

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KUALITAS LAYANAN
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
PADA BMT MAZAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

ALFIA SEFTIANA
NIM. 20.52.31.024

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2024**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KUALITAS LAYANAN DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
PADA BMT MAZAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

ALFIA SEFTIANA
NIM. 20.52.31.024

Sukoharjo, 15 Maret 2024

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Waluyo, Lc. M.A
NIP. 197909102011011005

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfia Seftiana
NIM : 205231024
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Pada BMT Mazaya**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 15 Maret 2024



Alfia Seftiana

NIM. 20.52.31.024

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfia Seftiana

NIM : 205231024

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul "**Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Pada BMT Mazaya**"

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data pada BMT Mazaya. Apabila dikemudian hari skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan peraturan yang sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 15 Maret 2024



Alfia Seftiana

NIM. 20.52.31.024

Dr. Waluyo, Lc. M.A
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Kepada yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Alfia Seftiana, NIM: 205231024 yang berjudul:

“Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Pada BMT Mazaya

Sudah dapat *dimunaqasyahkan* sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut dapat segera *dimunaqasyahkan* dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 15 Maret 2024
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Waluyo, Lc. M.A
NIP. 197909102011011005

PENGESAHAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KUALITAS LAYANAN DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
PADA BMT MAZAYA**

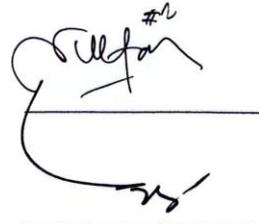
Oleh:

ALFIA SEPTIANA
NIM. 20.52.31.024

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Rabu tanggal 17 April 2024 M / 8 Syawal 1445 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Yulfan Arif Nurrohmah, S.E., M.M.
NIP. 19860713 202321 1 019



Penguji II
Dr. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.
NIP. 19791111 200604 1 003



Penguji III
Yuni Astuti, S.E., M.B.A.
NIP. 19910614 202012 2 011

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Jember Raden Mas Said Surakarta




Prof. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al Insyirah: 5-6)

“Obat dari tenangnya jiwa adalah menerima dan menyakini bahwa takdir Allah itu
selalu baik. Berprasangka baiklah kepada Allah, karena sesungguhnya Allah
tergantung prasangka hamba-Nya”

(Ustadz Hanan Attaki)

“Jika orang lain bisa, maka aku juga bisa”

(Alfia)

PERSEMBAHAN

Skripsi sederhana ini saya persembahkan dengan segenap rasa cinta, doa dan keikhlasannya untuk:

1. Allah SWT atas kesempatan dan takdir yang diberikan, saya bisa menjadi pribadi yang tangguh, berilmu dan beriman. Semoga langkah awal kecil ini dapat menjadi langkah yang panjang untuk masa depan dalam mewujudkan mimpi-mimpi saya.
2. Kedua orang tua saya Bapak Umar Yoto dan Ibu Partin atas segala pengorbanan, yang berjuang untuk keberhasilan saya, memberikan semangat, memberikan cinta, kasih sayang serta yang selalu mendukung dan berdoa tanpa terputus.
3. Kakak laki-laki saya Doni Purbinanto serta segenap keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan ridhonya dalam semua kegiatan yang saya ikuti.
4. Bapak Dr. Waluyo, Lc. M.A., selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Semua dosen pengampu yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan saya yang menjadi tempat untuk bertukar pikiran dan mengasah diri saya selama di masa perkuliahan.
7. Karyawan dan teman-teman magang BMT Mazaya yang mempermudah dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman Perbankan Syariah kelas A angkatan 2020 yang menjadi teman berjuang selama masa kuliah.
9. Dan Almamater tercinta UIN Raden Mas Said Surakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Pada BMT Mazaya (Studi Kasus Anggota Tabungan BMT Mazaya)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Prof. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
4. Rizky Nur Ayuningtyas Putri, S.E., M.E., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
5. Rahmawati Khoiriyah, M.E., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

6. Alvin Yahya, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Dr. Waluyo, Lc. M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Bapak, Ibu dan kakak laki-laki tercinta, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, serta kasih sayang yang tak akan pernah terlupakan.
10. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2020 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. *Aamiin Aamiin Ya Robbal Alamin.*

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 15 Maret 2024

Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of financial literacy, service quality and location on savings decisions at BMT Mazaya. This study uses purposive sampling techniques and data analysis techniques using SPSS 25. This study used data collection techniques with questionnaires distributed to active members who save at BMT Mazaya by obtaining 154 respondents.

The results of this study show that financial literacy, service quality and location have a partial positive and significant influence on saving decisions. The variables financial literacy, service quality and location simultaneously have a positive and significant influence on saving decisions. So, the conclusion of this research is that financial literacy, service quality and location factors influence members' decisions to save at BMT Mazaya.

Keywords: Financial Literacy, Service Quality, Location, and Saving Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan teknik analisis data menggunakan SPSS 25. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar kepada anggota aktif yang menabung di BMT Mazaya dengan memperoleh 154 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menabung. Variabel literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Sehingga, kesimpulan penelitian ini adalah faktor literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi mempengaruhi keputusan anggota untuk menabung di BMT Mazaya.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Keputusan Menabung

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
1.7. Jadwal Penelitian	8
1.8. Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Kajian Teori.....	10
2.1.1. Keputusan Menabung	10
2.1.2. Teori Perilaku Konsumen	12
2.1.3. Literasi Keuangan	15
2.1.4. Kualitas Layanan.....	18
2.1.5. Lokasi.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25

2.3. Kerangka Teoritis	30
2.4. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	34
3.2.2. Waktu Penelitian	34
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3.1. Populasi.....	34
3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.4. Data dan Sumber Data.....	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Variabel Penelitian	37
3.6.1. Variabel Dependen (Y)	37
3.6.2. Variabel Independen (X).....	37
3.7. Definisi Operasional Variabel	37
3.8. Teknik Analisis Data	39
3.8.1. Uji Instrumen	39
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	40
3.8.3. Uji Ketetapan Model	41
3.8.4. Uji Hipotesis	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	44
4.1.1. Sejarah BMT Mazaya	44
4.1.2. Produk Simpanan BMT Mazaya.....	45
4.2. Analisis Deskriptif Statistik	46
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2.2. Statistik Deskriptif	47
4.3. Pengujian dan Hasil Analisis Data	48
4.3.1. Uji Instrumen	48
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	51
4.3.3. Uji Ketetapan Model.....	54
4.3.4. Uji Hipotesis	56
4.4. Pembahasan	57

BAB V PENUTUP	62
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Keterbatasan Penelitian	63
5.3. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Total Tabungan pada Sektor Perbankan	4
Tabel 1. 2. Total Tabungan pada Sektor Koperasi Simpan Pinjam	4
Tabel 3.1. Skala Likert	37
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1. Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2. Umur	46
Tabel 4.3. Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.9. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	53
Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.11. Hasil Uji F (Simultan).....	55
Tabel 4.12. Hasil Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.13. Hasil Uji T (Parsial)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Tingkat Literasi Keuangan Sektor Jasa Keuangan 2022.....	3
Gambar 2. 1. Model Kerangka Pemikiran	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian	70
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 3: Responden Penelitian	75
Lampiran 4: Tabulasi Data.....	81
Lampiran 5: Statistik Deskriptif.....	97
Lampiran 6: Uji Validitas.....	97
Lampiran 7: Uji Reliabilitas.....	101
Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik	102
Lampiran 9: Uji Ketetapan Model	103
Lampiran 10: Uji Hipotesis.....	104
Lampiran 11: Dokumentasi Responden.....	105
Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup	107
Lampiran 13: Hasil Turnitin.....	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi memberikan peningkatan kebutuhan masyarakat pada jasa lembaga keuangan. Jenis simpan pinjam yang transaksinya berkaitan dengan pihak ketiga disebut sebagai lembaga keuangan. Dengan kemajuan ekonomi masyarakat, menjadikan lebih mudah dalam menentukan lembaga keuangan untuk menyimpan uang jika dilihat berdasarkan banyaknya lembaga keuangan saat ini. Lembaga keuangan yang mempunyai pemahaman terkait perannya, masyarakat dapat menentukan dengan tepat lembaga keuangan mana yang akan menjadi pilihannya (Romdhoni & Sari, 2018).

Menabung adalah suatu tindakan untuk menyisihkan uang agar bisa diambil manfaatnya di kemudian hari (Setiawan, 2020). Menabung adalah suatu upaya untuk mengantisipasi adanya keadaan darurat yang dapat berguna untuk dikemudian hari. Menabung juga suatu kegiatan yang membutuhkan adanya kemauan dalam diri seseorang untuk mengelola keuangannya pada suatu lembaga keuangan. Kegiatan tersebut juga membutuhkan niat agar perilakunya dapat terwujud dengan baik.

Dalam Islam juga sangat dianjurkan menabung, menyisihkan sebagian harta, dan berhemat sebagai rasa syukur atas rezeki yang diberikan-Nya. Adanya anjuran tersebut, sebagai umat Islam membutuhkan tempat untuk menabung sesuai dengan Qur'an dan hadist. Dimana dibutuhkannya lembaga keuangan yang tidak hanya untuk menghimpun uang, melainkan juga sebagai tempat mencegah

umat Islam agar tidak terlibat dalam kegiatan perekonomian yang bertentangan dengan syariat Islam. Sehingga, adanya lembaga keuangan berbasis syariah dapat membantu masyarakat dalam menabung yang sesuai dengan syariat Islam.

Berdasarkan kenyataan yang ada, masyarakat masih berpikir bahwasanya menabung di lembaga keuangan syariah dan konvensional sama saja. Dikarenakan rendahnya pemikiran masyarakat terkait operasional pada lembaga keuangan berlandaskan syariah. Lembaga keuangan syariah dan konvensional mempunyai banyak perbedaan dalam kegiatan operasinya, salah satunya adalah dalam sistem bagi hasil dan bunga. Dalam lembaga keuangan syariah menganut sistem bagi hasil, tetapi dalam lembaga keuangan konvensional menganut sistem riba (Mundhori & Rohmah, 2022).

Dalam Surat Edaran OJK Nomor 30/SEOJK.07/2017, literasi keuangan adalah pengetahuan yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Kedamaian seseorang berkaitan dengan adanya literasi keuangan serta pemahaman dalam mengendalikan keuangan dalam kehidupan sehari-hari untuk mengantisipasi permasalahan keuangan kedepannya. Kelalaian pengelolaan keuangan dapat menimbulkan masalah *financial* seperti akan melakukan kredit namun tidak dengan penyusunan keuangan yang efektif (Nurudin, 2021).

Gambar 1. 1
Tingkat Literasi Keuangan Sektor Jasa Keuangan 2022



Sumber: OJK, 2022

Berdasarkan hasil SNLIK (Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan) tahun 2022 menandakan tingkat literasi keuangan dalam sektor perbankan jauh lebih besar persentasenya yang sebesar 49,93%, jika dibandingkan dengan sektor lembaga keuangan mikro yang lebih rendah yaitu sebesar 14,44%.

Suatu keutamaan yang diinginkan dan pengendalian untuk memenuhi keinginan pelanggan disebut kualitas layanan (Palelu, 2022). Kualitas layanan dijadikan salah satu hal peninjauan dalam berbagai aspek bidang usaha. Meningkatnya kualitas layanan yang diberikan, semakin memberikan kepuasan terhadap konsumen. Yang berarti, jika kualitas layanan rendah dapat menyebabkan kepuasan konsumen juga semakin rendah.

Selain pada kualitas layanan, lokasi juga memiliki peran yang penting dalam suatu perusahaan. Lokasi merupakan tempat dilakukannya kegiatan menghasilkan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya (Polla, Mananeke, 2018). Lokasi strategis merupakan suatu keputusan utama karena akan berdampak dalam jangka waktu yang panjang. Lokasi juga dapat mempengaruhi perkembangan usaha dimasa yang akan datang. Jika lokasi yang dipilih mengakibatkan hal yang tidak baik akibat perubahan lingkungan yang dapat menyebabkan usaha tersebut harus tutup atau pindah.

Tabel 1. 1
Total Tabungan pada Sektor Perbankan

Tahun	Miliar Rupiah
2021	2.432.260
2022	2.615.185

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022-2023)

Dalam publikasi Lembaga Penjamin Simpanan pada tabel diatas, total tabungan pada sektor perbankan memiliki jumlah tabungan sebesar 2.432.260 Miliar Rupiah pada tahun 2021. Sedangkan pada tahun 2022 jumlahnya meningkat menjadi 2.615.185 Miliar Rupiah.

Tabel 1. 2
Total Tabungan pada Sektor Koperasi Simpan Pinjam

Tahun	Miliar Rupiah
2021	270,88
2022	2.80,26

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022-2023)

Sedangkan dalam tabel 1.2 juga terdapat jumlah keseluruhan nominal tabungan pada sektor koperasi simpan pinjam di Indonesia memiliki jumlah yang lebih rendah dari total tabungan pada lembaga keuangan perbankan. Pada tahun 2021 total tabungan koperasi simpan pinjam sebesar 270,88 Miliar Rupiah dan pada tahun 2022 juga mengalami kenaikan sebesar 280,26 Miliar Rupiah. Perbedaan total tabungan perbankan dengan koperasi simpan pinjam cukup jauh untuk nominalnya. Yang mana dapat diartikan bahwa masyarakat lebih memilih untuk menggunakan produk tabungan di sektor perbankan daripada sektor lembaga keuangan mikro koperasi simpan pinjam.

Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) syariah pun menjadi tonggak kekuatan yang perkembangannya diharapkan dapat menumbuh kembangkan

perekonomian syariah di Indonesia (Asnaini & Yustati, 2017). Dengan seiring berjalannya waktu, Lembaga Keuangan Syariah tidak hanya dalam lingkup keuangan makro, melainkan juga sudah dalam lembaga keuangan mikro seperti BMT. Dimana terdiri dari dua istilah, yaitu *baitulmaal* yang fokus pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana. Sementara *tanwil* berarti usaha pengumpulan dana komersial (Ruza, 2022).

BMT Mazaya yaitu lembaga keuangan mikro syariah yang berlokasi pada unit laboratorium FEBI UIN RMS Surakarta, dimana bekerjasama dengan BMT Amanah Ummah dalam sistem dan pengoperasiannya. BMT Mazaya menerima dan menyalurkan dana sosial Islam dan pengembangan usaha-usaha produktif. BMT Mazaya saat ini sudah memiliki 1.662 anggota dan memiliki lokasi yang strategis. BMT ini terletak pada ruang lingkup mahasiswa dan area yang banyak terjadinya aktifitas ekonomi. Sehingga mahasiswa maupun masyarakat sekitar mudah untuk mengakses atau menggunakan produk yang ada di BMT Mazaya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zidni & Fitanto, (2022) terdapat hubungan positif antara literasi keuangan, kepercayaan, dan bagi hasil terhadap keputusan menabung pada produk tabungan koperasi BMT UGT Sidogiri Malang. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa seharusnya koperasi simpan pinjam syariah dapat lebih meningkatkan sosialisasi mengenai manfaat-manfaat-manfaat menggunakan produk tabungan. Serta harus bisa meningkatkan kualitas dan persebaran koperasi simpan pinjam syariah agar meningkatnya kepercayaan masyarakat untuk menabung.

Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lucky Dwi Tamara, (2021) yang menyatakan lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Jatim UNTAG Surabaya. Dimana penyebabnya ialah kantor Bank Jatim Surabaya tidak terlihat jelas dari jalan raya dan tempat parkirnya tidak luas seperti bank pada umumnya yang memiliki parkir luas yang aman.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Pada BMT Mazaya”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tingkat literasi keuangan pada sektor perbankan lebih tinggi bila disamakan dengan tingkat literasi keuangan pada sektor lembaga keuangan mikro.
2. Besarnya nominal tabungan pada sektor keuangan perbankan lebih besar daripada tabungan koperasi.
3. Adanya hambatan pada mahasiswa yang menjadi anggota BMT Mazaya jika sudah alumni untuk meneruskan tabungannya di BMT Mazaya.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya memfokuskan pada pengkajian untuk menghindari pembahasan yang membuat ketidaktepatan sasaran yang diharapkan. Sehingga, masalah pada penelitian tersebut dibatasi pada anggota aktif yang menabung di BMT Mazaya.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya?
4. Apakah Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya
4. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi secara simultan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya

1.6. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai ketertarikan menabung di Lembaga Keuangan Syariah.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan sumber dan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan riset mengenai pengaruh keputusan menabung.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dalam penelitian ini dapat bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan terkait lembaga keuangan syariah, terutama pada BMT Mazaya dan memberikan informasi mengenai pengaruh keputusan menabung pada BMT Mazaya. Serta hasil penelitian ini juga diharapkan untuk pihak BMT Mazaya agar kinerjanya semakin lebih baik.

1.7. Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8. Sistematika Penelitian

Dalam panduan penulisan ilmiah, maka sistematika dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan terkait latar belakang, identifikasi, batasan, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian kedua menguraikan teori yang digunakan, definisi setiap variabel, hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga menggambarkan waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, penjelasan variabel penelitian, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas terkait gambaran umum penelitian, pengujian, hasil dari olah data, dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bagian penutup memaparkan kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Keputusan Menabung

1. Pengertian Keputusan Menabung

Keputusan ialah tindakan untuk memilih dari dua atau lebih, yang berawal dari latar belakang, identifikasi masalah, sampai terjadinya kesimpulan didasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu (Nurmaeni, 2020). Keputusan merupakan adanya dari pemikiran yang terbentuk diantara beberapa pemilihan alternatif yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang terjadi. Beberapa pengertian keputusan dari para ahli sebagai berikut (Supiani, 2021):

- 1) Winardi, keputusan yaitu titik dalam suatu pembelian dari proses evaluasi.
- 2) Prajudi Atmosudirjo, suatu penyelesaian dari gagasan terkait masalah untuk menanggapi pertanyaan yang ditimbulkan untuk mengatasi yang terjadi.
- 3) Siagian, keputusan berarti pendekatan sistematis terhadap masalah, data dan pengumpulan fakta, dimana penelitian yang intensif atas tindakan dan pemilihan.

Keputusan juga dapat diartikan sebagai suatu jalan penggabungan yang dipadukan untuk memilih dan menilai perilaku dari salah satu diantaranya. Maka disimpulkan bahwa keputusan ialah suatu penyelesaian

masalah yang dilakukan dengan pemilihan satu alternatif dari beberapa opsi untuk mengambil tindakan.

2. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan

Menurut Sangadji, (2013) terdapat beberapa faktor yang membuat seseorang melakukan keputusan, diantaranya adalah:

- 1) Faktor pribadi, hal yang paling utama dalam diri seseorang yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- 2) Faktor psikologis, sesuatu yang terdapat dalam individu untuk menentukan perilaku tersebut.
- 3) Faktor sosial, dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yang berpengaruh terhadap minat seseorang untuk mendapatkan produk tertentu.

3. Indikator Pengambilan Keputusan

Indikator dari pengambilan keputusan menabung terdiri dari Amstrong, (2015):

- 1) Pengenalan kebutuhan, suatu tindakan yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan.
- 2) Pencarian informasi, dengan mencari informasi secara aktif untuk menyelesaikan masalah.
- 3) Evaluasi alternatif, adanya informasi konsumen berada pada pilihan dengan mengevaluasi merk dari kelompok pilihan.
- 4) Keputusan pembelian, konsumen mempunyai berbagai macam pilihan yang berkemungkinan untuk memilih merk yang di inginkan.

- 5) Perilaku setelah pembelian, konsumen mengalami perubahan pikiran terkait seberapa tepat pilihannya terkait kepuasan atau ketidakpuasan pada pembelian selanjutnya.

2.1.2. Teori Perilaku Konsumen

1. Pengertian Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah keterkaitan pada diri seseorang atau kelompok dalam membuat keputusan pembelian produk dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Hendarsyah, 2020). Menurut Tonda, (2022) perilaku konsumen yaitu proses yang kaitannya dengan tahapan pembelian saat konsumen melakukan pencarian pada produk yang akan dibeli. Perilaku konsumen merupakan perbuatan yang mendasari seseorang dalam membuat keputusan untuk membeli dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhannya.

Definisi perilaku konsumen menurut beberapa ahli adalah:

- 1) Engel, Blackwell dan Miniard, perilaku konsumen mencakup pengetahuan pada suatu tindakan langsung konsumen dalam menemukan produk dan jasa.
- 2) Schiffman dan Kanuk, studi yang mempelajari bagaimana seseorang mengambil keputusan membelanjakan waktu, uang dan usaha yang dimiliki untuk memperoleh barang yang akan dipakai.
- 3) Assael, keputusan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dimulai dengan kemauan.
- 4) Mowen dan Minor, suatu studi terkait pertukaran yang melibatkan perolehan barang, jasa serta pengalaman.

2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen

Menurut Kotler & Armstrong, (2002) faktor yang memengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

1) Faktor Kebudayaan

Merupakan kebiasaan konsumen atas aktivitas yang dilakukan oleh konsumen, dengan meningkatnya budaya seseorang maka semakin mendorong keputusan mereka untuk memilih produk yang akan dibeli. Faktor kebudayaan terdiri dari:

- a. Budaya, kebiasaan yang paling mendasar.
- b. Sub budaya, seperti kelompok agama, ras, kebangsaan, dan letak geografis.
- c. Kelas sosial, dapat dikatakan masyarakat yang sosialnya setara.

2) Faktor Sosial

Salah satu faktor yang ditentukan oleh lingkungan sekitar ialah sosial, yang terdiri dari:

a. Kelompok acuan

Kelompok yang memiliki pengaruh langsung dan tidak terhadap perilaku seseorang. Pengaruh langsung seperti keluarga, teman, tetangga secara leluasa. Sedangkan kelompok pengaruh tidak langsung ialah kelompok keagamaan, profesional, dan perdagangan yang melakukan interaksi secara formal.

b. Keluarga

Merupakan suatu faktor yang sangat berpengaruh terhadap sikap seseorang.

c. Status

Faktor ini yang menentukan seseorang dalam suatu kelompok atau organisasi yang menggambarkan diri seseorang berdasarkan masyarakat yang ada disekitar.

3) Faktor Pribadi

Kapasitas seseorang yang dipengaruhi lingkungan terdekat dalam menetapkan pilihannya.

- a. Umur, dapat menentukan kecenderungan seseorang terhadap produk.
- b. Pekerjaan
- c. Kondisi ekonomi, penghasilan yang bisa dikeluarkan
- d. Gaya hidup, menggambarkan perilaku seseorang
- e. Kepribadian, suatu karakteristik yang berbeda pada setiap individu.

4) Faktor Psikologis

Faktor yang dapat membentuk perilaku dan keyakinan seseorang, yang mana semakin baik psikologisnya maka semakin tinggi minat mereka untuk membuat keputusan atas produk yang akan dibeli. Faktor psikologis terdiri dari:

- a. Motivasi, keinginan yang memfokuskan seseorang untuk berbuat sesuatu.
- b. Persepsi, kegiatan seseorang untuk memberikan informasi agar memuat deskripsi yang bermakna.

- c. Proses belajar, terjadinya perubahan sikap seseorang yang muncul dari pengalaman.
- d. Kepercayaan, yang akan membuat gambaran produk.

3. Ciri-ciri Perilaku Konsumen

Ciri-ciri perilaku konsumen ada 2, yaitu rasional dan irasional (Hendarsyah, 2020). Yang bersifat rasional yaitu:

- 1) Sesuai dengan kebutuhan
- 2) Memberikan manfaat
- 3) Kualitas baik
- 4) Harga produk sesuai dengan kemampuan konsumen
- 5) Lingkungan transaksi yang nyaman pada produk yang diinginkan

Sedangkan yang bersifat irasional, yaitu:

- 1) Tertarik dengan iklan di media sosial
- 2) Produk yang bermerek dan terkenal
- 3) Produk hanya untuk coba-coba

2.1.3. Literasi Keuangan

1. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk mengelola keuangan (Kusuma, 2021). Menurut Devi Narulitasari, kesanggupan membaca, menganalisis dan mengelola keuangan yang berdampak pada kesejahteraan umum adalah literasi keuangan (Putri, 2022). Adanya literasi keuangan dapat menunjang seseorang agar terhindar dari berbagai masalah *financial*.

Literasi keuangan adalah pengetahuan untuk menerapkan pemikiran terkait rencana dan risiko supaya keputusannya efisien dalam meningkatkan kesejahteraan finansial, baik pribadi ataupun sosial (Salim, 2021). Pentingnya literasi keuangan dalam menciptakan keuangan syariah harus mengoptimalkan kesadaran yang sungguh kepada masyarakat (Srigustini & Aisyah, 2021). Sehingga, seseorang perlu mempunyai kecerdasan finansial dalam mengelola keuangannya.

Literasi keuangan adalah kecakapan individu tentang pengelolaan keuangan secara ampuh sesuai kebutuhan perekonomian yang dialaminya (Viana, 2022). Dimana literasi keuangan juga merupakan suatu pemahaman dasar tentang konsep keuangan itu sendiri. Menurut Neni Erawati yang dikutip oleh Fatma Annisa, keahlian utama yang harus di punyai seseorang adalah kemampuan mengelola keuangan (Gunawan, 2020). Jika dalam mengelola keuangan belum benar, maka seseorang tersebut akan menghadapi kesulitan keuangan hanya karena mempunyai pengendalian keuangan yang buruk.

Menurut Risa Nadya dan Eni Wuryani (Viana, 2022) konsep literasi keuangan terbagi menjadi 2 yaitu penggunaan dan pemahaman. Adanya pengetahuan keuangan memudahkan seseorang dalam mengelola keuangannya dengan baik. Sehingga, jika seseorang memiliki kepribadian yang bertanggung jawab akan keuangannya maka akan memanfaatkan uang yang dimiliki dengan efisien dan dapat memengaruhi kesejahteraan keuangannya.

2. Aspek Literasi Keuangan

Terdapat banyak aspek yang mesti diukur, sehingga Chen dan Volpe (Septiani & Wuryani, 2020) menggambarannya sebagai berikut:

- 1) *Basic financial knowledge*, pengetahuan yang berkaitan dalam pengambilan keputusan investasi ataupun pembiayaan.
- 2) *Saving and borrowing*, produk perbankan dengan sebutan tabungan dan kredit.
- 3) *Insurance*, suatu bentuk perlindungan secara finansial untuk mendapatkan ganti rugi seperti kematian, kehilangan serta kecelakaan.
- 4) Investasi, bentuk kegiatan penanaman aset untuk memperoleh keuntungan di masa depan.

3. Literasi Keuangan dalam Perspektif Islam

Literasi keuangan Islam adalah kewajiban yang harus dipunyai kamu muslim, yang mana hal tersebut akan memberikan dampak terkait dengan kesejahteraan dunia dan akhirat (Az-Zahra, 2022). Literasi keuangan syariah merupakan tingkat pengetahuan seseorang yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan secara syariat Islam. Terdapat beberapa indikator pengukuran literasi keuangan syariah yakni yang terkait dengan gagasan seseorang dalam praktik riba, mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, , istishna, dan ijarah (Aquino, 2022). Dengan adanya literasi keuangan secara syariah, akan memberikan pemahaman dari praktik riba pada lembaga keuangan.

Indikator literasi keuangan syariah menurut Remund (2010) dalam (Salim, 2021) ialah sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan, faktor yang dimiliki individu dalam prinsip literasi keuangan.
- 2) Kemampuan, kesanggupan untuk menciptakan keputusan keuangan yang baik.
- 3) Sikap, segala tindakan yang dapat melakukan perencanaan keuangan untuk masa depan.
- 4) Kepercayaan, pentingnya meningkatkan kepercayaan dalam diri untuk merencanakan kebutuhan yang akan datang dalam waktu jangka panjang.

Sehingga, literasi keuangan yang sesuai dengan syariat Islam memengaruhi sikap seorang muslim dalam menentukan pembiayaan yang berbasis syariah.

2.1.4. Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas Layanan

Faktor utama untuk memahami kepuasan konsumen, dengan artian mampu menyediakan barang ataupun jasa sesuai kebutuhan konsumen disebut kualitas layanan. Kualitas layanan ditetapkan pada kualitas sumber daya manusia dalam melaksanakan pelayanan (Paulus, 2023). Kualitas layanan adalah kelengkapan kebutuhan dan ketepatan pemberian layanan untuk memenuhi keinginan konsumen (Pertiwi, 2022). Beberapa definisi menurut para ahli sebagai berikut (Adabi, 2020):

- 1) Kotler, semua tanda dari produk ataupun layanan tertentu yang mempengaruhi kemampuannya untuk memberikan kepuasan.

- 2) Tjiptono, kualitas layanan adalah tingkat kelebihan produk dan jasa yang diinginkan untuk menepati segala harapan konsumen.
- 3) Kasmir, tindakan seseorang untuk memberikan kepuasan konsumen.
- 4) Parasuraman, kualitas layanan yaitu bagus tidaknya kualitas produk yang dimiliki terpaut pada kesanggupan pemberi jasa dalam memenuhi kehendak konsumen secara stabil.

Sehingga dapat disimpulkan definisi dari kualitas layanan adalah pemenuhan akan kebutuhan konsumen berdasarkan kelebihan yang dapat menangani keperluan pelanggan.

2. Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Kotler, (2012) ada beberapa dimensi dari kualitas layanan yang menjadi acuan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Ketanggapan, yang berarti kemampuan karyawan secara tanggap dalam membantu konsumen untuk melayani kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik.
- 2) Keandalan, keahlian karyawan untuk memberikan pelayanan dapat memuaskan konsumen.
- 3) Empati, kepedulian dengan memberikan perhatian lebih dan kenyamanan komunikasi kepada konsumen dengan memahami keinginannya.
- 4) Jaminan, keterampilan, kesopanan, dan kepercayaan yang diberikan karyawan dapat memberikan dampak bebas risiko terhadap konsumen.

- 5) Bukti langsung, dengan adanya fasilitas fisik karyawan untuk komunikasi.

3. Indikator Kualitas Layanan

Menurut (Tjiptono, 2012) beberapa indikator dalam suatu kualitas layanan , diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) *Reliability*

Reliabilitas adalah kemampuan memberikan layanan kepada konsumen sesuai dengan kesepakatan dan memuaskan konsumen. Dengan artian pelayanan perusahaan harus bisa dipertanggung jawabkan dan sesuai dengan keinginan konsumen

- 2) *Responsivitas*

Responsivitas adalah inisiatif karyawan untuk memberikan layanan dengan tanggap pada konsumen. Yang mana perusahaan harus bisa bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan dalam merespon konsumen dengan cepat tapi sesuai dengan keinginan mereka.

- 3) *Assurance*

Assurance merupakan hal-hal yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan kepercayaan yang diberikan karyawan yang dapat terhindar dari bahaya fisik dan risiko bagi konsumen. Sehingga, perusahaan perlu sumber daya manusia yang dapat melaksanakan hal tersebut.

- 4) *Empathy*

Empathy adalah adanya kenyamanan dalam berhubungan, perhatian personal serta dapat memahami kebutuhan konsumen. Sehingga, karyawan memiliki rasa peduli, perhatian individu untuk para konsumennya.

5) *Tangible*

Tangible merupakan suatu hal yang dapat mencakup fasilitas fisik, perangkat, pekerja, dan adanya sarana komunikasi. Yang mana tampilan fisik bukan hanya mengenai lokasi saja, namun kepada fasilitas fisik para karyawan.

4. Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam

Sebagai orang muslim dalam menyampaikn suatu pelayanan harus berdasarkan syariat Islam agar terwujudnya takwa dan iman dalam melaksanakan bisnis yang sesuai dengan syariat. Jika ingin memberikan hasil usaha yang baik, hendaknya juga memberikan layanan yang lebih berkualitas.

1) Keandalan, dalam hal ini layanan yang disampaikan dapat bertanggung jawabkan. Selain itu karyawan yang memiliki sopan santun. Seperti tercantum dalam firman Allah Qur'an Surat Al-Isra' ayat 34, yang artinya:

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji: Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban”.

- 2) Daya tanggap, kita harus selalu berkomitmen akan promosi yang diberikan. Hal ini terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 1 yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. Dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.

- 3) Jaminan, adanya pengetahuan ataupun kemampuan karyawan memberikan layanan dan informasi dalam menanamkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan. Yang ditegaskan dalam Surat An-Nisa ayat 29, artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

- 4) Empati, perhatian yang diberikan harus dilandasi dengan keimanan untuk senantiasa berbuat baik kepada orang lain. Seperti dalam surat An-Nahl ayat 90, yang artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kerabat dan Allah melarang dari perbuatan

keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

- 5) Bukti fisik, perusahaan harus memperhatikan penampilan karyawan untuk berpakaian sesuai dengan syariah Islam. Dimana tercantum dalam Al-Qur’an Surat Al-A’raf ayat 26, yang artinya:

“Hai anak Adam, Sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik, yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat”.

2.1.5. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk memperoleh produk atau jasa yang memprioritaskan ekonominya (Polla, Mananeke, 2018). Lokasi merupakan faktor utama dalam menciptakan keputusan pembelian. Lokasi berdasar pada berbagai aktifitas pemasaran yang mempermudah penyampaian barang terhadap konsumen (Lestari, 2023).

Menurut Stivani, semakin jauh lokasinya akan menyebabkan enggan membeli karena biaya transportasi ke lokasi tarifnya tinggi (Atmanegara, 2019). Terdapat beberapa definisi lokasi dari para ahli, yaitu sebagai berikut (Syahidin & Adnan, 2022):

- 1) Menurut Raharjani, strategi lokasi dapat diartikan sebagai suatu determinan yang penting dalam perilaku konsumen.

- 2) Menurut Peter, lokasi yang baik dapat menjamin dan menarik konsumen lebih banyak.
- 3) Menurut Lupiyoadi, keputusan yang dilakukan perusahaan terkait dimana operasi dan karyawannya ditempatkan.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Lokasi

Terdapat beberapa jenis yang mempengaruhi lokasi, yaitu (Ngaisah, 2022):

- 1) Konsumen mendatangi perusahaan
Perusahaan harus bisa memilih tempat yang strategis agar mudah dijangkau.
- 2) Perusahaan mendatangi konsumen
Lokasi tidak berpengaruh banyak tapi tetap harus memperhatikan dalam pelayanan jasa yang bermutu.
- 3) Perusahaan dan pelanggan tidak bertemu secara langsung
Melakukan interaksi melalui sarana tertentu seperti telepon.

3. Indikator Lokasi

Beberapa indikator lokasi adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2000):

- 1) Akses terjangkau, hal ini dapat menjadi faktor yang sangat penting untuk mempertimbangkan dalam memilih lokasi. Dengan adanya akses yang dekat dengan rumah sakit ataupun universitas akan menjadi nilai tambahan dari konsumen.
- 2) Visibilitas, keadaan lokasi yang akan mempengaruhi konsumen dimulai dari lingkungan pekerjaannya sampai dengan kemudahan fisik bangunan.

- 3) Fasilitas area parkir, konsumen membutuhkan tempat aman untuk kendaraan supaya terhindar dari hal yang tidak diinginkan.
- 4) Dekat sarana umum, seperti kampus yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakannya.

2.2. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil pencarian terhadap penelitian yang dilakukan berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Pada BMT Mazaya (Studi Kasus Anggota Tabungan BMT Mazaya)”. Penelitian ini telah dilakukan peneliti sebelumnya dengan subjek, objek, dan hasil yang berbeda-beda. Di bawah ini beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan rujukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Fida, (2020)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fida & Ahmed, (2020) dengan metode kuantitatif dan diperoleh 120 sampel dengan judul “*Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman*”. Teknik pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner dan menggunakan metode *convenience sampling* serta teknik analisis data menggunakan bantuan software SPSS. Variabel bebas dalam penelitian tersebut adalah *service quality* dan *customer loyalty*. Sedangkan variabel terikat yakni *customer satisfaction*. Hasil korelasi dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan signifikan antara ketiga variabel yaitu kualitas layanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Sementara hasil regresi menyatakan

bahwa dimensi empati dan daya tanggap mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Zakiyah & Wahab (2022)

Dengan metode kuantitatif-inferensial yang diperoleh 77 sampel dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Attitude*, Lokasi dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sirap Juai Kab. Balangan)”. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan sampel yang dipilih secara acak (*random*) dengan menerapkan statistik deskriptif dan regresi berganda. Variabel independennya ialah literasi keuangan, *financial attitude*, lokasi dan religiusitas. Sedangkan variabel dependen adalah minat. Dengan hasil variabel literasi keuangan dan lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

3. Natalia (2023)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Natalia, (2023) menggunakan metode kuantitatif dan diperoleh 100 sampel berjudul “Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Anggota Pada Credit Union Semarang TP Entikong Kabupaten Sanggau”. Teknik pengumpulan datanya berupa wawancara dan penyebaran kuesioner dan menggunakan metode *sampling incidental*. Dimana teknik analisis data menggunakan bantuan software SPSS 22. Variabel independennya adalah daya tarik promosi, kualitas pelayanan dan lokasi. Sementara variabel dependen yaitu keputusan menabung. Hasil penelitian yang dilakukan ialah variabel daya tarik

promosi, kualitas pelayanan dan lokasi semakin baik dalam meningkatkan keputusan menabung anggota.

4. Alfian & Hermawan (2023)

Memperoleh 96 responden dengan metode kuantitatif yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT BPR LPN Tarantang Dharmasraya”. Teknik analisis data menggunakan uji kualitas data, analisis deskriptif, asumsi klasik, regresi berganda, dan uji t. Lokasi dan promosi menjadi variabel independent. Kemudian variabel dependentnya adalah keputusan menabung. Hasil dari penelitian ini adalah variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap PT BPR LPN Tarantang Dharmasraya.

5. Zidni & Fitanto (2022)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zidni & Fitanto, (2022) menggunakan metode kuantitatif dan diperoleh 100 responden berjudul “Pengaruh Bagi Hasil, Literasi Keuangan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Koperasi BMT UGT Sidogiri Kecamatan Sukun Kota Malang”. Metode analisis datanya dengan pendekatan inferensial melalui regresi berganda, uji *goodness of fit*, uji asumsi klasik, uji validitas, dan uji reliabilitas. Variabel bebas terdiri dari bagi hasil, literasi keuangan dan kepercayaan. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan. Dimana literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di BMT Sidogiri.

6. M. Mudavi Al-Haqqi (2021)

Penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Mudharabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada BSI KC Dumai” dengan metode kuantitatif yang memperoleh 116 responden. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *sampling incidental*. Sedangkan pengujian datanya menggunakan bantuan SPSS versi 21 dan 24 for windows. Variabel independen yakni kualitas pelayanan dan produk mudharabah. Sementara variabel dependen adalah keputusan. Hasil penelitian ini, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di BSI KC Dumai.

7. Suwanto & Anggraini (2019)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suwanto & Anggraini, (2019) menggunakan metode kuantitatif dan kaulitatif dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung di BMT Adzkiyah Khidmatul Ummah di Kota Metro”. Metode penelitian ini menggunakan metode penjelasan atau *explanatory research* dan pengambilan sampel ini dengan metode *accidental sampling*. Variabel independen terdiri dari kualitas produk tabungan, lokasi dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan nasabah. Hasil dalam penelitian tersebut, variabel lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

8. Ulfa & Sulistyorini (2018)

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif yang diperoleh 100 sampel dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Kasus PT BPD

Jawa Tengah KC Pembantu Syariah UNISSULA)”. Pengambilan sampel ini dengan metode *purposive sampling*. Sedangkan pengujian datanya menggunakan bantuan software SPSS. Kualitas produk, kualitas layanan, lokasi, dan promosi menjadi variabel bebasnya. Sementara variabel terikat adalah keputusan. Dengan hasil kualitas layanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada KC Pembantu Syariah UNISSULA.

9. Fadhilah Nur Mustika (2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah Nur Mustika, (2023) menggunakan metode kuantitatif dan diperoleh 100 responden yang berdomisili Jawa Barat berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Bagi Hasil, Pendapatan, dan Kualitas Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan Menabung Generasi Milenial di Bank Syariah”. Metode pengambilan sampelnya memakai *purposive sampling* dan metode analisis uji statistik regresi linier berganda. Literasi keuangan syariah, bagi hasil, pendapatan, dan kualitas layanan adalah variabel independent. Sedangkan variabel dependen adalah keputusan menabung. Literasi keuangan syariah dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung generasi milenial pada bank syariah menjadi hasil dari peneliti lakukan.

10. Faruq & Jennah (2023)

Dengan melalui metode kuantitatif diperoleh 98 responden yang judulnya “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong”. Metode pengambilan sampelnya dengan *accidental sampling* dan

analisis statistik. Variabel independent dalam penelitian tersebut adalah kualitas pelayanan, kualitas produk. Variabel dependen yakni keputusan menabung. Sedangkan hasil penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

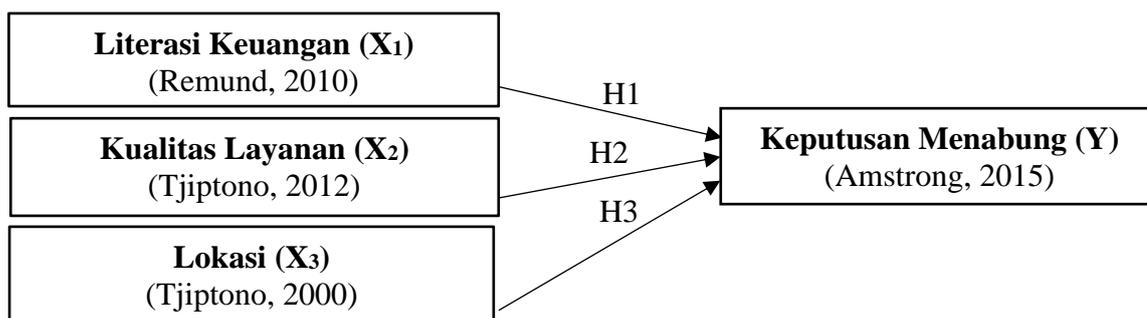
11. Furnawati (2022)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Furnawati, (2022) menggunakan metode kuantitatif yang diperoleh sampel 100 orang dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Kabupaten Bungo”. Teknik pengumpulan datanya dengan penyebaran kuesioner dan data perkembangan perbankan syariah OJK. Serta teknik analisis data menggunakan bantuan software SPSS. Pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan dijadikan variabel independen. Sedangkan variabel dependent merupakan keputusan menabung. Dengan memiliki hasil, literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah.

2.3. Kerangka Teoritis

Di bawah ini adalah kerangka pemikiran yang di deskripsikan oleh peneliti untuk membantu dalam memahami arah tujuan dari penelitian ini.

Gambar 2. 1
Model Kerangka Pemikiran



2.4. Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran tersebut, dapat dibuat rumusan satu hipotesis yang mana adalah suatu dugaan sementara pada saat menguji satu penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Hubungan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menabung

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang yang berdampak pada sikap dan perilaku dalam penggunaan dan pengelolaan keuangan pribadi dengan tepat. Mengelola keuangan merupakan hal penting dalam kehidupan sehari-hari untuk memprediksi permasalahan keuangan dikemudian hari. Literasi keuangan juga dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan menabung. Sedangkan keputusan menabung adalah adanya kegiatan seseorang yang ikut serta dalam menerapkan produk yang ditawarkan dan dilakukan melalui beberapa pemilihan.

Menurut penelitian Zakiyah & Wahab (2022) dan Fadhilah Nur Mustika, (2023) dan Furnawati, (2022) yang menyatakan variabel literasi keuangan menghasilkan pengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah. Serta penelitian Zidni & Fitanto (2022) menyampaikan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung BMT Sidogiri. Sehingga dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Literasi Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya (Y).

2. Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung

Kegiatan ekonomi selalu terlibat dalam pelayanannya. Kualitas pelayanan ditentukan oleh sumber daya manusia yang melakukan

pelayanan tersebut. Dalam lembaga keuangan, karyawan merupakan yang terpenting dalam melaksanakan pelayanan terhadap anggota. Anggota yang merasa puas akan layanan yang diberikan, akan berdampak pada minat mereka untuk menjadi anggota yang aktif dalam menabung dan melaksanakan kewajiban pembiayaan secara bertanggung jawab.

Penelitian yang dilakukan oleh M. Mudavi Al-Haqqi (2021) dan Faruq & Jennah (2023) kualitas layanan adanya pengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah. Maka dapat dirumuskan hipotesis:

H₂: Kualitas Layanan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya (Y).

3. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung

Lokasi bank menjangkau keberadaan masyarakat dijadikan sebagai faktor anggota dalam memilih di lembaga keuangan. Kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi dengan keberadaan bank yang strategis di masyarakat memengaruhi keputusan menabung. Karena semakin dekat lokasi bank dengan nasabah, maka semakin besar keputusan nasabah untuk menabung. Dalam melakukan keputusan menabung, nasabah akan melakukan pengenalan masalah keuangan yang dihadapi, dengan mencari informasi untuk memudahkan nasabah dalam memilih beberapa pilihan.

Menurut penelitian Natalia (2023), Alfian & Hermawan (2023), Suwanto & Anggraini (2019), serta Ulfa & Sulistyorini (2018) lokasi

berpengaruh signifikan pada keputusan menabung. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Lokasi (X₃) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya (Y).

4. Hubungann Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung

Dirumuskan dengan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif, yaitu dalam proses pelaksanaannya dengan angka, baik dalam pengumpulan data, penafsiran, hingga kesimpulannya (Machali, 2021). Pada jenis penelitian ini, lebih banyak menampilkan angka-angka yang disertai dengan gambar, tabel, grafik, dan lainnya.

Berdasarkan jenis penelitiannya, pendekatan ini terkait pada perkiraan teori-teori ataupun dugaan sementara dalam perhitungan setiap variabel penelitian secara numerik yang dapat diukur melalui alat-alat analisis statistik.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1. Lokasi Penelitian

Lokasi pelaksanaan berada pada Kantor BMT Mazaya Kampus FEBI UIN RMS Surakarta yang beralamat di Jl. Pandawa, Dusun IV, Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah 57168.

3.2.2. Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian dimulai pada September 2023 hingga proses pengerjaan berakhir.

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Skor seluruh individu yang kepribadiannya akan diteliti seperti orang, institusi dan benda disebut populasi (Sahir, 2022). Populasi juga didefinisikan

sebagai seluruh objek yang akan diteliti. Anggota tabungan pada BMT Mazaya sebagai populasi dalam penelitian ini.

3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan teknik pengambilan sampling (Purwanza, 2022). Dimana sampel merupakan beberapa populasi yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *non-probability sampling*. Dimana pengambilan sampelnya yang tidak mendapat kesempatan yang sama untuk setiap unsur yang telah dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *purposive sampling*, dimana terdapat batas berdasarkan kriteria tertentu yang akan dijadikan sampel penelitian serta adanya pertimbangan tertentu. Pertimbangan peneliti terkait sampel yang sesuai, bermanfaat dan diakui bisa mewakili suatu populasi.

Pertimbangan tersebut yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Anggota Aktif Tabungan BMT Mazaya

Untuk menentukan seberapa banyaknya sampel yang akan diteliti dapat diperhitungkan dengan menerapkan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Total populasi

E = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

1 = Konstanta

e = *Error Level* (tingkat kesalahan 5% atau 0,05)

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{250}{1 + 250 (0,05)^2} \\
 &= \frac{250}{1 + 250 (0,0025)} \\
 &= \frac{250}{1 + 0,625} = 153,8
 \end{aligned}$$

Demikian ukuran sampel yang akan digunakan adalah 154 responden atau 61,6%.

3.4. Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, diperoleh dari responden berbentuk angka yang diolah dengan metode statistik. Data primer dan sekunder menjadi sumber data dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung, seperti wawancara, pengisian kuesioner dan berupa pengamatan suatu objek. Sementara yang tidak langsung adalah data sekunder, seperti laporan keuangan, buku ataupun jurnal.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner atau angket. Kuesioner yaitu kumpulan data dari beberapa pertanyaan yang disusun sistematis pada objek penelitian yang sesuai dengan variabel penelitian (Salim, 2022). Untuk memperoleh data dari penelitian, maka kuesioner disebarikan pada responden. Responden merupakan beberapa orang yang menjawab atas pertanyaan yang diajukan. Skala yang digunakan oleh peneliti adalah skala *likert* dengan bentuk kuesioner tertutup. Menurut Sugiyono, (2013) penelitian ini menggunakan instrument kuesioner dengan skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Teknik kuesioner tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan menabung anggota BMT Mazaya.

3.6. Variabel Penelitian

3.6.1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut sebagai variabel terikat yang merespon perubahan dalam variabel independent (Heriyanto, 2022) . Adapun variabel terikat nya adalah keputusan menabung.

3.6.2. Variabel Independen (X)

Variabel independen diartikan mendahului. Variabel independent adalah variabel sebab atau sesuatu yang mengkondisikan terjadinya perubahan dalam variabel lain (Heriyanto, 2022). Variabel bebas terdiri dari literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi.

3.7. Definisi Operasional Variabel

Tujuan definisi operasional variabel untuk menetapkan bentuk indikator yang memudahkan pada saat membahas penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan dapat dikatakan sebagai salah satu proses kegiatan seseorang untuk meningkatkan pengetahuan dalam mengelola keuangan. Adanya literasi keuangan, menambah pemahaman terkait pengelolaan keuangan yang baik dan bijak (Sari, 2023).	a. Pengetahuan b. Kemampuan c. Sikap d. Kepercayaan	Skala Likert
Kualitas Layanan (X2)	Kualitas layanan merupakan suatu keahlian perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen agar memberikan kepuasan konsumen. Kualitas layanan juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan seseorang untuk memberikan kepuasan konsumen (Cesariana, 2022).	a. <i>Reliabilitas</i> b. <i>Responsivitas</i> c. <i>Assurance</i> d. <i>Empathy</i> e. <i>Tangible</i>	Skala Likert
Lokasi (X3)	Lokasi adalah tempat beroperasi perusahaan dalam melakukan kegiatannya untuk menghasilkan keuntungan ekonomi atas produk dan jasa yang ditawarkan (Cynthia, 2022).	a. Akses terjangkau b. Visitabilitas c. Fasilitas area parkir d. Dekat sarana umum	Skala Likert
Keputusan Menabung (Y)	Suatu bagian dari perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan, seperti adanya tindakan yang	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif	

	berkaitan langsung dengan hasil dan persepsi akan produk maupun jasa, (Marbun, 2022).	d. Keputusan pembelian e. Perilaku setelah pembelian	Skala Likert
--	---	---	--------------

3.8. Teknik Analisis Data

Dalam meningkatkan rancangan penelitian, data yang didapat akan dianalisis menggunakan alat statistika melalui SPSS 25. Beberapa perhitungan-perhitungan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

3.8.1. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Yaitu satu perhitungan yang menyatakan kebenaran variabel yang akan diteliti. Adanya uji validitas untuk mengukur data yang diperoleh, agar dapat diketahui apakah data tersebut valid ataupun tidak dengan cara alat ukur melalui kuesioner. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengujian ini untuk mengukur instrumen-instrumen dalam kuesioner. Dalam menentukan instrumen tersebut valid ataupun tidak, maka terdapat beberapa ketentuan dalam mengambil keputusan, yaitu:

a. $r_{hitung} > r_{tabel}$, dapat diartikan valid

b. $r_{hitung} < r_{tabel}$, dikatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kesesuaian alat ukur yang bisa diandalkan bila perhitungan berulang kali. Hal tersebut menggambarkan perhitungan atribut yang diulang akan memberikan hasil yang sama ataupun mendekati sama. Perhitungan dengan cara *Alpha Cronbach* digunakan untuk mengetahui reliabilitas. Apabila skor *Alpha*

Cronbach > 0,60 maka dapat dikatakan reliabel. Serta memberikan konsistensi responden saat mengisi jawaban kuesioner.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Digunakan untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal tidaknya. Data yang baik adalah yang mempunyai bentuk distribusi normal. Metode yang digunakan pada uji normalitas setiap variabel ialah *Kolmogorov Smirnov*, dengan ketentuannya adalah:

- a. Nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut terdistribusi normal.
- b. Nilai signifikansi < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji tersebut dilakukan untuk melihat ada tidaknya ikatan antar variabel bebas. Metode *Variance Inflation Factor* dan *Tolerance* digunakan dalam mengamati *multikolinearitas*. Apabila nilai VIF < 10, maka tidak terdapat *multikolinearitas*. Masalah *multikolinearitas* juga dapat ditentukan melalui nilai tolerance. Yang mana jika TOL semakin mendekati 0 diduga terdapat *multikolinearitas*, sementara jika nilai TOL dekat dengan angka 1 maka tidak terdapat *multikolinearitas*.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji *heterokedastisitas* mempunyai tujuan untuk menghitung terjadinya ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke yang lain. Uji ini dapat dihitung menggunakan pengujian koefisien. Langkah yang harus dilakukan yaitu dengan menguji ada tidaknya masalah pada *heterokedastisitas* dalam hasil regresi melalui korelasi *Spearman*.

Di bawah ini kriteria dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut tidak terdapat *heterokedastisitas*.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut ada *heterokedastisitas*.

3.8.3. Uji Ketetapan Model

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dipergunakan dalam memperkirakan hubungan antar variabel. Pengujian regresi berganda adalah dengan menghitung setiap variabel X (X_1, X_2, X_3, \dots dst) terhadap variabel Y. Adanya analisis tersebut untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yang berkaitan baik buruknya. Serta untuk menduga terjadinya kenaikan atau penyusutan variabel independen yang memberikan pengaruh variabel dependen.

Persamaan regresi berganda dapat dijabarkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Keputusan Menabung

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi dari X_1

β_2 : Koefisien regresi dari X_2

β_3 : Koefisien regresi dari X_3

X_1 : Literasi keuangan

X_2 : Kualitas layanan

X_3 : Lokasi

e : *error term* (kesalahan pengganggu)

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian yang digunakan untuk mengidentifikasi ada tidak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Hal tersebut dibuktikan melalui perhitungan F_{hitung} dan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini yakni:

H_0 : Variabel bebas tidak mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

H_a : Variabel bebas memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan:

R : Koefisien korelasi berganda

k : jumlah variabel independen

n : jumlah anggota sampel

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 berarti untuk memahami besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Bila koefisien determinasi pada model regresi terus mengecil maupun mendekati nilai 0, artinya semakin kecil pengaruh semua variabel

bebas terhadap variabel terikat. Serta jika nilai R^2 mendekati 100% maka semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dimana rumus dari koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\text{KP} = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP : Nilai koefisien determinasi

R^2 : Nilai koefisien korelasi

3.8.4. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial adalah pengujian terhadap koefisien regresi untuk melihat signifikansi pada tiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Hipotesis yang digunakan sebagai berikut:

H_0 : $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh antar variabel dependent terhadap variabel independent.

H_a : $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antar variabel dependent terhadap variabel independent.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Wilayah Penelitian

4.1.1. Sejarah BMT Mazaya

BMT Mazaya adalah salah satu laboratorium LKS dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Dimana fakultas bekerja sama dengan BMT Amanah Ummah (BMT AUM). BMT Mazaya disini berkedudukan sebagai kantor kas dan bukan termasuk kantor cabang dari BMT AUM. Oleh karena itu, produk yang bisa ditawarkan adalah produk simpanan, namun jika nasabah menginginkan pembiayaan tetap dapat diarahkan serta didampingi ke kantor cabang terdekat.

BMT Mazaya memberdayakan UMKM yang berada di sekitar kawasan kampus, untuk menjadi marketing Funding BMT Mazaya. BMT Mazaya ini memiliki UMKM binaan yang diperoleh dari hasil sinergitas antara BMT Mazaya dengan laboratorium fakultas. Adanya BMT Mazaya sebagai sahabat UMKM ini memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha di sekitar Kampus UIN dalam pembiayaan atau penyimpanan tabungan.

Peran dari BMT Mazaya sendiri adalah memberi masalah kepada masyarakat sekitar UIN Raden Mas Said Surakarta. Yang mana mayoritas dari pelaku UMKM telah menjalin hubungan dengan BMT Mazaya, akses yang mudah dan metode jemput bola dari orang ke orang memudahkan pelaku UMKM untuk tetap menabung tanpa harus meninggalkan pekerjaan mereka.

4.1.2. Produk Simpanan BMT Mazaya

4. Simpanan Multiguna Akademik

Adanya beberapa keuntungan dalam simpanan multiguna akademik, yaitu:

- a. Akses BMT Mobile (payBMT)
- b. Bisa diambil kapanpun
- c. Tanpa biaya administrasi bulanan
- d. Mendapat bonus bulanan (bagi hasil)
- e. Ikut serta dalam undian berhadiah

5. Simpanan Multiguna Syariah

Dalam simpanan multiguna syariah juga terdapat beberapa keuntungan, yaitu:

- a. Akses BMT Mobile (payBMT)
- b. Diambil saat jatuh tempo, dengan jangka waktu 1,2,3, tahun
- c. Tanpa biaya administrasi bulanan
- d. Mendapatkan bonus bulanan (bagi hasil) yang lebih besar
- e. Ikut serta dalam undian berhadiah dengan poin yang lebih besar

6. Simpanan Mudharabah Berjangka

Simpanan mudharabah berjangka juga terdapat beberapa keuntungan yang didapatkan oleh anggota, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Akses BMT Mobile (payBMT)
- b. Diambil saat jatuh tempo, dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan
- c. Tanpa biaya administrasi bulanan

- d. Mendapatkan bonus bulanan (bagi hasil) yang lebih besar
- e. Diikutkan dalam undian berhadiah dengan poin yang lebih besar

4.2. Analisis Deskriptif Statistik

4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	38	24,7%
Perempuan	116	75,3%
Jumlah	154	100%

Berdasarkan data diatas, dari 154 anggota BMT Mazaya lebih banyak yang bergender perempuan yaitu 116 orang atau 75,3%. Sedangkan laki-laki mempunyai jumlah sebanyak 38 orang atau 24,7%.

2. Umur

Tabel 4.2
Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
17-21	35	22,7%
22-26	24	15,6%
27-31	6	3,9%
32-36	11	7,1%
>37	78	50,65%
Jumlah	154	100%

Dari table diatas dapat dilihat bahwa responden lebih banyak yang berumur >37 dengan jumlah 78 orang atau 50,65% responden. Sedangkan paling sedikit pada umur 27-31 sejumlah 6 atau 3,9% responden yang menjadi anggota BMT Mazaya.

3. Pekerjaan

Tabel 4.3
Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	56	36,4%
Karyawan Swasta	2	1,3%
Wiraswasta	54	35,1%
Ibu Rumah Tangga	24	15,6%
PNS/TNI/POLRI	0	0%
Lainnya	18	11,7%
Jumlah	154	100%

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan mayoritas pekerjaan anggota BMT Mazaya yaitu pelajar/mahasiswa dengan 56 orang atau 36,4%, wiraswasta sebanyak 54 atau 35,1% responden.

4.2.2. Statistik Deskriptif

Pengolahan statistik yang menggambarkan pada objek yang diamati berdasarkan data sampel ataupun populasi. Serta pada uji tersebut dapat membentuk tabel, grafik, ataupun diagram.

Berikut ini adalah hasil pengujian deskriptif dari setiap variabel yang digunakan:

Tabel 4.4
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	154	21	40	32,87	2,641
Kualitas Layanan	154	31	50	41,68	3,016
Lokasi	154	24	40	33,19	2,966
Keputusan	154	25	50	39,61	3,605
Valid N (listwise)	154				

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Dari hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwasanya variabel literasi keuangan memiliki nilai minimum 21 dan maksimum 40 serta mean sebesar 32,87. Sedangkan standar deviasinya adalah 2,641 dimana lebih rendah dari mean yang artinya perbedaan penyimpangan data maksimum dan minimum adalah sebesar 2,641.

Variabel kualitas layanan mempunyai nilai minimum 31 dan maksimum 50 serta mean sebesar 41,68. Sedangkan standar deviasinya adalah 3,016. Std. Deviation lebih kecil dari mean yang berarti selisih penyimpangan data minimum dan maksimumnya adalah sebesar 3,016.

Variabel lokasi memiliki jumlah minimum 24 dan maksimum 40 dan mean 33,19. Sedangkan standar deviasinya adalah sebesar 2,966 yang mana lebih rendah dari mean yang artinya perbedaan penyimpangan data minimum dan maksimumnya adalah 2,966.

Sedangkan variabel keputusan mempunyai nilai minimum 25 dan maksimum 50 serta rata-rata sebesar 39,61. Sedangkan standar deviasinya adalah 3,605 lebih kecil dari mean yang berarti perbedaan penyimpangan data minimum dan maksimumnya adalah sebesar 3,605.

4.3. Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.3.1. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna menentukan seberapa akurat dan tepatnya suatu instrumen yang dilakukan dengan menghitung r_{hitung} atau nilai pearson corelation dengan r_{tabel} . Item dapat dikatakan valid jika nilai

$r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan item dianggap tidak valid jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Ukuran sampel penelitian ini adalah 154 responden dengan:

$$\begin{aligned} Df &= n-2 \\ &= 154 - 2 \\ &= 152 \end{aligned}$$

Sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,158 dengan taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1	0,587	0,158	Valid
	X1.2	0,466	0,158	Valid
	X1.3	0,688	0,158	Valid
	X1.4	0,495	0,158	Valid
	X1.5	0,615	0,158	Valid
	X1.6	0,544	0,158	Valid
	X1.7	0,585	0,158	Valid
	X1.8	0,503	0,158	Valid
Kualitas Layanan	X2.1	0,556	0,158	Valid
	X2.2	0,703	0,158	Valid
	X2.3	0,616	0,158	Valid
	X2.4	0,552	0,158	Valid
	X2.5	0,456	0,158	Valid
	X2.6	0,595	0,158	Valid
	X2.7	0,594	0,158	Valid
	X2.8	0,696	0,158	Valid
	X2.9	0,550	0,158	Valid
	X2.10	0,668	0,158	Valid
Lokasi	X3.1	0,525	0,158	Valid
	X3.2	0,575	0,158	Valid
	X3.3	0,632	0,158	Valid
	X3.4	0,683	0,158	Valid
	X3.5	0,682	0,158	Valid
	X3.6	0,662	0,158	Valid

	X3.7	0,666	0,158	Valid
	X3.8	0,463	0,158	Valid
Keputusan	Y.1	0,669	0,158	Valid
	Y.2	0,613	0,158	Valid
	Y.3	0,575	0,158	Valid
	Y.4	0,496	0,158	Valid
	Y.5	0,605	0,158	Valid
	Y.6	0,548	0,158	Valid
	Y.7	0,512	0,158	Valid
	Y.8	0,492	0,158	Valid
	Y.9	0,626	0,158	Valid
	Y.10	0,580	0,158	Valid

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil olah data diatas, dapat diketahui r_{hitung} dari tiap butir pertanyaan variabelnya mempunyai nilai lebih besar daripada $r_{tabel} = 0,158$. Sehingga, $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang berarti valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur peneliti guna mengevaluasi konsistensi kuesioner. Peneliti dapat menentukan seberapa reliabel suatu instrumen dalam menilai suatu gejala dengan menggunakan uji reliabilitas. Dengan taraf signifikansi 5% pendekatan Cronbach's Alpha digunakan dalam uji reliabilitas penelitian ini.

Skala pengukuran yang reliabel s mempunyai nilai $CA > 0,60$. Nilai dependability dianggap kurang dependable jika $< 0,60$ dan dapat diterima 0,70 serta baik jika $> 0,80$.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Literasi Keuangan	0,678	0,60	Reliabel
2.	Kualitas Layanan	0,800	0,60	Reliabel
3.	Lokasi	0,746	0,60	Reliabel
4.	Keputusan	0,756	0,60	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Hasil dari uji reliabilitas diatas menggambarkan bahwa literasi keuangan (X_1), kualitas layanan (X_2), lokasi (X_3), dan keputusan menabung (Y) mempunyai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Artinya konsep pengukuran tiap variabel dari kuesioner ialah reliabel. Yang mana variabel tersebut pantas dijadikan alat uji.

4.3.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Data dikatakan normal ataupun tidak dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnof* (KS). Yang mana dengan asumsi, bila nilai signifikansi $> 0,05$ maka distribusi data nya dapat diartikan normal.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		154
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,60417960
Most Extreme Differences	Absolute	0,052
	Positive	0,052
	Negative	-0,039
Test Statistic		0,052
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan hasil *kolmogrov-smirnov* dengan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang berarti signifikan. Hal itu dikarenakan nilai *kolmogrov-smirnov* > 0,50. Sehingga dengan data yang diperoleh diatas dapat dikatakan data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan guna melihat model regresi ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Dimana regresi yang baik ialah tidak terjadi multikolinearitas. Kriteria pengujiannya dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor*:

- 1) $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas pada data yang di uji.
- 2) $VIF > 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,925	3,359		0,275	0,783		
	X1.Total	0,399	0,092	0,292	4,337	0,000	0,767	1,304
	X2.Total	0,348	0,089	0,291	3,923	0,000	0,633	1,579
	X3.Total	0,334	0,090	0,275	3,708	0,000	0,632	1,582

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Hasil uji diatas menunjukkan masing-masing nilai VIF pada variabel independen < 10. Dimana variabel literasi keuangan memiliki VIF 1,304, kualitas layanan 1,579 dan lokasi memiliki VIF 1,582. Kesimpulan dari pengujian diatas yaitu tidak terhubung multikolinearitas antar variabel bebas dengan variabel terikat.

3. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas terjadi akibat perubahan kondisi yang tidak terlihat dalam uraian model regresi. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4 9
Hasil Uji Heterokedastisitas

Spearman's rho	X1.Total	Correlation Coefficient	1,000	0,321	0,332	-0,083
		Sig. (2-tailed)	.	0,000	0,000	0,305
		N	154	154	154	154
	X2.Total	Correlation Coefficient	0,321	1,000	0,449	-0,070
		Sig. (2-tailed)	0,000	.	0,000	0,390
		N	154	154	154	154
	X3.Total	Correlation Coefficient	0,332	0,449	1,000	-0,098
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	.	0,226
		N	154	154	154	154
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-0,083	-0,070	-0,098	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,305	0,390	0,226	.
		N	154	154	154	154

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa pengujian ini menggunakan metode uji rank spearman dengan hasil heterokedastisitas dari literasi keuangan 0,305, kualitas layanan 0,390 dan lokasi 0,226. Setiap variabel nilai heterokedastisitas $> 0,05$ artinya model ini tidak terjadi heterokedastisitas.

4.3.3. Uji Ketetapan Model

1. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	0,925	3,359		0,275	0,783
	Literasi Keuangan	0,399	0,092	0,292	4,337	0,000
	Kualitas Layanan	0,348	0,089	0,291	3,923	0,000
	Lokasi	0,334	0,090	0,275	3,708	0,000

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan output diatas, dapat dibentuk persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 0,925 + 0,399X_1 + 0,348X_2 + 0,334X_3 + e$$

Kesimpulan dari persamaan diatas adalah:

- Nilai a adalah 0,925 diartikan jika nilai Y sebesar 0,925 apabila tidak ada variabel lain yang mempengaruhi, variabel lain dianggap 0.
- Nilai b1 adalah 0,399 artinya jika nilai X1 (Literasi Keuangan) naik sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan nilai Y 0,399.
- Nilai b2 adalah 0,348 yang berarti jika nilai X2 (Kualitas Layanan) meningkat sebesar 1% maka akan terjadi kenaikan nilai Y 0,348.
- Nilai b3 adalah 0,334 yang berarti jika nilai X3 (Lokasi) meningkat sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan nilai Y 0,334.

Demikian, dapat diartikan setiap variabel mempunyai kenaikan untuk memengaruhi keputusan anggota menabung pada BMT Mazaya.

2. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui faktor independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen. Kriteria dalam menentukan ada tidaknya pengaruh dalam uji F ini bila $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan artian variabel bebas memengaruhi variabel terikat secara bersama.

Tabel 4.11
Hasil Uji F (Simultan)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	951,015	3	317,005	45,827	0,000
	Residual	1037,608	150	6,917		
	Total	1988,623	153			

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Hasil output uji simultan diperoleh nilai F_{hitung} 45,827 dengan nilai signifikansi 0,000. Dimana dengan tingkat signifikansi 5% dan $dfn1 = 3$ dan $dfn2 = 150$ diperoleh F_{tabel} sebesar 2,66. Demikian nilai F_{hitung} (45,827) $> F_{tabel}$ (2,66) dapat disimpulkan ketiga variabel memiliki pengaruh terhadap keputusan anggota untuk menabung di BMT Mazaya secara simultan.

3. Koefisien Determinasi

Ukuran statistik yang dipergunakan untuk menilai apakah dua variabel berhubungan dengan menggunakan uji tersebut, khususnya dengan memeriksa nilai absolut dari koefisien yang mana dapat menentukan seberapa dekat hubungan dua variabel.

Tabel 4.12
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,692	0,478	0,468	2,630

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan output tersebut, besarnya nilai koefisien determinasi diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,468 atau 46,8%. Maka 46,8% menunjukkan bahwa keputusan menabung dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi. Sedangkan selebihnya yaitu sebanyak 53,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat pada model regresi ini.

4.3.4. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t adalah yang digunakan untuk menguji variabel bebas apakah mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya faktor independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4 13
Hasil Uji T (Parsial)

	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	0,925	3,359		0,275	0,783
	Literasi Keuangan	0,399	0,092	0,292	4,337	0,000
	Kualitas Layanan	0,348	0,089	0,291	3,923	0,000
	Lokasi	0,334	0,090	0,275	3,708	0,000

Sumber: Olah Data SPSS 25, 2024

Pada hasil uji diatas, variabel literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 4,337 > t_{tabel} 1,975$.

Sedangkan keputusan menabung pada BMT Mazaya juga dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas layanan dengan $t_{hitung} 3,923 > t_{tabel} 1,975$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya seperti dapat dilihat pada tabel diatas, dengan $t_{hitung} 3,708 > t_{tabel} 1,975$ dan nilai signifikansi lokasi adalah $0,000 < 0,05$.

4.4. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis dengan bantuan SPSS 25 menunjukkan bahwa data yang diperoleh di uji dengan uji validasi dan reliabilitas terhadap semua variabel. Dengan hasil seluruh data yang dipergunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel, dibuktikan pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ disertai dengan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Maka untuk menjawab hipotesis dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menabung di BMT Mazaya

Literasi keuangan merupakan suatu bentuk investasi jangka panjang yang sangat bermanfaat dalam mengelola keuangan untuk masa yang akan datang. Jika tingkat literasi keuangan seseorang tinggi, maka semakin baik keputusan anggota untuk menabung dalam mengatur keuangannya. Berdasarkan rumusan masalah pertama yaitu apakah ada pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan

menabung di BMT Mazaya, pengujian pertama dilakukan dengan uji parsial. Dalam rumusan pertama, uji t dilakukan terhadap variabel X_1 yaitu literasi keuangan terhadap variabel Y keputusan menabung.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel X_1 memiliki koefisien positif, jika literasi keuangan mengalami peningkatan maka akan mendorong peningkatan variabel keputusan menabung. Sementara dalam uji parsial, variabel literasi keuangan memperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,337 > 1,975$. Maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel literasi keuangan (X_1) terhadap variabel keputusan (Y) untuk menabung di BMT Mazaya. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Mazaya.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Zidni & Fitanto (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BMT Sidogiri.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung di BMT Mazaya

Kualitas adalah suatu hal yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan anggota. Sedangkan layanan yaitu suatu bentuk kegiatan karyawan untuk memenuhi kebutuhan anggota. Maka, kualitas layanan merupakan hal yang sangat berdampak terhadap keputusan anggota untuk menabung di BMT Mazaya. Serupa dengan sebelumnya, pengujian kedua ini juga dilakukan dengan menggunakan uji

parsial. Uji t dilakukan terhadap variabel X_2 yaitu kualitas layanan terhadap variabel Y keputusan menabung.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel X_2 memiliki koefisien yang positif, artinya jika kualitas layanan baik maka akan memengaruhi keputusan anggota untuk menabung di BMT Mazaya. Sementara dalam uji parsial, variabel kualitas layanan memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} lebih $> t_{tabel}$ yaitu $3,923 > 1,975$. Jadi, dapat diketahui pula bahwa adanya pengaruh positif dari variabel kualitas layanan (X_2) terhadap variabel keputusan (Y) untuk menabung di BMT Mazaya. Selain itu, dapat diartikan juga bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga, kesimpulannya adalah variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Mazaya.

Hasil dari penelitian ini juga sepeham yang dilakukan oleh M. Mudavi Al-Haqi (2021) mempunyai hasil penelitian bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BSI KC Dumai.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menabung di BMT Mazaya

Lokasi adalah hal utama untuk dijadikan pertimbangan dalam memilih lokasi yang strategis, karena akan berdampak pada keputusan menabung anggota di BMT Mazaya. Berdasarkan rumusan masalah ketiga yaitu apakah ada pengaruh lokasi terhadap keputusan menabung di BMT Mazaya, pengujian ketiga ini masih dilakukan dengan menggunakan uji parsial. Uji t dilakukan terhadap variabel X_3 yaitu lokasi terhadap variabel Y keputusan menabung.

Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan variabel X_3 memiliki koefisien positif, yang berarti jika lokasi mengalami peningkatan yang baik, maka mendorong peningkatan variabel keputusan menabung pada BMT Mazaya. Sedangkan dalam uji parsial, variabel lokasi memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,708 > 1,975$. Sehingga dapat dilihat bahwa adanya pengaruh yang positif dari variabel lokasi (X_3) terhadap variabel keputusan (Y) untuk menabung di BMT Mazaya. Selain itu, dapat diartikan juga bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga, ditarik kesimpulan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Mazaya.

Hasil penelitian Suwanto & Anggraini (2019) juga sejalan dengan penelitian ini yang memiliki variabel lokasi dan kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung di BMT Mazaya

Menabung merupakan perilaku menyisihkan sebagian uang untuk disimpan yang bertujuan guna mengelola keuangan tersebut. Berdasarkan rumusan masalah keempat yaitu apakah ada pengaruh literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan menabung di BMT Mazaya, pengujian dalam hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan uji f (simultan). Sehingga, berdasarkan hasil uji f dapat diketahui bahwa literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Mazaya secara simultan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Berdasarkan pemaparan hasil dan pembahasan, diambil kesimpulan:

1. Literasi Keuangan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Dapat dilihat dari hasil uji parsial memperoleh t -hitung $>$ t -tabel sebesar $4,337 > 1,975$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya H_1 diterima dan variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Apabila literasi keuangan tinggi, maka keputusan anggota untuk menabung pada BMT Mazaya juga akan meningkat dengan pengetahuan dasar pengelolaan keuangan.
2. Kualitas Layanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) memperoleh nilai t -hitung $>$ t -tabel yaitu $3,923 > 1,975$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Yang berarti variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya dan dinyatakan H_2 diterima. Jika kualitas layanan semakin baik, maka keputusan anggota untuk menabung pada BMT Mazaya juga akan meningkat karena dengan adanya peningkatan pada kualitas layanannya.

3. Lokasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Dapat dilihat dari hasil uji parsial memperoleh t -hitung $>$ t -tabel yaitu $3,708 > 1,975$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Yang mana dinyatakan H_3 diterima. Artinya lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Jika lokasi semakin strategis, maka akan menjadi salah satu faktor dan peningkatan keputusan anggota untuk menabung pada BMT Mazaya.
4. Literasi keuangan (X_1), kualitas layanan (X_2) dan lokasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji simultan yang memperoleh f -hitung $>$ f -tabel sebesar $45,827 > 2,66$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Berarti variabel literasi keuangan, kualitas layanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BMT Mazaya. Jika literasi keuangan tinggi, kualitas layanan semakin baik dan lokasi yang semakin strategis maka juga akan meningkatkan keputusan anggota untuk menabung pada BMT Mazaya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Ruang lingkup penelitian ini sekedar anggota aktif yang menabung pada BMT Mazaya
2. Peneliti tidak mampu meninjau tanggapan responden secara langsung, maka dimungkinkan adanya bias dalam pengisian kuesioner

5.3. Saran

Beberapa saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Perlu dilakukannya perluasan sosialisasi kepada anggota BMT Mazaya mengenai pengelolaan keuangan agar semakin baik. Serta bagi pihak BMT Mazaya agar tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang disampaikan dengan cepat dan tepat sesuai dengan keperluan dan keinginan anggota.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan memperdalam penelitian supaya mendapatkan keterangan yang lebih lengkap terkait aspek yang memengaruhi keputusan menabung pada BMT Mazaya. Yang mana dengan penambahan variabel ataupun indikator baru, seperti kepercayaan, bagi hasil ataupun religiusitas supaya mewujudkan gambaran yang lebih luas daripada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JurnalManajemen>
- Alfian, & Hermawan, R. (2023). Keputusan Nasabah Menabung di PT BPR LPN Tarantang Dharmasraya. *Jurnal Economina*, 2(3), 849–859.
- Amstrong, G. (2015). *Principles Of Marketing* (Cetakan 6). Pearson Australia.
- Aquino, A., Waldelmi, I., & ... (2022). Analisis Literasi Keuangan Syariah Tentang Riba Pada Anggota BMT/Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi* ..., 8(02), 1782–1791. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/2715>
- Asnaini & Yustati. (2017). *Lembaga Keuangan Syari'ah (Teori dan Praktiknya di Indonesia)* (Zulkarnain (Ed.); Cetakan 1). Pustaka Pelajar.
- Atmanegara, S. Y., Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, & Abadi Sanosra. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *JSMBI (Journal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(1), 79–89.
- Az-Zahra, K. N., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah (Studi pada Mahasiswa S1 Fe Universitas Sriwijaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1801–1809. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1995>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- F. Polla, L. Mananeke, R. T. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Fadhilah Nur Mustika, Y. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Bagi Hasil , Pendapatan , dan Kualitas Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami*, XIII(2), 98–110.
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, 3(1), 22–34.

- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Jurnal SAGE Open*, 10(2), 8–9. <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Furnawati, R., Ferawati, R., & Mubyarto, N. (2022). Pengaruh pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Kabupaten Bungo. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(4), 2684–7868. <https://bungokab.bps.go.id/>.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2), 23–35. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v4i2.1196>
- Hendarsyah, D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dan Keamanan Kartu Kredit Perbankan. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 85–96. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.204>
- Heriyanto, B. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi). In *Book* (5th ed.). Perwira Media Nusantara.
- Kotler, P. & K. (2012). *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Penerbit Erlangga.
- Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2021). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Disolo Raya. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 62–76. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.210>
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>
- Lucky Dwi Tamara, A. E. Y. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menabung Nasabah PT Bank Jatim KCP Untag Surabaya (Studi kasus pada produk tabungan simpeda di PT Bank Jatim KCP Untag Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–18.
- M. Mudavi Al-Haqqi, Tengku Mahesa Khalid, & Lestary Fitriayany. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Mudharabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Dumai. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 41–54. <https://doi.org/10.57113/his.v2i2.56>
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur* (Issue April). [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode Penelitian Kuantitatif %20Panduan Praktis Merencanakan%20Melaksa.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20Panduan%20Praktis%20Merencanakan%20Melaksa.pdf)
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature

- Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Mundhori, & Rohmah, F. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Kspps Bmt Mandiri Artha Syariah Sumberrejo. *Journal of Islamic Accounting and Finance*, II(1), 21–44. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/almuhasib/article/view/194>
- Natalia, O., Widya, U., Pontianak, D., Pelayanan, K., & Menabung, K. (2023). Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Anggota Pada Credit Union Semarang TP Entikong Kabupaten Sanggau. 7(11), 2349–2360.
- Ngaisah, Sukamdiani, M., & Fati'ah, P. T. (2022). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli Di Pt. Dimensi Putra Mandiri Colomadu Karanganyar. *Jurnal Wirausaha Dan Ilmu Ekonomi (WIRANOMIKA)*, 1(1), 34–53.
- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 303–312.
- Nurudin, A. & M. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2, 6.
- OJK. (2022). *Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Paulus. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Koperasi Simpan Pinjam (Ksp)*. September, 247–256.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591.
- Purwanza dkk., S. W. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In Munandar (Ed.), *CV. Media Sains Indonesia*. Penerbit Media Sains Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/363094958%0AMetodologi>
- Putri, M. N. (2022). Literasi Keuangan Syariah Dan Kinerja Umkm. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 81–87. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.240>
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

- Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Ruza, D. (2022). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama* ..., 2, 1–15.
<http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimpai/article/view/1238>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (Koryati (Ed.); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>
- Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung (Studi Pada Mahasiswa STIA YPPT PRIATIM Tasikmalaya Tahun Akademik 2017/2018). *Jurnal Manajemen*, 79–85.
- Srigustini, A., & Aisyah, I. (2021). Pengukuran Literasi Keuangan Sebagai Literasi Measurement of Financial Literacy As Basic Literacy in 21St Century Economic Learning. *Seminar Nasional UNRIYO “Strategi Mempertahankan Kualitas Penelitian Dan Publikasi Di Era Pandemi,”* 108–113.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta* (19th ed.). Penerbit Alfabeta.
- Supiani, S., Rahmat, F., & Budiman, F. (2021). Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 49.
<https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2618>
- Suwarto, S., & Anggraini, R. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung. *CAM Journal*, 3(2), 311–329.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32.
<https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Tjiptono, F., & C. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Andi Publiser.

- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi.
- Tonda, F., Muh. Radittya Hanif F, & Tuhu Setya Ning Tyas. (2022). Literature Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 509–519. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1114>
- Ulfa, D., & Sulistyorini, U. T. (2018). Prodi Perbankan Syariah , Jurusan Akuntansi , Politeknik Negeri Semarang. *Prodi Perbankan Syariah , Jurusan Akuntansi , Politeknik Negeri Semarang*, 8(1), 62–72.
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Zakiah, Z., & Wahab, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Lokasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sirap Juai Kab. Balangan). *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 124–144. <https://doi.org/10.61136/wye1jc11>
- Zidni, T. M., & Fitanto, B. (2022). Pengaruh Bagi Hasil Literasi Keuangan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Koperasi BMT UGT Sidogiri Kecamatan Sukun Kota Malang. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 331–344.

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

DATA RESPONDEN

Isilah data di bawah ini dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada salah satu pilihan jawaban:

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Umur :

Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa Ibu Rumah Tangga

Karyawan Swast PNS/TNI/Polri

Wiraswasta Lainnya

PETUNJUK PENGISIAN

Setiap satu pertanyaan hanya ada satu jawaban, responden cukup memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang telah disediakan. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat responden, dengan keterangan sebagai berikut:

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Kurang Setuju (KS)

4 : Setuju (S)

5 : Sangat Setuju (SS)

DAFTAR PERTANYAAN

LITERASI KEUANGAN (X1)							
No	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pengetahuan	Saya memahami pengetahuan tentang investasi syariah					
		Saya sadar perlu adanya pengelolaan keuangan dengan baik					
2.	Kemampuan	Saya mampu mengendalikan pengeluaran keuangan					
		Saya mampu menyisihkan sebagian uang saya untuk kepentingan darurat/mendesak					
3.	Sikap	Saya membuat catatan pengeluaran keuangan					
		Saya merencanakan dan mengelola keuangan dengan baik					
4.	Kepercayaan	Dengan menabung, saya dapat memanfaatkannya di masa yang akan mendatang					
		Menabung di BMT Mazaya terhindar dari riba					
KUALITAS LAYANAN (X2)							
No	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Reliabilitas</i>	BMT Mazaya memberikan kualitas layanan sesuai dengan yang dipromosikan					
		BMT Mazaya dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi anggota					
2.	<i>Responsivitas</i>	Pegawai BMT Mazaya memberikan informasi pelayanan dengan jelas					
		BMT Mazaya selalu bersedia membantu jika anggota dalam kesulitan					
3.	<i>Assurance</i>	BMT Mazaya menjamin dan menjaga kerahasiaan tabungan anggota					

		Pegawai BMT Mazaya memberikan rasa aman terhadap anggota ketika melakukan transaksi					
4.	<i>Empathy</i>	Pegawai BMT Mazaya selalu menyebut nama anggota dalam memberikan pelayanan					
		Pegawai BMT Mazaya memberikan solusi yang terbaik saat anggota mengalami masalah					
5.	<i>Tangible</i>	Pegawai BMT Mazaya memiliki penampilan yang baik dan sopan					
		BMT Mazaya mempunyai fasilitas ruang yang nyaman, bersih, dan tenang					
LOKASI (X3)							
No	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Akses terjangkau	Lokasi BMT Mazaya yang berada di ruang lingkup kampus					
		Akses menuju BMT Mazaya mudah dan tidak macet					
2.	Visibilitas	Lokasi BMT Mazaya yang strategis dan dekat dengan masyarakat sekitar					
		BMT Mazaya dapat terlihat jelas di dalam keramaian area kampus					
3.	Fasilitas area parkir	BMT Mazaya menyediakan area parkir yang memadai dan aman untuk anggota					
		Kondisi lingkungan sekitar BMT Mazaya berada di keramaian dan aman					
4.	Dekat sarana umum	Jangkauan ke BMT Mazaya mudah diakses dengan kendaraan bermotor					
		BMT Mazaya berada dilokasi yang sering di kunjungi mahasiswa					
KEPUTUSAN MENABUNG (Y)							

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pengenalan kebutuhan	Menjadi anggota BMT Mazaya sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
		Menjadi anggota BMT Mazaya karena adanya pertimbangan bagi hasil yang halal					
2.	Pencarian informasi	Sebelum menjadi anggota, saya mencari informasi terkait BMT Mazaya					
		Sebelum menjadi anggota BMT Mazaya, saya membandingkannya dengan BMT yang lain					
3.	Evaluasi alternatif	Sebagai anggota, saya akan merekomendasikan BMT Mazaya kepada teman-teman					
		Saya mempunyai keinginan untuk mencari jasa layanan yang berkualitas sama dengan BMT Mazaya					
4.	Keputusan pembelian	BMT Mazaya melakukan promosi yang menarik					
		Menjadi anggota BMT Mazaya karena dorongan dari kerabat dekat dan teman					
5.	Perilaku setelah pembelian	Saya merasa puas setelah menabung dan menjadi anggota BMT Mazaya					
		Saya merasa aman menabung di BMT Mazaya					

Lampiran 3: Responden Penelitian

No.	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Wahyu Septia Wulandari	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
2	Vinka	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
3	Ariant Zhyky Gebby C	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
4	Sahda Alfia	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
5	Isna Azizah	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
6	Rika Meliana	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
7	salma	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
8	Ana	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
9	Haniah Nur Azizah	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
10	Fitriani	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
11	Rio Ardie	Laki-laki	17-21	Pelajar/Mahasiswa
12	EVI NUR CAHYANTI	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
13	Ika Dina Rofika	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
14	Khanif Khoiriyah	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
15	Mufidda Arifah Rahmawati	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
16	shalsaanggraini01@gmail.com	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
17	Latifah	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
18	nauroh nazifah	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
19	Dian natalia	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
20	Ijahhhh	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
21	Silvia Rahmawati	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
22	Abdillah Damar Saputro	Laki-laki	22-26	Pelajar/Mahasiswa
23	Afifatul Makarim	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
24	Arinta Dwi Utami	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
25	Wanda Dwi Lestari	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa

26	Nony Nurahmawati Setyaningrum	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
27	Nida Kusuma Hameida	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
28	Adela Fitri	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
29	Desila Rosiana Putri	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
30	Shafa Alya Ashari	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
31	Defi Vebriani	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
32	Siti Ramadhani	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
33	Ninda	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
34	SELVI FADILLAH	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
35	Muawidah Nahda N	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
36	Selvi Andriyani	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
37	Ara Komara	Laki-laki	>37	Wiraswasta
38	Sukamti	Perempuan	>37	Wiraswasta
39	Veri Setyomono Putro	Laki-laki	17-21	Wiraswasta
40	Winartini	Perempuan	32-36	Wiraswasta
41	Puji Rahayu	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
42	Inayah Nur Alifah	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
43	Ajad	Laki-laki	17-21	Wiraswasta
44	Rohmadi	Laki-laki	32-36	Wiraswasta
45	Wayan	Laki-laki	32-36	Karyawan Swasta
46	Ahmad Ni'amillah Alfa Syani	Laki-laki	17-21	Pelajar/Mahasiswa
47	Enip	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
48	Haryanti dwi rukmana nanda safitri	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
49	Devi lestari	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
50	Deva Desinta	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
51	Yuni Santika Ainina	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
52	Nur Maftuhah	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa

53	Fera Listiya Ningsih	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
54	Anggi Ratnawati	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
55	Ahmad Wahyu Afandi	Laki-laki	17-21	Pelajar/Mahasiswa
56	Dian Sintani Novitasari	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
57	Diana Rahayu	Perempuan	17-21	Pelajar/Mahasiswa
58	Supatmi	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
59	Sueni	Perempuan	>37	Wiraswasta
60	Kustini	Perempuan	>37	Wiraswasta
61	Ifud Yanuarsa	Laki-laki	>37	Wiraswasta
62	Jumiati	Perempuan	>37	Wiraswasta
63	Supriyanto	Laki-laki	>37	Lainnya
64	Listanti	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
65	Dewi Rahmawati	Perempuan	>37	Wiraswasta
66	Yudi Rohimat	Laki-laki	>37	Wiraswasta
67	Zainal Arifin	Laki-laki	>37	Wiraswasta
68	Muryani	Perempuan	>37	Wiraswasta
69	Naning	Perempuan	>37	Wiraswasta
70	Mukini	Perempuan	>37	Wiraswasta
71	Maryanto	Laki-laki	>37	Lainnya
72	Sri Rahmini	Perempuan	>37	Lainnya
73	Medi Mulyonosinto	Laki-laki	>37	Wiraswasta
74	Triyanto	Laki-laki	>37	Wiraswasta
75	Sri Wahyuni	Perempuan	>37	Wiraswasta
76	Widiawati Nur Utami	Perempuan	27-31	Ibu Rumah Tangga
77	As'ad	Laki-laki	22-26	Pelajar/Mahasiswa
78	Lina Nur Afifah	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
79	Ririn	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa

80	Lia Safitri	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
81	Elysa Nuryani Markhamah	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
82	Sri Suparmi	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
83	Siti Masripah	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
84	Nur Janti	Perempuan	>37	Wiraswasta
85	Nur Wahyudi	Laki-laki	32-36	Wiraswasta
86	Siti Julaiha	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
87	Doni Purbinanto	Laki-laki	27-31	Karyawan Swasta
88	Sri Mulato	Laki-laki	>37	Wiraswasta
89	Dhurotul	Perempuan	>37	Wiraswasta
90	Painem	Perempuan	>37	Wiraswasta
91	Nur Handayani	Perempuan	32-36	Ibu Rumah Tangga
92	Yulianto Hendro	Laki-laki	>37	Wiraswasta
93	Rosad Dina Nur Cahya	Perempuan	22-26	Pelajar/Mahasiswa
94	Agung Pratomo	Laki-laki	>37	Wiraswasta
95	Sunarni	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
96	Sukini	Perempuan	32-36	Wiraswasta
97	Alifah	Perempuan	>37	Wiraswasta
98	V Diana	Perempuan	>37	Wiraswasta
99	Ulfa	Perempuan	32-36	Wiraswasta
100	Eni	Perempuan	>37	Wiraswasta
101	Pipin	Perempuan	>37	Wiraswasta
102	Fery	Laki-laki	>37	Wiraswasta
103	M. Andi Setiawan	Laki-laki	17-21	Pelajar/Mahasiswa
104	Nina	Perempuan	17-21	Lainnya
105	Sri	Perempuan	>37	Lainnya
106	Hendro	Laki-laki	>37	Wiraswasta

107	Susilowati	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
108	Wisnu Indrati	Perempuan	27-31	Lainnya
109	Reni Rohayani	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
110	Nurmaningsih	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
111	Dwi Anita	Perempuan	>37	Wiraswasta
112	Aris Triyanto	Laki-laki	>37	Lainnya
113	Sukiyah	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
114	Sri Nurya	Perempuan	>37	Wiraswasta
115	Arif Mahmud	Laki-laki	32-36	Wiraswasta
116	Amin Nurohman	Laki-laki	>37	Lainnya
117	Adi	Laki-laki	27-31	Lainnya
118	Siti Ibtidiatul	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
119	Suyatno	Laki-laki	>37	Wiraswasta
120	Yuni	Perempuan	>37	Lainnya
121	Widya Nurma	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
122	Hariyanto	Laki-laki	>37	Lainnya
123	Fitri	Perempuan	32-36	Lainnya
124	Sri Lestari	Perempuan	>37	Wiraswasta
125	Wahyu Winarni	Perempuan	>37	Wiraswasta
126	Eni Firdayanti	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
127	Martini	Perempuan	>37	Lainnya
128	Cintya	Perempuan	27-31	Lainnya
129	Wahyuni	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
130	Miasih	Perempuan	>37	Lainnya
131	Tri Wahyuni	Perempuan	>37	Wiraswasta
132	Sri Lestari	Perempuan	>37	Wiraswasta
133	Bakdiyem	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga

134	Jimin	Laki-laki	>37	Wiraswasta
135	Eko Hendarto	Laki-laki	>37	Wiraswasta
136	Rika Linda	Perempuan	27-31	Lainnya
137	Lestari	Perempuan	32-36	Ibu Rumah Tangga
138	Value Dwi Galih	Laki-laki	32-36	Wiraswasta
139	Dwi Fitriani	Perempuan	>37	Lainnya
140	Sunaryati	Perempuan	>37	Wiraswasta
141	Suwarsini	Perempuan	>37	Wiraswasta
142	Etik Budiyati	Perempuan	>37	Wiraswasta
143	Mujiari	Perempuan	>37	Lainnya
144	Kuwatno	Laki-laki	>37	Wiraswasta
145	Suparno	Laki-laki	>37	Wiraswasta
146	Niken Susanti	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
147	Yudi Ari	Laki-laki	>37	Wiraswasta
148	Poniyem	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
149	Sri Nurtaningsih	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
150	Sri Mulyati	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
151	Siti Kalimah	Perempuan	>37	Ibu Rumah Tangga
152	Sutarni	Perempuan	>37	Wiraswasta
153	Dalinem	Perempuan	>37	Wiraswasta
154	Wasori	Laki-laki	>37	Wiraswasta

Lampiran 4: Tabulasi Data

Variabel Literasi Keuangan (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
3	4	4	4	5	3	5	5
4	4	3	4	2	3	4	4
4	4	4	3	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	4	3
2	5	5	5	2	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	4
3	4	4	4	3	4	5	4
4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	2	3	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	3	4	4	4
3	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5	5	3
5	5	4	4	3	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	5	3	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	1	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	2	3	5	3
1	2	3	5	1	4	3	2
3	5	4	5	3	4	5	5
3	4	3	3	2	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5
4	3	3	3	2	3	4	5
3	4	3	3	3	4	4	4
3	4	4	5	4	4	4	3
4	5	4	4	4	4	4	5

4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	3
4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	4	4	4	3
4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	3
4	4	4	5	4	4	5	3
4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	5
3	3	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	3	3	5	5
3	4	3	4	2	3	4	3
4	5	4	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4	4
2	5	4	4	1	4	5	4
4	4	4	4	3	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	3
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	5	3
3	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	5	4	3
3	4	4	4	4	4	5	3
3	5	4	5	3	4	5	3
3	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4
3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	3
3	5	4	4	4	4	5	4
3	5	2	4	3	3	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	5	3
4	4	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5	4
4	5	5	5	4	4	5	4
3	4	4	5	4	4	4	3
5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	2	2	2	3	4	5
4	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5
4	4	3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	5	5	3
4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	3
3	5	3	4	3	4	4	3
4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	4	4	5	3
4	4	4	4	3	4	5	4
4	5	4	4	4	4	5	3
4	4	4	5	4	4	5	3
4	4	4	4	3	4	5	4
4	5	4	4	2	4	4	4
4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	3
4	4	5	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	3	5	3	4	5	4
4	5	4	4	3	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	5	3	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	2	4	5	4
4	4	4	5	3	4	5	5
4	4	4	5	2	4	5	4
4	4	4	5	3	4	5	5
4	4	4	5	2	4	5	4

Variabel Kualitas Layanan (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	3	5	4	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	5	1	5	3	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	3
4	4	4	4	5	4	3	4	5	5
4	3	4	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	5	3	4	3	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	2	3	4	2
5	2	3	4	5	1	4	3	3	1
4	4	5	4	4	4	4	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4

4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	3	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	3	4	4	4	5	4	4	5	4
5	4	4	3	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	3	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	2	2	5	5	5	5
5	1	4	4	4	4	4	5
5	5	5	1	3	3	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3
5	4	2	1	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	3	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5

4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	3	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5
4	3	4	2	2	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	3	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	3	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	3	4	5	4	5
4	3	5	3	4	4	4	5
5	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
5	3	5	3	4	4	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4
4	4	4	3	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	4	5
5	4	4	3	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4	5	5

Variabel Keputusan Menabung (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
4	5	5	3	5	4	3	3	5	5
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4	3	3	5
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	2	3	3	2	2	3	3
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	4	3	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	1	5	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	4	4	3	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	3	3	3	5
5	4	4	3	3	3	3	5	4	5
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	4	4	5	5	4
5	5	5	1	5	5	1	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	5	3	5	3	4
3	2	1	5	4	1	5	3	3	4
3	4	4	5	3	4	5	5	3	4
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
3	4	5	3	4	3	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	3	4	5
4	4	3	4	5	3	4	3	4	4
4	4	3	3	4	4	4	5	4	4

4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	3	4	2	4	5
4	5	4	3	3	5	2	5	3	5
2	2	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	2	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	2	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	3	4	3	4	4
4	4	4	5	4	3	4	3	4	4
4	3	4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	5	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4

3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	2	2	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	3	4	5	4	5	5	4
3	4	3	2	4	2	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	3	4	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	4	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	4	5	5	5	4	3	5	5
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
4	3	3	3	4	5	4	4	5	5
5	4	2	2	4	4	4	3	4	4
5	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	2	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	3	5	5
4	4	3	2	4	4	4	3	5	5
4	4	3	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	3	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4

4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	5	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	4	4	4	3	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
4	3	2	3	4	3	4	3	4	4
4	4	2	3	5	4	4	5	5	4
4	2	3	3	4	4	4	5	4	4
4	4	2	3	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	3	5	4	4	5	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4	4	2	4	4
4	4	2	2	4	4	4	5	4	4
5	4	4	3	4	5	4	3	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	5	3	4	2	4	4
4	4	5	4	5	3	4	4	5	4
4	5	4	4	5	3	4	4	4	4
4	5	3	2	4	3	4	4	5	4
5	4	4	4	5	3	4	4	4	5
5	4	4	4	5	3	4	4	5	4
4	4	4	3	4	5	4	3	4	4
4	5	3	3	4	4	4	5	4	4
5	4	4	3	4	3	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
5	4	4	3	4	4	4	5	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	5	4	4	4

	Sig. (2-tailed)	,004	,004	,004	,000		,000	,000	,258	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
X3.6	Pearson Correlation	,299**	,306**	,235**	,297**	,513**	1	,599**	,245**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000	,000		,000	,002	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
X3.7	Pearson Correlation	,372**	,339**	,203*	,282**	,597**	,599**	1	,121	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,012	,000	,000	,000		,136	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
X3.8	Pearson Correlation	,237**	,259**	,250**	,116	,092	,245**	,121	1	,463**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,002	,152	,258	,002	,136		,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
X3.To tal	Pearson Correlation	,525**	,575**	,632**	,683**	,682**	,662**	,666**	,463**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y.Tot al
Y1	Pearson Correlation	1	,487**	,263**	,074	,369**	,313**	,344**	,272**	,448**	,445**	,669**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,364	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y2	Pearson Correlation	,487**	1	,368**	,067	,265**	,302**	,154	,244**	,303**	,379**	,613**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,409	,001	,000	,057	,002	,000	,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y3	Pearson Correlation	,263**	,368**	1	,365**	,268**	,242**	,040	,109	,208**	,224**	,575**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,001	,003	,622	,177	,010	,005	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y4	Pearson Correlation	,074	,067	,365**	1	,320**	,121	,440**	,076	,032	,119	,496**
	Sig. (2-tailed)	,364	,409	,000		,000	,136	,000	,346	,695	,141	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y5	Pearson Correlation	,369**	,265**	,268**	,320**	1	,192*	,378**	,083	,441**	,233**	,605**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,000		,017	,000	,306	,000	,004	,000

	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y6	Pearson Correlation	,313**	,302**	,242**	,121	,192*	1	,098	,235**	,269**	,280**	,548**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,136	,017		,229	,003	,001	,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y7	Pearson Correlation	,344**	,154	,040	,440**	,378**	,098	1	,183*	,257**	,160*	,512**
	Sig. (2-tailed)	,000	,057	,622	,000	,000	,229		,023	,001	,047	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y8	Pearson Correlation	,272**	,244**	,109	,076	,083	,235**	,183*	1	,279**	,174*	,492**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,177	,346	,306	,003	,023		,000	,031	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y9	Pearson Correlation	,448**	,303**	,208**	,032	,441**	,269**	,257**	,279**	1	,561**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010	,695	,000	,001	,001	,000		,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y10	Pearson Correlation	,445**	,379**	,224**	,119	,233**	,280**	,160*	,174*	,561**	1	,580**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005	,141	,004	,000	,047	,031	,000		,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y.T otal	Pearson Correlation	,669**	,613**	,575**	,496**	,605**	,548**	,512**	,492**	,626**	,580**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Lampiran 7: Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,678	8

2. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,800	10

3. Uji Reliabilitas Variabel Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,746	8

4. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menabung

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,756	10

Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		154
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,60417960
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,052
	Negative	-,039
Test Statistic		,052
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.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,925	3,359		,275	,783		
	X1.Total	,399	,092	,292	4,337	,000	,767	1,304

X2.Total	,348	,089	,291	3,923	,000	,633	1,579
X3.Total	,334	,090	,275	3,708	,000	,632	1,582
a. Dependent Variable: Y.Total							

Uji Heterokedastisitas

			X1.Total	X2.Total	X3.Total	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1.Total	Correlation Coefficient	1,000	,321**	,332**	-,083
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,305
		N	154	154	154	154
	X2.Total	Correlation Coefficient	,321**	1,000	,449**	-,070
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,390
		N	154	154	154	154
	X3.Total	Correlation Coefficient	,332**	,449**	1,000	-,098
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,226
		N	154	154	154	154
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,083	-,070	-,098	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,305	,390	,226	.	
	N	154	154	154	154	

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

Lampiran 9: Uji Ketetapan Model

Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,925	3,359		,275	,783		
	Literasi Keuangan	,399	,092	,292	4,337	,000	,767	1,304

Kualitas Layanan	,348	,089	,291	3,923	,000	,633	1,579
Lokasi	,334	,090	,275	3,708	,000	,632	1,582
a. Dependent Variable: Keputusan							

Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	951,015	3	317,005	45,827	,000 ^b
	Residual	1037,608	150	6,917		
	Total	1988,623	153			
a. Dependent Variable: Keputusan						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Literasi Keuangan, Kualitas Layanan						

Uji R

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,692 ^a	,478	,468	2,630
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Literasi Keuangan, Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Keputusan				

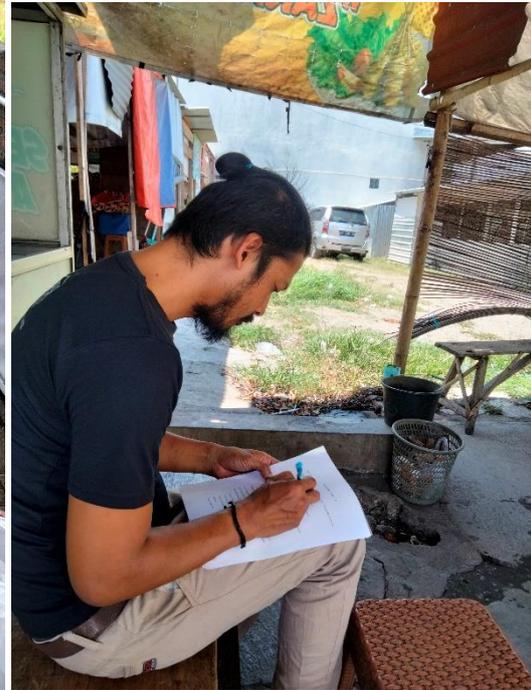
Lampiran 10: Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,925	3,359		,275	,783		
	Literasi Keuangan	,399	,092	,292	4,337	,000	,767	1,304
	Kualitas Layanan	,348	,089	,291	3,923	,000	,633	1,579
	Lokasi	,334	,090	,275	3,708	,000	,632	1,582
a. Dependent Variable: Keputusan								

Lampiran 11: Dokumentasi Responden





Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****DATA PRIBADI:**

Nama : Alfia Seftiana
Tempat Tanggal Lahir : Sragen, 29 September 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Pilangsari Rt 4, Sunggingan,
Miri, Sragen

**PENDIDIKAN:**

2006 – 2008 : TK Aisyiyah Sunggingan
2008 – 2014 : MI At-Taqwa Sunggingan
2014 – 2017 : Mts N Miri
2017 – 2020 : SMK Negeri 1 Miri
2020 – sekarang : UIN Raden Mas Said Surakarta

Lampiran 13: Hasil Turnitin

Muna_Alfia PBS

ORIGINALITY REPORT

12% SIMILARITY INDEX	12% INTERNET SOURCES	8% PUBLICATIONS	8% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
6	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	1%
7	pdfcoffee.com Internet Source	1%
8	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.uindatokarama.ac.id Internet Source	<1%
10	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
11	id.zlibrary-asia.se Internet Source	<1%
12	jim.unisma.ac.id Internet Source	<1%