gabungan dari semua variabel tersebut secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hal ini juga dibuktikan dengan hasil uji f_{hitung} sebesar 52,317 dengan nilai f_{tabel} sebesar 3,17 yang artinya $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Makah hal ini menunjukan bahwa variabel Sosialisasi (X_1), dan Reputasi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Motivasi (Y).

Berdasarkan Theory Planned Behavior Ajzen, TPB berkaitan dengan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. TPB merupakan pengembangan dari Theory Reasoned Action (TRA) yang digunakan dalam perilaku konsumen. Dalam TRA, menerangkan bahwa

perilaku hanya dipengaruhi oleh niat, sikap, dan norma-norma subjektif.¹²

Theory of planned behavior (TPB) berkofus pada kecenderungan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, melalui kecenderungan atau intention, perusahaan atau vendor dapat melihat faktor-faktor motivasi yang mendasari seseorang untuk melakukan sesuatu. Intention merupakan indikasi seberapa kuat orang mau berusaha untuk mencoba dan berapa besar usaha yang dikeluarkan individu untuk melakukan suatu perilaku dan salah satu bentuk perilaku tersebut adalah word of mouth.¹³

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Retno Dwi Setyoningtias yang mana menunjukkan bahwa sosialisasi, persepsi dan citra lembaga berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi menabung. Dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa sosialisasi, persepsi dan citra lembaga dapat meningkatkan motivasi untuk menabung.¹⁴

¹² Ajzen, “The Theory of Planned Behavior, In Organization Behavior and Human Decision Processes.”

¹³ Al, *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronik Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace*.

¹⁴ Setyoningtias, “Pengaruh Sosialisasi, Persepsi dan Citra Lembaga Terhadap Motivasi Nasabah Untuk Menabung di BMT Pahlawan Tulungagung.”

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Sosialisasi, dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota untuk Melakukan Simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro:

1. Secara parsial ditemukan bahwa variabel sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.
2. Secara parsial ditemukan bahwa variabel reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.
3. Sosialisasi, dan Reputasi berpengaruh secara simultan atau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi.

B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi akademik

Untuk bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi tentang sosialisasi, dan reputasi serta motivasi untuk melakukan simpanan.

2. Bagi lembaga

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bertambahnya sosialisasi dari pihak KSPPS kepada masyarakat sekitar terkait produk-produk yang dimiliki. Dimana dengan diadakannya sosialisasi tersebut akan memberi

perubahan yang lebih positif lagi terhadap persepsi masyarakat terhadap KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri dengan demikian juga akan membawa dampak positif pada reputasi KSPPS.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Dalam penelitian ini tentu saja masih mengalami banyak sekali kekurangan, karena adanya keterbatasan dari peneliti, sehingga peneliti berikutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Solikhin dan Tona Aurora Lubis, Kinerja Perusahaan: Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR, (Jambi: Salim Media Indonedia, 2019)
- Agus Tribasuki, Analisis Statistic Dengan SPSS (Sleman: Danisa Media, 2015).
- Amima Oktarina Nony Afrianty, Desi Isnaini, “Lembaga Keuangan Syariah” (Bengkulu: CV.Zigie Utama, 2020).
- Andre A. Hardjana, “Sosialisasi dan Dampak Budaya Organisasi”, Jurnal Ilmu Komunikasi, 7, 1 (2010)
- Angga Rizka Lidiawan dan Nur Laely, Membangun Reputasi Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan E-Banking, (Kediri: CV. Kasih Inovasi Teknologi, 2023)
- Aprilian Ahmad Afandi, et al, “Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Periode 2014- 2017)”, Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah, 7, 1, (2019)
- Asep Yudistira Saputra, “Sistem Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah BMT AT-TAQWA Berbasis Web”, OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer dan Science, 2, 5, (2023)
- Azis, Sisnianto, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Reputasi (Studi pada Bank Mandiri Purwokerto)”, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2001)
- Berliana Megasari dan Andi Heru Susanto, “Pengaruh Sosialisasi dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan UMKM di Rumah BUMN BRI Jakarta”, Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis, 2, 4, (2024)
- Ckamilatun Nikmah, “Konsep Wadiah Menurut Fikih dan (KHES)”, Jurnal Al-Tsaman, 1, 1, (2020)
- Dalmasius Panggalo, “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pada Pt. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar”, Jurnal JBK, 9, 1, (2020)
- Doriana Siregar, “Pengaruh Simpanan dan Pembiayaan terhadap Peningkatan Pendapatan Anggota Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati”, Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak, 1, 3 (2024)

Endang Dwi Amperawati, Optimalisasi Reputasi Perusahaan Melalui Kinerja Layanan Hotel di Industri Hospitalitas, (Malang: Selaras Media Kreasindo, 2020)

Eti Rochaety Dkk, Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS Edisi 2 (Bogor: Mitra Wacana Media, 2019).

Hardani Dkk, Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif (Jogjakarta: CV.Pustaka Ilmu Group, 2020).

Henni Endayani Eka Susanti, Yumi Jumiati Marsa, “Sosiologi Pendidikan” (Medan: Perdana Publishing, 2022).

Herwati Dkk, “Motivasi Dalam Pendidikan” (Malang: PT.Literasi Nusantara Abadi Grup, 2023).

Hilda Yunita Sabrie, et all, “Urgensi Eksistensi Lembaga Penjamin Simpanan Terhadap Koperasi Simpan Pinjam”, Halu Oleo Law Review, 4, 1 (2020)

Irma Rahmawati, “Pengaruh Promosi BMT Terhadap Motivasi Melakukan simpanan Siswa” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008).

Ismail Nurdin Dan Sri Hartati, Metodologi Penelitian Sosial (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019).

Johar Alimuddin Novi Mayasari, “Strategi Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa” (Banyumas: CV.Rizquna, 2023).

Mintarti Indartini Mutmainah, Analisis Data Kuantitatif (Klaten: Lakeisha, 2019).

Molli Wahyuni, Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan SPSS Versi 25 (Yogyakarta: CV.Bintang Surya madani, 2020).

Muhammad Asdar dan Saiful Muchlis, “Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah: Peluang Dan Tantangan Diera Digital”, Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 3, 2, (2024)

Mundhori Zainal Habib, “Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Simpanan Di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro,” Journal Of Management And Shariah Business 1, no. No 1 (2021)

Nurul Dian Ayu Pratiwi, “Prosedur Pembukaan dan Penutupan Produk Simpanan di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Sejahtera Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya”, STIE Press (2020)

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dsan R&D (Bandung: CV Alfabetia, 2013).

Rahmat Muhammad Andi Nurul Annisa Yudha, Sawedi Muhammad, "Proses Sosialisasi Dan Pembelajaran Moral Dalam Cerita'Gbaga':Tinjauan Kritis Melalui Teori Sosialisasi," Pendidikan 13, no. 1 (2025).

Raja Putri Salsabila dan Azhari Akmal Tarigan, "Urgensi Sosialisasi Koperasi Syariah Dalam Upaya Peningkatan Pemahaman Masyarakat Menggunakan Koperasi Syariah (Study Kasus Kota Tanjungbalai)", Student Research Journal, 1, 5, (2023)

S. Martono, "Analisis Perilaku Penabung Di Bank BRI Cabang Semarang Sebagai Dasar Strategi Pemasaran Produk Tabungan", Jurnal Dinamika: Ekonomi dan Manajemen, 11, 2 (2022)

Sabrina Sofi Qadrifa, "Sosialisasi Pentingnya Membangun Brand Image Di Kalangan Ummkm Masyarakat Kelurahan Ciater Kec. Serpong Kota Tangerang Selatan", Jurnal PKM COMMs, 1, 2, (2024)

Shofia Mauizotun Hasanah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menyimpan Dana di Ksu Bmt Daruzzakah Mandiri Syari'ah", Jurnal Al-Birru, 1, 1, (2021)

Stefanus Rumangkit, "Pengaruh Sosialisasi Organisasi Pada Komitmen Afektif Yang Dimediasi Oleh Kesesuaian Nilai", Jurnal Bisnis Darmajaya, 2, 1, (2016)

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif (bandung: ALFABETA,cv, 2019).

Syaf Tri Yulandra dan Rice Haryati, "Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market di Lubuk Basung Kabupaten Agam", Jurnal Matua, 2, 4 (2020)

Sylvina Intan Rahmawati, et al, "Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan SI HASANAH Pada BMT Syariah Jaya Abadi Kecamatan Giri Mulya", Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 11, 1 (2023)

Winaika Irawati Ahmad Akbar Febrian, "Pengaruh Lokasi,Reputasi Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT UGT Nusantara Jombang," Journal Of Business Of Inovation Management 6, no. 2 (2024)S

Ahmad Akbar Febrian, Winaika Irawati. "Pengaruh Lokasi,Citra Lembaga Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT UGT Nusantara Jombang."

Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior, In Organization Behavior and Human Decision Processes," n.d. <https://www.researchgate.net/publication/272790646>.

- Al, Maman Abdurahman et. *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: cv.Pustaka Setia, 2014.
- Al, Nuri Purwanto et. *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronik Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace*. Malang: cv. Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Al, Resista Vikaliana et. *Ragam Penelitian Dengan SPSS*. Penerbit Tahta Media Group, 2022.
- Al, Slamet Widodo et. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkal Pinang: CV. Science Techno Direct, 2023.
- Al, Yunia Aulia Rohma et. "Pengaruh Mutu Pelayanan, Reputasi Koprasi, Dan Keunggulan Produk Simpanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Kopsyah (Koprasi Syariah) Mui (Mitra Usaha Ideal) Cabang Sekapuk." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)* Vol. 3, No (2024): 679.
- Andi Nurul Annisa Yudha, Sawedi Muhammad, Rahmat Muhammad. "Proses Sosialisasi Dan Pembelajaran Moral Dalam Cerita'Gbagba':Tinjauan Kritis Melalui Teori Sosialisasi." *Pendidikan* 13, no. 1 (2025).
- Angga Rizka Lidiawan dan Nur Laely. *Membangun Reputasi Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan E-Banking*. Kediri: cv. Kasih Inovasi Teknologi, 2023.
- Dkk, Eti Rochaety. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS Edisi 2*. Bogor: Mitra Wacana Media, 2019.
- Dkk, Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif*. Jogjakarta: CV.Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Eka Susanti, Yumi Jumiati Marsa, Henni Endayani. "Sosiologi Pendidikan." Medan: Perdana Publishing, 2022.
- Hartati, Ismail Nurdin Dan Sri. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Hasanah, Muhlis dan Ainur. "Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Islam Ulil Albab* Vol. 4, No (2023): 28.
- Muflihin, Muh. Hizbul. *Motivasi Kinerja*. Banten: Berkah Aksara Cipta Karya, 2024.
- Mundir. *Metode Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press, 2013.

- Mutmainah, Mintarti Indartini. *Analisis Data Kuantitatif*. Klaten: Lakeisha, 2019.
- Mutmainah, Mintarti Indartini dan. *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Korelasi, Dan Regresi Linier Berganda*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2024.
- Nony Afrianty, Desi Isnaini, Amima Oktarina. "Lembaga Keuangan Syariah." Bengkulu: CV.Zigie Utama, 2020.
- Prof.Dr.Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: CV ALFABETA, 2013.
- Putra, Bima Harya. "Pengaruh Sosialisasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* Vol. 2 No. (2018): 111.
- Rahmawati, Irma. "Pengaruh Promosi BMT Terhadap Motivasi Menabung Siswa." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008.
- Saudi, Syarifuddin dan Ibnu Al. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022.
- Setyoningtias, Retno Dwi. "PENGARUH SOSIALISASI, PERSEPSI DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP MOTIVASI NASABAH UNTUK MENABUNG DI BMT PAHLAWAN TULUNGAGUNG." Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. bandung: ALFABETA,cv, 2019.
- Tribasuki, Agus. *Analisis Statistic Dengan SPSS*. Sleman: Danisa Media, 2015.
- Wahyuni, Molli. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan SPSS Versi 25*. Yogyakarta: CV.Bintang Surya madani, 2020.
- Yulianti, Wiwit Rohaeni. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosialisasi Orang Tua Terhadap Minat Menabung Di Bank Pada Mahasiswa Prodi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika." *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset* Vol.1 No 4 (2023): 99.
- Zainal Habib, Mundhori. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro." *Journal Of Management And Shariah Business* 1, no. No 1 (2021).

LAMPIRAN - LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

Nomor : B-1469/ln.28.1/J/TL.00/07/2025

Lampiran :-

Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,

Muhammad Mujib Baidhowi (Pembimbing 1)

Muhammad Mujib Baidhowi (Pembimbing 2)

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama	: DWI SEPTI NURAENI
NPM	: 2103010022
Semester	: 8 (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Syari'ah
Judul	: PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 01 Juli 2025

Ketua Jurusan,



Muhammad Mujib Baidhowi

NIP 199103112020121005

Dokumen ini telah ditandatangi secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/cek-suratbimbingan.php?npm=2103010022>.

Token = 2103010022

OUTLINE SKRIPSI

PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Sosialisasi
 - 1. Pengertian Sosialisasi
 - 2. Dasar Hukum Sosialisasi dalam Islam

3. Jenis Sosialisasi
 4. Indikator Sosialisasi
- B. Reputasi Lembaga
1. Pengertian Reputasi Lembaga
 2. Faktor yang Mempengaruhi Reputasi Lembaga
 3. Indikator Reputasi Lembaga
 4. Manfaat Reputasi Lembaga
- C. Simpanan
1. Pengertian Motivasi
 2. Macam-macam Motivasi
 3. Pengertian Simpanan
 4. Dasar Hukum Simpanan
 5. Indikator Motivasi Simpanan
 6. Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Simpanan
- D. Kerangka Berpikir
- E. Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
1. Deskripsi Lokasi Penelitian

2. Deskripsi Data Hasil Penelitian

B. Pembahasan

1. Pengaruh Sosialisasi Terhadap Motivasi Anggota untuk Melakukan Simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.
2. Pengaruh Reputasi Terhadap Motivasi Anggota untuk Melakukan Simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.
3. Pengaruh Sosialisasi dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota untuk Melakukan Simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



M. Mujib Bardhowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Metro, 06 Oktober 2025
Mahasiswa Ybs,



Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO

Dengan hormat,

Bersamaan dengan ini, saya beritahukan bahwa saya

Nama : Dwi Septi NurAeni

Npm : 2103010022

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Sosialisasi dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro”** Yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung. Untuk itu peneliti meminta bantuan kepada anggota yang melakukan simpanan di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro untuk bersedia meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Atas ketersediaannya, Peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022

KUESIONER PENELITIAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Alamat :

B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Sebelum melakukan pengisian kuesioner, diharapkan membaca pernyataan dengan teliti dan cermat.
 2. Isilah data diri sesuai keadaaan sebenarnya pada identitas responden.
 3. Pilih salah satu jawaban disetiap butir pernyataan.
 4. Pastikan bahwa jawaban-jawaban yang anda berikan adalah jawaban yang jujur, apa adanya dan sesuai dengan kenyataan.
- Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda berdasarkan pernyataan di bawah ini.

Keterangan:

- | | |
|-----|-----------------------|
| STS | : Sangat Tidak setuju |
| TS | : Tidak Setuju |
| N | : Netral |
| S | : Setuju |
| SS | : Sangat Setuju |

C. PERNYATAAN KUESIONER

1) Sosialisasi (X_1)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Komunikasi Perusahaan						
1	Informasi yang saya terima dari perusahaan disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.					
2	Informasi dari perusahaan sering membingungkan dan sulit dipahami.					
3						
Motivasi						
3	Saya merasa lebih terdorong untuk memberikan kontribusi terbaik setelah mengikuti sosialisasi perusahaan.					
4	Saya tidak memahami arah dan tujuan perusahaan meskipun telah mengikuti sosialisasi.					
Fasilitas						
6	Fasilitas yang disediakan perusahaan membantu menciptakan interaksi yang menyenangkan antara pegawai dan anggota.					
7	Saya merasa kurang termotivasi karena perusahaan tidak memperhatikan kelengkapan fasilitas perusahaan.					
Pendampingan						
8	Pendampingan yang diberikan saat sosialisasi memudahkan saya memahami informasi yang disampaikan perusahaan.					
9	Pendampingan dari pihak perusahaan selama sosialisasi tidak membantu saya memahami informasi dengan baik.					

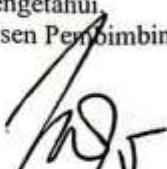
2) Reputasi (X_2)

4	Karyawan secara aktif membantu saya menemukan solusi yang sesuai dengan kebutuhan saya.				
5	Karyawan perusahaan tidak memahami apa yang saya butuhkan sebagai anggota.				
Peduli Terhadap Pelanggannya					
6	Karyawan secara aktif menawarkan bantuan ketika saya membutuhkan sesuatu.				
7	Saya merasa diabaikan ketika membutuhkan bantuan dari karyawan.				
Terlihat Seperti Perusahaan yang Baik untuk Bekerja					
8	Perusahaan ini terlihat memiliki lingkungan kerja yang positif dan menyenangkan.				
9	Dari pelayanan yang diberikan, perusahaan ini tampak seperti tempat kerja yang penuh tekanan.				
Memperlakukan Orang-orang dalam Perusahaan dengan Baik					
10	Hubungan antar karyawan dan manajemen di perusahaan ini terlihat harmonis dan saling menghormati.				
11	Perusahaan ini tidak menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan karyawannya.				
Memiliki Kepemimpinan yang Sangat Baik					
12	Manajemen perusahaan ini mampu mengambil keputusan yang tepat dan berpihak pada kemajuan bersama.				
13	Kepemimpinan di perusahaan ini terlihat tidak adil dan tidak transparan.				
Memiliki Prospek Kuat untuk Pertumbuhan Lebih Lanjut					
14	Perusahaan ini menunjukkan arah dan strategi yang jelas untuk pertumbuhan jangka panjang.				
15	Saya tidak melihat adanya potensi perusahaan ini untuk berkembang lebih jauh di masa depan.				
Cenderung Mengungguli Pesaing					
16	Produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan ini lebih baik dibandingkan kompetitor.				
17	Perusahaan ini tampak kesulitan untuk bersaing dengan perusahaan lain di bidang yang sama.				
Dapat Mengenali dan Memanfaatkan Peluang Pasar					
18	Perusahaan ini mampu mengenali peluang pasar dengan cepat dan tepat.				
19	Perusahaan ini lambat dalam mengenali peluang pasar yang muncul.				

3) Simpanan (Y)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Keamanan						
1	Saya merasa produk simpanan yang ditawarkan oleh perusahaan/lembaga ini aman dan terjamin keamanannya.					
2	Saya merasa khawatir akan kehilangan dana yang saya simpan di produk simpanan perusahaan/lembaga ini.					
Pelayanan						
3	Proses penyetoran dan penarikan simpanan di lembaga ini mudah dan tidak memerlukan waktu yang lama.					
4	Proses penyetoran dan penarikan simpanan di lembaga ini terasa rumit dan menyulitkan.					
Ekonomis						
5	Saya merasa manfaat yang saya peroleh dari menyimpan dana di lembaga ini sebanding dengan biaya atau usaha yang saya keluarkan.					
6	Saya merasa biaya atau usaha yang dikeluarkan untuk menyimpan dana di lembaga ini tidak sepadan dengan manfaat yang diperoleh.					
Keuntungan						
7	Saya merasa mendapatkan keuntungan yang jelas dan menguntungkan dari menyimpan dana di lembaga ini.					
8	Saya merasa tidak mendapatkan keuntungan yang berarti dari menyimpan dana di lembaga ini.					

Mengetahui
Dosen Pembimbing


M. Mujib Bairdhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Metro, 06 Oktober 2025
Mahasiswa Ybs,


Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

Nomor : B-0321/ln.28/D.1/TL.00/10/2025
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
PIMPINAN KSPPS AL-KAUTSAR
BINA MANDIRI METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0322/ln.28/D.1/TL.01/10/2025,
tanggal 28 Oktober 2025 atas nama saudara:

Nama : DWI SEPTI NURAENI
NPM : 2103010022
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survei di KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 28 Oktober 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

S U R A T T U G A S

Nomor: B-0322/ln.28/D.1/TL.01/10/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : DWI SEPTI NURAENI
NPM : 2103010022
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survei di KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH SOSIALISASI DAN REPUTASI TERHADAP MOTIVASI ANGGOTA UNTUK MELAKUKAN SIMPANAN DI KSPPS AL-KAUTSAR BINA MANDIRI METRO".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 28 Oktober 2025

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



Metro, 03 November 2025

No. 09/010-3/001

Kepada Yth.

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan
Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur
Kota Metro, Lampung

Perihal PERSETUJUAN UNTUK MELAKUKAN RESEARCH MAHASISWA UIN
JURAI SIWO LAMPUNG AN, DWI SEPTI NURAENI
Reff: Surat B-3290/In 28/J/TL. 03/11/2025 perihal Izin Research

Assalaamualaikum. Wr.Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staf senantiasa dalam keadaan sehat walafiat serta mendapat limpahan taufik dan hidayah dari Allah SWT, Aamiin
Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan Research dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi dapat dilaksanakan dengan keterangan sebagai berikut

Nama : Dwi Septi Nuraeni
NPM : 2103010022
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : Pengaruh Sosialisasi dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota
Untuk Melakukan Simpanan di KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri
Metro

Perlu kami tegaskan bahwa dalam pelaksanaan penelitian tersebut agar selalu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Mematuhi UU Perbankan No 10 Tahun 1998 serta ketentuan intern KSPPS Al Kautsar Bina Mandiri yang menyangkut prinsip kerahasiaan lembaga



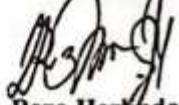
KSPPS AL KAUTSAR BINA MANDIRI
Jl. Pala No. 99, Kel. Iringnulyo
Metro Timur – Kota Metro
Lampung (34112)

2. Data yang diperoleh semata-mata untuk kepentingan ilmiah dan tidak diperkenankan menyebarluaskan kepada pihak lain.
3. Peserta penelitian tidak diperkenankan memfotokopi data dan/atau dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri



Roza Hermida
Co-CEO



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-730/ln.28/S/U.1/OT.01/10/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri
Jurai Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : DWI SEPTI NURAENI
NPM : 2103010022
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2103010022.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas
administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Dwi Septi NurAeni
NPM : 2103010022
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Sosialisasi Dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan Di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 16%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 10 November 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Dwi Septi NurAeni Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103010022 Semester / T A : VIII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	4-7-2024 Kamis	Bimbingan Mengenai Judul Skripsi dan arah Skripsi	
2.	Selasa 11-2-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang - Teori - REF - Body Note - Kerangka kerfikir - Cara Sumber teori dari buku - Pasabah diganti anggota - Cara Penulisan footnote - Rancangan kisi-kisi - Simbol X_1 diganti X_1 - Rancangan Penelitian 	

Dosen Pembimbing

M. Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 19940311202012005

Mahasiswa Ybs,

Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010011



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id. website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Dwi Septi NurAeni
NPM : 2103010022

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T.A : VIII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu 25/2/2015 /2	1. LBM ditambahkan kalimatnya disesuaikan dan dipaparkan	
		2. teori dicari buku	
		3. Hipotesis dicari fm yang benar	
		4. Penelitian Relevan spasial dan kalimatnya di perbaiki. Setiap halaman dikasih judul	
		.	

Dosen Pembimbing

M. Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Dwi Septi NurAeni Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103010022 Semester / T A : VIII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa 11/3/2025	<ul style="list-style-type: none"> - Pelajari tentang Seluk beluk BMT - Badan hukum BMT - Perbedaan BMT dan KSPPS - Permasalahan Penelitian - Semua yang ada dimateri dipelajari - yang berkaitan dengan BMT dan KSPPS dihafali 	

Dosen Pembimbing

M. Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Dwi Septi NurAeni Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103010022 Semester / T A : VIII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa 6 Mei 2025	<p>Acc Rapor</p> <p>6/2025.</p> <p>5</p>	

Dosen Pembimbing

M. Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022

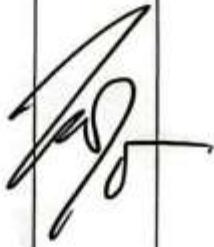


**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dwi Septi NurAeni Prodi/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103010022 Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14 Juli 2025	Bimbingan Apd	

Dosen Pembimbing


M. Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,


Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: humas@metrouniv.ac.id, website: www.metrouniv.ac.id

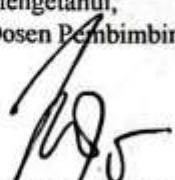
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama: Dwi Septi Nuraeni
NPM : 2103010022

Jurusan/Fakultas : ESY / FEBI
Semester / TA : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	14/2025 /b	ACC ARD	

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


M. Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,


Dwi Septi Nuraeni
NPM. 2103010022



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: humas@metrouniv.ac.id, website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama: Dwi Septi NurAeni
NPM : 2103010022

Jurusan/Fakultas : ESY / FEBI
Semester / TA : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	29/2025 /10	Bimbingan Skripsi	

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Muhammad Majib Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,



Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: humas@metrouniv.ac.id, website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama: Dwi Septi NurAeni
NPM : 2103010022

Jurusan/Fakultas : ESY / FEBI
Semester / TA : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kamis 06 / II 2025	Acc di Muara Galuh	

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,


Dwi Septi NurAeni
NPM. 2103010022

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Validitas

b. Sosialisasi

		Correlations								
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	Total
P01	Pearson Correlation	1	.458*	.679**	.553**	.457*	.421*	.846**	.266	.734**
	Sig. (2-tailed)		.011	.000	.002	.011	.021	.000	.155	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P02	Pearson Correlation	.458*	1	.569**	.762**	.641**	.566**	.471**	.808**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.011		.001	.000	.001	.009	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P03	Pearson Correlation	.678**	.569**	1	.544**	.568**	.462*	.851**	.372*	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001		.002	.001	.010	.000	.043
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P04	Pearson Correlation	.553**	.762**	.544**	1	.546**	.586**	.537**	.759**	.859**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.002		.002	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P05	Pearson Correlation	.457*	.641**	.568**	.546**	1	.361*	.526**	.407*	.713**
	Sig. (2-tailed)		.011	.000	.001	.002		.038	.003	.025
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P06	Pearson Correlation	.421*	.566**	.462*	.586**	.381*	1	.500**	.476**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.021	.001	.010	.001	.038		.005	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P07	Pearson Correlation	.846**	.471**	.851**	.537**	.526**	.500**	1	.306	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.000	.002	.003	.005	.100	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P08	Pearson Correlation	.266	.808**	.372*	.759**	.407*	.476**	.306	1	.725**
	Sig. (2-tailed)		.155	.000	.043	.000	.025	.008	.100	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.734**	.855**	.798**	.859**	.713**	.731**	.794**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Reputasi

¹⁰ Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

7. Committee on significant at the 0.05 level. Chi-square

d. Simpanan

		Correlations								
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.761**	.701**	.720**	.855**	.688**	.681**	.536**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P02	Pearson Correlation	.761**	1	.695**	.881**	.737**	.761**	.653**	.684**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P03	Pearson Correlation	.701**	.695**	1	.695**	.674**	.622**	.847**	.508**	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P04	Pearson Correlation	.720**	.881**	.695**	1	.807**	.877**	.658**	.790**	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P05	Pearson Correlation	.855**	.737**	.674**	.807**	1	.789**	.774**	.618**	.898**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P06	Pearson Correlation	.688**	.761**	.622**	.877**	.789**	1	.626**	.866**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P07	Pearson Correlation	.681**	.653**	.847**	.658**	.774**	.626**	1	.501**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P08	Pearson Correlation	.535**	.664**	.508**	.790**	.618**	.866**	.501**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.004	.000	.000	.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.854**	.897**	.824**	.932**	.898**	.801**	.822**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Reliabilitas

X₁

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	8

X₂

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	18

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	8

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}		.0000000
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63125549
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.068
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

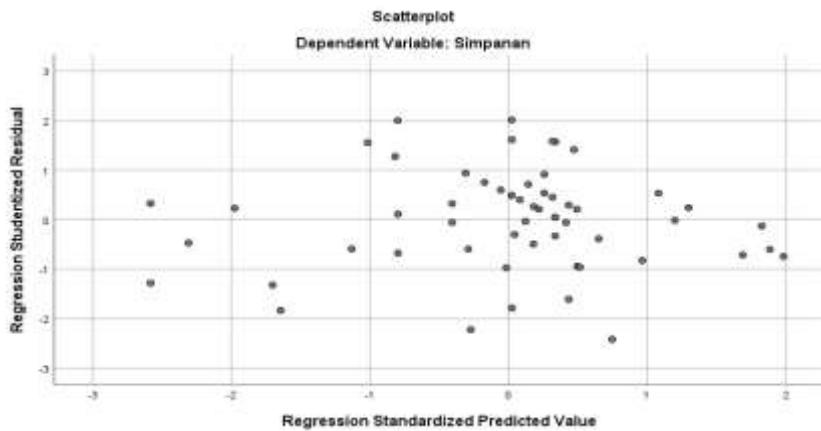
4. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.726	3.242		.532	.597		
	Sosialisasi	.358	.112	.334	3.189	.002	.575	1.738
	Reputasi	.287	.054	.554	5.295	.000	.575	1.738

a. Dependent Variable: Simpanan

5. Uji Heteroskedastisitas



6. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.726	3.242	.532	.597
	Sosialisasi	.358	.112	.334	3.189
	Reputasi	.287	.054	.554	5.295

a. Dependent Variable: Simpanan

7. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.726	3.242	.532	.597
	Sosialisasi	.358	.112	.334	3.189
	Reputasi	.287	.054	.554	5.295

a. Dependent Variable: Simpanan

8. Uji f

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	751.266	2	375.633	52.317
	Residual	387.716	54	7.180	
	Total	1138.982	56		

a. Dependent Variable: Simpanan

b. Predictors: (Constant), Reputasi, Sosialisasi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Dwi Septi NurAeni lahir di Metro, Kecamatan Metro Pusat, Provinsi Lampung, pada tanggal 06 September 2002. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Sugiono dan Ibu Darwati.

Peneliti memulai pendidikannya di Paud Tunas Bangsa, dan melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SD 11 Metro Pusat pada tahun 2009. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikannya ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Metro pada tahun 2015 sampai 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas selama 3 tahun di SMA Negeri 5 Metro dan lulus pada tahun 2021.

Setelah menempuh pendidikan selama 12 tahun lebih, Peneliti memilih untuk melanjutkan pendidikan tinggi dengan mendaftar di Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung dan mengambil program studi Strata 1 (S1) Ekonomi Syariah yang berada di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Setelah menempuh masa perkuliahan dan menyelesaikan berbagai tahapan akademik, pada akhir studi peneliti menyusun dan mempersesembahkan sebuah skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Sosialisasi dan Reputasi Terhadap Motivasi Anggota Untuk Melakukan Simpanan Di KSPPS Al-Kautsar Bina Mandiri Metro.

