

**PENGARUH KEPEMIMPINAN, RELIGIUSITAS,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KINERJA
KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN
SYARIAH (KSPPS) DALAM PERSPEKTIF
ISLAM
(Studi Pada Anggota KSPPS BMT Al Hikmah
Bandar Lampung)**

**Skripsi
Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh:
Evitta Neviana
NPM. 1951020074**



Program Studi Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

**PENGARUH KEPEMIMPINAN, RELIGIUSITAS,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KINERJA
KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN
SYARIAH (KSPPS) DALAM PERSPEKTIF
ISLAM**

**(Studi Pada Anggota KSPPS BMT Al Hikmah
Bandar Lampung)**

Skripsi

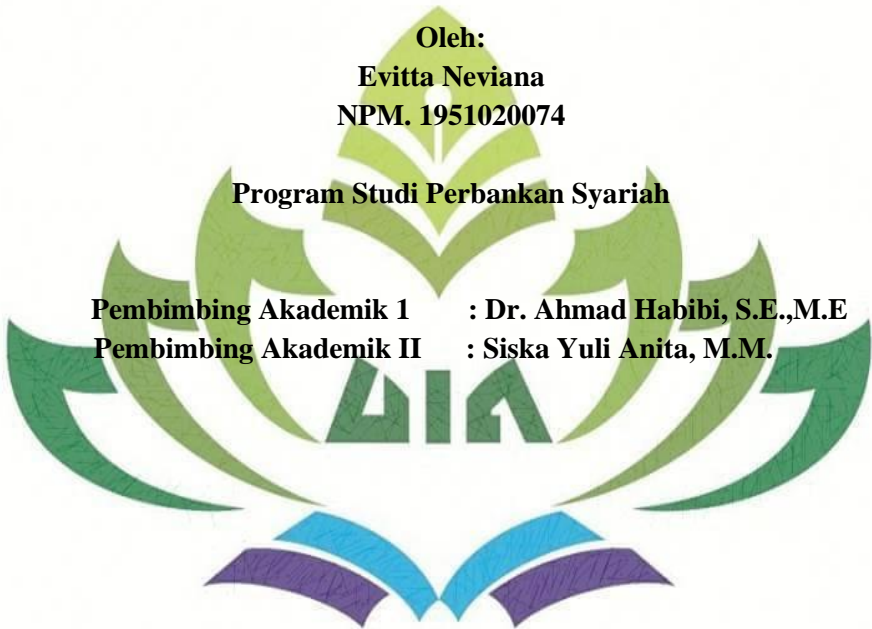
**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

**Evitta Neviana
NPM. 1951020074**

Program Studi Perbankan Syariah

**Pembimbing Akademik 1 : Dr. Ahmad Habibi, S.E.,M.E
Pembimbing Akademik II : Siska Yuli Anita, M.M.**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

ABSTRAK

Seorang pimpinan mampu mendorong tinggi atau rendahnya semangat kerja karyawan sehingga akan memengaruhi kinerja karyawan. Masalah kinerja ini sangat penting bagi instansi guna meningkatkan produktifitas, mengingat persaingan di era globalisasi yang makin ketat. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini, suatu instansi berusaha meningkatkan produktifitas dan kualitas produk. Kinerja yang wajib dioptimalkan oleh perindividu karyawan salah satunya bergantung kepada nilai pengetahuan keagamaan dan keyakinan karyawan itu sendiri, dimana tanggungjawab ataupun dasar-dasar perilaku manusia berdasarkan kepada edukasi keagamaan yang dimilikinya saat kecil, remaja, dan praremaja. Di dalam perusahaan harus mampu bersaing dan berkompetisi menaikan kualitas dan kuantitas yang dimiliki. Dimana perusahaan harus meningkatkan dan mengembangkan kinerja para karyawannya. Supaya dapat bertahan di era sekarang. Salah satu faktor yang berkaitan dengan kinerja ini adalah *brand image*. *Brand image* yang baik merupakan salah satu aset perusahaan. Oleh karena itu, penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh kepemimpinan, religiusitas, dan *brand image* terhadap kinerja KSPPS.

Metode penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah 150 Anggota yang menerima SHU di KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung. Dan sampel yang digunakan adalah 60 Anggota yang menerima SHU. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan *simple random*. Data yang digunakan adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program *SPSS 26*.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kepemimpinan, religiusitas, dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kinerja KSPPS., sedangkan berdasarkan simultan menunjukkan bahwa variabel kepemimpinan, religiusitas dan *brand image* berpengaruh terhadap kinerja KSPPS. Dalam perspektif Islam, kepemimpinan, religiusitas, dan *brand image* terhadap kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung sudah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Kata Kunci: Kepemimpinan, Religiusitas, *Brand Image*, Kinerja, KSPPS.

ABSTRACT

A leader is able to encourage high or low employee morale so that it will affect employee performance. This performance issue is very important for agencies to increase productivity, considering that competition in the era of globalization is increasingly tight. In facing increasingly fierce competition, an agency is trying to increase productivity and product quality. The performance that must be optimized by individual employees depends on the value of the employee's own religious knowledge and beliefs, where the responsibilities or basics of human behavior are based on the religious education they had as a child, teenager and pre-teen. The company must be able to compete and compete to increase the quality and quantity it has. Where companies must improve and develop the performance of their employees. So that it can survive in the current era. One of the factors related to this performance is brand image. A good brand image is one of the company's assets. Therefore, the research aims to examine the influence of leadership, religiosity, and brand image on KSPPS performance.

This research method is quantitative research with an associative approach. The population in this study was 150 members receiving SHU KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung. And the sample used was 60 members receiving SHU. The sampling technique used was probability sampling with simple random. The data used is primary data. The data analysis method used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 26 program.

Partial research results show that leadership, religiosity and brand image have a significant effect on KSPPS performance, while based on simultaneous results it shows that leadership, religiosity and brand image variables have an effect on KSPPS performance. From an Islamic perspective, leadership, religiosity and brand image regarding the performance of KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung have been carried out in accordance with Islamic principles.

Keywords: *Leadership, Religiosity, Brand Image, Performance, KSPPS.*



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

Alamat Jl. Letkol. H. Suratmin Sukarane I Bandar Lampung 35131 Telp (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evitta Neviana
NPM : 1951020074
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepemimpinan, Religiusitas, dan Brand Image Terhadap Manajemen Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Pada KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya peneliti sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, 29 November 2023

Penulis,

Evitta Neviana

NPM.1951020074





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratm, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kepemimpinan, Religiusitas, dan Brand Image Terhadap Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Pada Anggota KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung)

Nama : Evitta Neviana
NPM : 1951020074
Jurusan (Prodi) : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.


NIP. 197905142003121003


Siska Yuli Anita, M.M.

NIP. 199109012019032036

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Any Eliza, S.E., Akt.

NIP. 198308152006042004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmih, Sukarame, Bandar Lampung, 35131 Telp. 0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Kepemimpinan, Religiusitas, dan *Brand Image* terhadap Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Pada Anggota KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung)” disusun oleh Evitta Neviana, NPM 1951020074, Program Studi Perbankan Syariah telah diajukan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Selasa 19 Desember 2023

TIM PENGUJI

Ketua : A.Zuliansyah, M.M.

Sekretaris : Andika Saputra, M.M.

Penguji I : Dimas Pratomo, M.E.

Penguji II : Siska Yuli Anita, M.M.

Mengetahui

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. H. Suharsana, SE, M.M., Akt

NIP. 197009262008011008

MOTTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَى عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾ (التوبة/9: 105)

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”
(At-Taubah/9:105)



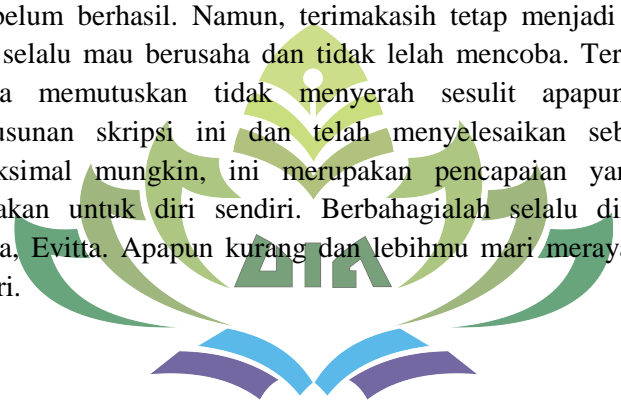
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga syafaat beliau senantiasa menyertai penulis dunia hingga akhirat, Aamiin. Dengan segenap rasa syukur, bahagia, dan kerendahan hati, serta rasa bangga yang amat dalam, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang tersayang dan terkasih, terutama:

1. Kepada Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat dilihat dan selesai pada waktunya.
2. Kepada orang tua tercinta, Bapak Ariyadi dan Ibu Pariyati yang telah memberikan motivasi dan dukungan serta doa yang tiada hentinya untuk kesuksesan penulis, karena tiada kata seindah lanjutan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang tercapai dari orang tua.
3. Kepada adik saya tersayang Shintia Riadani, yang menjadi semangat dan alasan terbesar saya untuk cepat menyelesaikan drama perkuliahan ini.
4. Kepada seluruh keluarga besar dan saudara saya yang tidak pernah putus memberikan doa dan semangat untuk saya demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2019 kelas B Perbankan Syariah yang sama-sama sedang berjuang mengerjakan skripsi ini, terkhususnya sahabat seperjuangan “Squad In Ajja” Iis Ayu Aryanti, S.E., Ayu Miranti, Ilma Amelia, S.E., Wahyu Afdhilah, Bagus Galih Satrio, Muhammad Khairul Ikhwan, Muhammad Nur Agung Imla. Terimakasih untuk kebersamaannya selama menempuh kuliah, untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama. Tetap semangat dalam mengejar karir dan cita-cita kalian.
6. Kepada sahabat-sahabat saya Arinie Damayanti, S.E., Resti Akalia, Devi Wulandari, S.H., Adetia Amara, Amd. Keb., Neng Maisaroh, S.E dan Cici Rahmania, S.Pd yang telah dengan setia menemani,

memberi dukungan, motivasi serta doa yang telah diberikan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kel. Korpri Jaya Kec. Sukarame Bandar Lampung terimakasih atas semua kebersamaan dan dukungan yang telah diberikan selama ini.
8. Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang saya banggakan.
9. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Evitta Neviana. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walaupun sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil. Namun, terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Evitta. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Evitta Neviana dilahirkan di Bandar Lampung, Kecamatan Sukarame, Kelurahan Waydadi, Kota Bandar Lampung pada tanggal 05 September 2000. Penulis merupakan anak pertama dari buah cinta dari pasangan Bapak Ariyadi dan Ibu Pariyati. Penulis mempunyai satu saudara kandung yaitu Shintia Riadani. Riwayat pendidikan penulis adalah sebagai berikut:

1. TK Sriwijaya Bandar Lampung, lulus dan mendapat Ijazah pada tahun 2007
2. Madrasah Ibtidaiyah Negeri (MIN) Sukarame Bandar Lampung, lulus dan mendapat Ijazah pada tahun 2013.
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Gajah Mada Bandar Lampung, lulus dan mendapat Ijazah pada tahun 2016.
4. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 12 Bandar Lampung lulus, dan mendapat Ijazah pada tahun 2019.
5. Pada tahun 2019 penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi Negeri di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung program Strata (S1) Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Bandar Lampung, 11 Desember 2023

Evitta Neviana

1951020074

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Kepemimpinan, Religiusitas, dan *Brand Image* terhadap Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Pada Anggota KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung)”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman gelap gulita menuju zaman terang benderang seperti saat ini, semoga syafaat beliau senantiasa mengiri langkah kita.

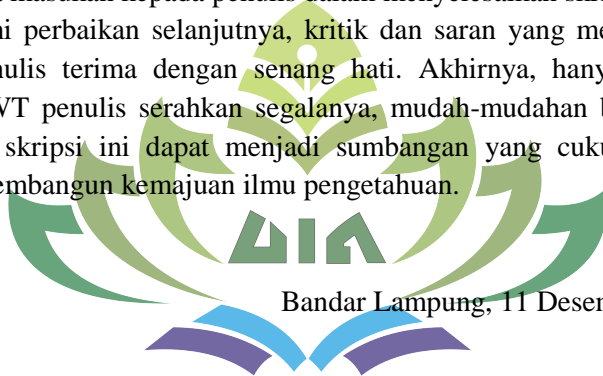
Skripsi ini disusun untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada program Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan kekeliruan, hal ini semata-mata karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat dilihat dan selesai pada waktunya.
2. Bapak Prof. H. Wan Jamaluddin Z., M.Ag., Ph.d selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanti, M.M., C.A., Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
4. Ibu Any Eliza, S.E.,M.Ak selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Femei Purnamasari, M.Si selaku Sekertaris jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
5. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E selaku Dosen Pembimbing Akademik I, yang telah senantiasa sabar dan mau meluangkan waktunya untuk memberi arahan, saran dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu Siska Yuli Anita, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik II, terimakasih atas kebaikan, kesabaran, dan keikhlasan Ibu dalam membimbing dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah memberikan bimbingan selama penulis menimba Ilmu Pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Ayah, Ibu, dan seluruh keluarga yang tiada henti mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan berlangsung dari awal hingga saat ini.
9. Seluruh teman-teman yang terus menerus memberikan *support* serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demi perbaikan selanjutnya, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya, mudah-mudahan berapapun kecilnya skripsi ini dapat menjadi sumbangan yang cukup berarti dalam membangun kemajuan ilmu pengetahuan.



Bandar Lampung, 11 Desember 2023

Evitta Neviana
1951020074

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	15
H. Sistematika Penelitian	22
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Teori Yang Digunakan	23
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	23
2. Kinerja	24
a. Pengertian Kinerja.....	24
b. Aspek-Aspek Standar Kinerja.....	25
c. Indikator-indikator Kinerja	25
d. Kinerja dalam Perspektif Islam	25
3. Kepemimpinan.....	26
a. Pengertian Kepemimpinan	26

b.	Tipe Pokok Kepemimpinan.....	28
c.	Indikator-indikator Kepemimpinan.....	29
d.	Kepemimpinan dalam Perspektif Islam	30
4.	Religiusitas	31
a.	Pengertian Religiusitas.....	31
b.	Indikator-indikator Religiusitas.....	32
c.	Nilai-nilai Religiusitas.....	33
d.	Religiusitas dalam Perspektif Islam	33
5.	<i>Brand Image</i>	35
a.	Pengertian <i>Brand Image</i> (citra merek)	35
b.	Faktor-faktor yang Membentuk <i>Brand Image</i> (citra merek)	36
c.	Indikator-indikator <i>Brand Image</i> (citra merek).....	37
d.	<i>Brand Image</i> dalam Perspektif Islam	38
6.	Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) .	39
a.	Pengertian Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS)	39
b.	Tujuan dan Fungsi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS).....	40
7.	Perspektif Islam	41
a.	Pengertian Perspektif Islam.....	41
b.	Prinsip-prinsip Perspektif Islam	41
B.	Pengajuan Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	48
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
C.	Populasi dan Sampel	49
D.	Teknik Pengumpulan Data	50
E.	Definisi Operasional Variabel.....	52
F.	Instrumen Penelitian.....	55
G.	Teknik Analisis Data.....	56
1.	Uji Instrumen	56
a.	Uji Validitas.....	56
b.	Uji Reliabilitas	57
2.	Uji Prasarat Analisis	58

3.	Analisis Linear Berganda.....	60
4.	Uji Hipotesis	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	63
1.	Gambaran Umum Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wat Tamwil Al-Hikmah.....	63
a.	Sejarah Singkat KPPS BMT Al-Hikmah Bandar Lampung.....	63
b.	Visi dan Misi	64
c.	Struktur Organisasi	65
d.	Produk-produk KPPS BMT Al-Hikmah.....	65
2.	Karakteristik Responden.....	66
3.	Gambaran Distribusi Jawaban Responden.....	68
B.	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	71
1.	Uji Instrumen	71
a.	Uji Validitas.....	71
b.	Uji Reliabilitas	73
2.	Uji Prasarat Analisis	74
a.	Uji Normalitas	74
b.	Uji Multikolinearitas.....	75
c.	Uji Heteroskedastisitas	76
3.	Analisis Linear Berganda.....	77
4.	Uji Hipotesis	78
a.	Uji Hipotesis Regresi Parsial (Uji t).....	78
b.	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	80
c.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81
C.	Pembahasan	82

BAB V PENUTUP

A.	Simpulan.....	99
B.	Rekomendasi	101

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Anggota KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung	3
1.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	15
3.1 Operasionalisasi Variabel	52
4.1 Jenis Kelamin Responden	67
4.2 Usia Responden	68
4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepemimpinan	68
4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Religiusitas .	69
4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel <i>Brand Image</i>	70
4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kinerja	71
4.7 Hasil Uji Validitas	72
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	73
4.9 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	74
4.10 Hasil Uji VIF dan Tolerance	75
4.12 Hasil Uji Glejser	76
4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
4.14 Hasil Uji Hipotesis Regresi Parsial (Uji T)	79
4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	80
4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berfikir.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 2 Lembar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Data Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Distribusi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 6 Hasil Uji Prasarat Analisis
- Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 Dokumentasi
- Lampiran 9 Bebas Plagiasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa kata yang menjadi judul dalam skripsi ini. Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah: **“Pengaruh Kepemimpinan, Religiusitas, dan Brand Image terhadap Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Anggota KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung)”**.

Adapun uraian pengertian beberapa istilah yang terdapat dalam judul proposal ini adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh** menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah daya yang timbul dari sesuatu baik orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan serta perbuatan.¹
2. **Kepemimpinan** proses memberikan inspirasi kepada semua karyawan untuk bekerja sebaik-baiknya agar dapat mencapai hasil yang diharapkan.²
3. **Religiusitas** adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendaknya (larangannya).³
4. **Brand Image** (citra merek) merupakan gambaran atau kesan yang ditimbulkan oleh suatu merek dalam benak pelanggan.⁴

¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Pengaruh*.<https://kbbi.web.id/pengaruh>, diakses 02 Februari 2023

² Adam Latif, Ahmad Mustanir, and Irwan Irwan, “Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Partisipasi Masyarakat Pada Perencanaan Pembangunan,” *JAKPP (Jurnal Analisis Kebijakan & Pelayanan Publik)*, no. December (2019): 144–164.

³ Irma Tyasari Fauzan, “Pengaruh Religiusitas Dan Etika Kerja Islami Terhadap Motivasi Kerja,” *Modernisasi* 8, no. 3 (2012): 206–232.

⁴ Laila Dairina, “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian,” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2022): 118.

5. **Kinerja** adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki.⁵
6. **Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS)** adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah termasuk Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) yang beroperasi dengan sistem syariah.⁶
7. **Perspektif** Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perspektif merupakan cara pandang, pandangan, atau cara menggambarkan suatu benda secara tiga dimensi pada bidang datar.⁷ **Perspektif islam** adalah pandangan agama Islam atau menurut cara pandang Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah yang sangat pesat mendorong lahirnya unit-unit usaha syariah dalam lingkup kecil. Lahirnya BMT (Baitul Maal Wat tamil), disetiap daerah merupakan imbas dari berkembangnya perbankan syariah. Baitul Maal Wat tamwil merupakan salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yaitu lembaga keuangan mikro yang sistem operasionalnya berlandaskan syariah Islam. Dengan lahirnya Baitul Maal wat Tamwil mendorong perekonomian menengah kebawah untuk bersaing dan berkembang menjadi lebih kuat. Penyaluran dana berupa pembiayaan dalam BMT yang memiliki kemudahan dalam masyarakat sehingga pengusaha mikro mudah memperoleh

⁵ Soraya Hanuma and Endang Kiswara, "Analisis Balance Scorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada PT Astra Honda Motor)," *Jurnal Ekonomi* 9, no. 2 (2021): 1–24.

⁶ Hidayat Farid, "Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Dalam Mewujudkan," *Mahkamah* 2, no. 1 (2016): 384, file:///C:/Users/Windows 8.1/Downloads/referensi proposal/47-Article Text-126-1-10-20170311 (1).pdf.

⁷ <http://kbbi.web.id/perspektif.html> diakses pada tanggal 19 Juli, 2023.

permodalan. Selain itu keberadaan BMT yang mudah ditemui membuka kesempatan dan peningkatan kemampuan dalam melayani kebutuhan masyarakat yang lebih luas.⁸

KSPPS BMT Al-Hikmah Bandar Lampung merupakan perusahaan menjadi salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa sehingga memiliki tugas yaitu salah satunya adalah melayani wali santriwan dan santriwati pondok pesantren Al Hikmah serta masyarakat di lingkungan sekitar. Adapun produk pembiayaan dan simpanan yang dimiliki oleh KSPPS BMT Al Hikmah yaitu *Murabahah, Mudharabah, Qardhul Hasan, Ijarah, Musyarakah, Wadi'ah, SalamIstishna'*, dan *Hawalah*. Namun, dari semua produk yang dimiliki hanya pembiayaan *murabahah* yang baru diterapkan. Kemudian untuk dana yang keluar untuk peminjam ini kurang lebih Rp 1 Milyar. Sedangkan untuk simpanan yang dimiliki yaitu simpanan keluarga, simpanan pendidikan dan simpanan ziarah.⁹ Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Anggota KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

Tahun	Jumlah Anggota
2019	14
2020	332
2021	448
2022	147

Sumber: BMT Al Hikmah, 2023

Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa anggota di KSPPS BMT AL Hikmah mengalami fluktuasi kenaikan maupun penurunan jumlah anggota yang tidak menentu. Hal ini menunjukkan perlunya diterapkan strategi pada KSPPS BMT Al Hikmah agar mampu bersaing. Salah satu faktor yang dapat

⁸ Mukhamad Roni, “*Pengaruh Religiusitas, Kepemimpinan, Etos Kerja, Kepuasan Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada KSPPS BMT Nurul Ummah Ngasem Bojonegoro Jawa Timur)*”, (Tesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019), hlm 2.

⁹ Fathiyatul Makiyyah, “*Produk Pembiayaan KSPPS BMT Al Hikmah*”, *Wawancara*, Mei 23, 2023.

mempengaruhi minat menjadi anggota adalah promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan.

KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung tidak bisa mengabaikan keberadaan sumber daya manusia sebagai salah satu faktor produksi yang menggerakkan perusahaan. Karyawan menentukan keberhasilan perusahaan dimana tenaga kerja yang bisa memaksimalkan potensi dan mampu mengerahkan potensi dalam dirinya secara individu maupun kelompok dibawah kepemimpinan yang baik akan memberikan nilai tambah tersendiri bagi perusahaan apabila mengingat tantangan yang semakin berat dengan berdirinya perusahaan-perusahaan yang sejenis.¹⁰

Kemudian pada KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung juga terdapat permasalahan yang lain yaitu tentang keterbatasan dibidang permodalan. Bagi koperasi yang baru saja berdiri mungkin akan mengalami sedikit kesulitan modal untuk dapat berkembang. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya: kurangnya dalam pembentukan modal sendiri, kurangnya dalam menarik sumber modal dari luar organisasi, dan kurangnya inisiatif serta upaya sendiri dalam meningkatkan permodalan dan juga daya saing lemah. Jika dibandingkan dengan badan usaha besar lainnya koperasi bisa dikatakan kalah bersaing dengan badan usaha tersebut, karena KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung menargetkan lingkungan internal. Sehingga koperasi kurang mendapatkan perhatian karena kurangnya memperlihatkan kinerja dan citra yang lebih baik dari masa sebelumnya. Keadaan ini merupakan salah satu bukti bahwa komitmen pemerintah masih kurang dalam pembangunan koperasi.

Dalam pengamatan peneliti, selama ini kinerja karyawan KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung dirasakan belum optimal, hal ini dapat dilihat dari produk yang dimiliki belum semuanya diterapkan dan hasil kerja karyawan yang masih dibawah target atau malah menurun. Sehingga hal ini menarik

¹⁰ Lustono Lustono and Asih Muqoronah, "Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Partisipasi Anggota Terhadap Manajemen Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Bmt Artha Salam Di Banjarnegara," *Medikonis* 12, no. 1 (2021): 13–25.

untuk di analisis lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan faktor kepemimpinan, religiusitas dan *brand image* (citra merek) dalam melihat pengaruhnya terhadap manajemen kinerja karyawan di KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung, karena faktor-faktor ini menjadi permasalahan yang penting untuk dicarikan solusi demi meningkatkan kinerja secara berkelanjutan.

Faktor pertama adalah mengenai kepemimpinan, kepemimpinan merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan dengan antusias. Pemimpin harus bisa memberikan wawasan, membangkitkan, mengembangkan serta menumbuhkan sikap hormat dan kepercayaan dari karyawannya. Pemimpin yang efektif adalah pemimpin yang mengakui kekuatan-kekuatan penting yang terkandung dalam individu.¹¹ Seorang pimpinan mampu mendorong tinggi atau rendahnya semangat kerja/motivasi karyawan akan mempengaruhi kinerja kerja karyawan atas tugas-tugas pokok yang telah di berikan terhadap masing-masing karyawan yang akan bertanggung jawab dalam mengerjakan tugas-tugas pokok tersebut.¹²

Kepemimpinan erat hubungannya bagaimana seorang pemimpin mengomunikasikan gagasan dan ide-idenya yang tertuang dalam target dan capaian tahunan yang direncanakan. Hal ini sangat mempengaruhi kinerja karyawan, karena komunikasi menjadi kegiatan penting yang di perhatikan dalam manajemen dalam pendekatan hubungan manusiawi dan sejalan dengan peran alih prilaku mulai menerapkan penelitian mereka pada organisasi. Masalah kinerja ini sangat penting artinya bagi instansi guna meningkatkan produktifitas, mengingat persaingan di era globalisasi yang makin ketat. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini instansi usaha meningkatkan produktifitas dan kualitas produk. Hal ini dapat di lakukan apabila kinerja kerja

¹¹ Rosalina Ginting and Titik Haryati, "*Kepemimpinan Dan Konteks Peningkatan Mutu Pendidikan,*" *Jurnal Ilmiah CIVIS II*, no. 2 (2012): 1–17.

¹² Ibid.

karyawan baik. Untuk mengukur dan mengarahkan kegiatan pegawai dibutuhkan kiat-kiat tertentu, mengingat mereka adalah manusia yang mempunyai sifat dan kepribadian yang berbeda satu sama lainnya. Hal ini dapat dipengaruhi berbagai faktor antara lain: usia, jenis kelamin, pendidikan dan lingkungan.¹³

Faktor kepemimpinan dinilai sebagai salah satu komponen yang memengaruhi kinerja karyawan. Menurut Hasibuan, gaya seorang dalam memimpin adalah untuk memengaruhi perilaku para bawahannya supaya bisa bekerja sama dan bekerja secara produktif untuk mencapai tujuan suatu perusahaan.¹⁴ Kepemimpinan sangatlah penting, karena ketika kepemimpinan suatu perusahaan kurang baik akan menyebabkan tingkat kinerja karyawan rendah. Oleh karena itu kepemimpinan harus menciptakan komunikasi yang harmonis dalam suatu perusahaan agar kinerja karyawan meningkat.

Salah satu tantangan yang cukup berat yang sering harus dihadapi oleh pemimpin adalah bagaimana pemimpin dapat menggerakkan para bawahannya agar senantiasa mau dan bersedia mengerahkan kemampuannya yang terbaik untuk kepentingan kelompok atau organisasinya. Seringkali menjumpai adanya pemimpin yang menggunakan kekuasaannya secara mutlak dengan memerintahkan para bawahannya tanpa memperhatikan keadaan yang ada pada bawahannya. Hal ini jelas akan menimbulkan suatu hubungan yang tidak harmonis dalam organisasi.¹⁵ Permasalahan kepemimpinan yang terjadi di KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung selama ini adalah pimpinan belum dapat mengoptimalkan potensi organisasi dan belum dapat membangun komunikasi yang efektif kepada para karyawannya untuk lebih meningkatkan kinerja dalam membangun organisasi.

Selain dari faktor kepemimpinan, religiusitas juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Menurut Nashori Fuad, religiusitas itu seberapa pengetahuan, seberapa kuat

¹³ Dewi, Diana Sri. " *siness Review* 12.2 (2021): 149-161.

¹⁴ Ila Rohmatun Nisyak, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya)," *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen* 5, no. 4 (2016): 1-21.

¹⁵ Ibid.

keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianut oleh seseorang. Religiusitas diwujudkan dirinya dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Tindakan keagamaan tidak terjadi begitu saja ketika seseorang melakukannya perilaku ritual (ibadah), tetapi juga dalam kegiatan lainnya dipandu oleh supranatural. Tidak hanya terkait dengan aktivitas yang bias terlihat oleh mata, tetapi pola tindakan yang tidak terlihat yang terjadi di dalam hati seseorang.¹⁶ Maka dari itu KSPPS BMT Al Hikmah dapat memperhatikan faktor religiusitas yang lazim diterapkan dalam aktivitas, menjadi salah satu cara menunjang kinerja karyawan, diharapkan kinerja karyawan tersebut dapat terus optimal.

Implementasi nilai-nilai religiusitas tidak hanya menyangkut institusi atau organisasi Islam. Namun, itu juga dapat digunakan dalam bisnis atau usaha. Nilai-nilai religiusitas akan terpolarisasi dengan baik ketika mereka bisa secara sistematis terkait dengan budaya kerja. Karena nilai religi budaya kerja itu sendiri merupakan bagian dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak dapat dibedakan dari jiwa dan raga dengan manusia terlibat di dalamnya. Terdapat beberapa sikap religiusitas dalam diri seseorang untuk memenuhi tugasnya, termasuk kejujuran, keadilan, suka menolong orang lain, rendah hati, bekerja efisien, visi misi kedepan, disiplin tinggi, dan keseimbangan.¹⁷

Tingkat pada suatu keimanan atau religiusitas setiap karyawan di dalam suatu perusahaan sesuai dengan agamanya masing-masing akan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan. Perilaku tersebut akan memberikan dampak terhadap kemajuan perusahaan dengan adanya nilai religiusitas yang sudah lama tertanam pada diri setiap individu karyawan dalam bekerja. Kinerja yang wajib dioptimalkan oleh perindividu karyawan salah satunya bergantung kepada nilai pengetahuan keagamaan dan keyakinan karyawan itu sendiri, dimana tanggungjawab ataupun dasar-dasar

¹⁶ Dwiwiyati Astogini, Wahyudin, and Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal," *Jeba* 13, no. 1 (2011): 1–8.

¹⁷ Chabibah Nur Said, "Implikasi Religiusitas dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen)", (Skrripsi, IAIN Purwokerto, 2021), 3.

perilaku manusia berdasarkan kepada edukasi keagamaan yang dimilikinya saat kecil, remaja, dan praremaja.¹⁸ Dengan adanya sikap religiusitas di dalam diri individu manusia, menimbulkan kecerdasan spiritual yang mendorong seseorang untuk bahagia dalam menjalankan pekerjaannya. Rasa bahagia menjadikan seseorang nyaman dalam bekerja, sehingga akan meningkatkan kualitas dan produktivitasnya.¹⁹

Perkembangan suatu bisnis perusahaan di era sekarang sangatlah ketat dan juga harus mampu bersaing untuk membuat sebuah pelayanan yang optimal bagi masyarakat. Dimana perusahaan harus meningkatkan dan mengembangkan kinerja para karyawannya. Supaya dapat bertahan di era sekarang, maka setiap unit usaha yang ada di dalam perusahaan harus mampu bersaing dan berkompetisi menaikan kualitas dan kuantitas yang dimiliki.²⁰ Salah satu faktor yang berkaitan dengan kinerja ini adalah *brand image* (citra merek).

Citra (*Image*) merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Persepsi yang positif setiap waktu akan membentuk *brand image* yang positif pula. Konsumen dapat menjadikan *brand image* sebagai acuan sebelum melakukan pembelian. Maka, perusahaan harus dapat menciptakan *brand* yang menarik sekaligus menggambarkan manfaat dan kualitas yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dengan demikian konsumen memiliki citra yang positif terhadap *brand* tersebut. *Brand Image* yang baik merupakan salah satu aset perusahaan, karena *brand* dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan hal ini juga akan memberi kesan positif terhadap perusahaan.²¹

Brand image bukan hanya sekedar logo maupun nama bisnis saja. *Brand image* menjadi ekspektasi bagaimana orang bisa

¹⁸ Rian Maulana, “Analisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan PT Bank Aceh Syariah” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), 7.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Saufa Adha Paramarta, ‘ ‘Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Religiusitas, Pengendalian Internal, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan Rumah Sakit Umum Daerah Bagas Waras Kabupaten Klaten” (Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022), 21.

²¹ Dairina, “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.”

melihat kita sebagai pelaku bisnis setiap kali berinteraksi dengan pelanggan bisnis kita. *Brand image* adalah reputasi yang bisa menggambarkan citra bisnis seterusnya nanti. Jadi, jika diibaratkan, *brand image* merupakan cerminan reputasi serta nilai jual dalam diri kita. Melalui kedua aspek tersebut, orang lain tentu akan bisa tertarik ketika mengetahui nilai jual serta reputasi yang terdapat dalam diri kita.²²

KSPSS BMT Al-Hikmah Bandar terkenal dengan pondok pesantren yang bernama Pondok Pesantren Al Hikmah. Selain terkenal dengan pondok pesantrennya, KSPSS BMT Al-Hikmah Bandar Lampung juga semakin menguatkan keinginannya untuk mengembangkan Pendidikan ilmu secara formal dalam wadah madrasah yaitu terdiri dari Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan Madrasah Aliyah (MA). Namun, ternyata masih terdapat banyak masyarakat yang belum atau bahkan tidak mengenal produk-produk yang dimiliki oleh KSPSS BMT Al-Hikmah Bandar Lampung. Oleh karena itu, *brand image* harus terus menerus dibangun supaya *brand image* dapat lebih melekat di benak masyarakat. Suatu *brand image* yang melekat bahwa KSPSS BMT Al-Hikmah Bandar Lampung adalah suatu perusahaan yang memberikan pinjaman modal usaha yang sifatnya sementara dan sebagai rangsangan untuk mendorong produksi sehingga dapat meningkatkan usaha kecil. Jika selama ini *direct selling* (penjualan secara langsung) yang dilakukan sudah cukup baik dan meningkat, akan lebih baik lagi jika suatu *brand image* dibangun lebih dalam lagi dengan diadakannya iklan suatu produk, baik melalui iklan di televisi, media jejaring sosial, poster atau lain sebagainya. Karena masyarakat akan terus menerus mengingat *brand image* dari produk tersebut jika diiringi dengan promosi melalui iklan. Dengan demikian *brand image* suatu produk akan bisa terbentuk dengan baik dibenak masyarakat. Selain itu promosi juga bisa dilakukan di media cetak, media online dan lain-lainnya untuk bisa membangun

²² Rivaldo Aprian Cahya Pradana and Hari Purwanto, "PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Empiris Pada EIGER Cabang Kota Madiun)," *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4 1, no. 3 (2022): 1–11.

adanya kesan *brand image* yang baik pada nasabah dan masyarakat.²³

KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah). Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa kemajuan suatu organisasi bagaimana perusahaan memange kinerja para anggotanya karena pada kenyataannya kinerja karyawan yang dapat memberikan perubahan berkembang atau tidaknya sebuah organisasi.²⁴

Penelitian terdahulu menemukan bahwa kepemimpinan berpengaruh terhadap manajemen kinerja karyawan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh I Komang Gede dan Putu Saroyeni Priartini menyatakan bahwa kepemimpinan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja karyawan, terlihat adanya penerapan kepemimpinan yang baik pada pada BPR (Bank Perkreditan Rakyat) se-Kecamatan Sukawati Gianyar akan mampu meningkatkan kinerja karyawan.²⁵ Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Lustono dan Asih Munaqorah, hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel kepemimpinan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen kinerja. Selanjutnya penelitian ini juga membuktikan bahwa jika variabel kepemimpinan ditingkatkan maka kepemimpinan tidak berpengaruh atau tidak berkontribusi terhadap manajemen kinerja pada KSPPS BMT Artha Salam Cabang Sigaluh.

Dini Aprilia, Dinnul Alfian Akbar dan Dedy Anwar menemukan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap variabel kinerja. Artinya dengan meningkatnya religiusitas yang tinggi pada individu karyawan akan berdampak kepada kinerja

²³ Ike Sen Cece, "Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth Di Sogo Galaxy Mall Surabaya," *Manajemen Kinerja* 1, no. 2 (2015): 101–110, <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/86>.

²⁴ Ibid.

²⁵ KOMANG GD GEDE and Putu Saroyeni Priartini, "Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimoderasi Oleh Motivasi Kerja Pada Bpr Se-Kecamatan Sukawati Gianyar," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 4 (2018): 1107.

yang dihasilkan oleh karyawan.²⁶ Tetapi terdapat juga penelitian yang menghasilkan hal yang bertentangan dengan pernyataan diatas yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nisrina Aidah Qurrotul Ain, Khusnul Fikriyah, mengungkapkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan, hal ini bisa terjadi pada masing-masing individu dengan alasan tertentu. Seperti halnya ini karena setiap individu sudah tertanam pada diri masing-masing harus memiliki sifat yang taat pada Tuhan-Nya tanpa memikirkan hal lain.²⁷

Penelitian terdahulu menemukan bahwa *brand image* (citra merek) terbukti dapat mempengaruhi manajemen kinerja karyawan. Christian Sasrawibawa mengemukakan bahwa *brand image* (citra merek) berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.²⁸ Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Jasmani yang menyatakan bahwa *brand image* (citra merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, hal ini diartikan apabila *brand image* (citra merek) mengalami peningkatan, maka akan meningkatkan kinerja pemasaran.²⁹

Uraian yang telah diungkapkan mengingatkan bahwa terdapat faktor yang dapat mempengaruhi manajemen kinerja karyawan yang baik dalam membuat sebuah pelayanan yang baik terhadap masyarakat dan inkonsistensi penelitian tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui apakah kepemimpinan, religiusitas, dan *brand image* mempengaruhi Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan

²⁶ Geraldo de Nardi Junior Rodrigo Garcia Motta, Angélica Link, Viviane Aparecida Bussolaro et al., “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” *Pesquisa Veterinaria Brasileira* 26, no. 2 (2021): 173–180, <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>.

²⁷ Nisrina 'Aidah Qurrotul 'Ain, “Pengaruh Religiusitas Dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan,” *Jurnal Iqtisaduna* 6, no. 1 (2020): 57.

²⁸ Christian Sasrawibawa, “Analisis Pengaruh Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kinerja Penjualan Dengan Repurchase Intention Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Changhong Electric Indonesia,” *Jurnal Manajemen Kinerja* (2018): 56–68.

²⁹ Jas Mani, “Pengaruh Peran Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran,” *Jurnal Mandiri* 2, no. 2 (2018): 263–280.

Syariah (KSPPS) BMT Al Hikmah Bandar Lampung. Sehingga judul dalam penelitian ini yaitu **“Pengaruh Kepemimpinan, Religiusitas, dan *Brand Image* Terhadap Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Anggota KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung)”**.

C. Identifikasi Batasan Masalah

Dalam penelitian ini ditetapkan batasan masalah agar tidak terjadi penyimpangan dalam pembahasannya, dan diharapkan dapat fokus pada pokok permasalahan atau objek penelitian. Ruang lingkup penelitian yang peneliti batasi adalah pada:

1. KSPPS BMT Al-Hikmah Bandar Lampung memiliki karyawan dan anggota yang masih tergolong sedikit. Hal ini membuat apakah kinerja KSPPS BMT Al-Hikmah Bandar Lampung dapat mengelola kinerjanya supaya jumlah anggota setiap tahunnya dapat meningkat.
2. Kepemimpinan yang terjadi di KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung selama ini adalah pimpinan belum dapat mengoptimalkan potensi organisasi dan belum dapat membangun komunikasi yang efektif kepada para karyawannya untuk lebih meningkatkan kinerja dalam membangun organisasi.
3. KSPPS BMT Al Hikmah dapat menerapkan nilai-nilai agama dalam aktivitas sehari-harinya, bukan hanya untuk mengharapakan pahala dari Allah, namun merupakan suatu bentuk tanggung jawabnya kepada Allah, maka dari itu KSPPS BMT Al Hikmah dapat memperhatikan faktor religiusitas yang lazim diterapkan dalam aktivitas, menjadi salah satu cara menunjang kinerja karyawan, diharapkan kinerja karyawan tersebut dapat terus optimal.
4. KSPPS BMT Al Hikmah dalam sebuah *brand image* nya masih belum optimal dibenak masyarakat, sehingga masyarakat belum dapat mengenal produk yang terdapat pada perusahaan. Kemudian masyarakat perlu membangun sebuah promosi untuk meningkatkan *brand image* tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka yang dapat dirumuskan dalam penelitian yaitu :

1. Apakah kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung
3. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung?
4. Apakah kepemimpinan, religiusitas, dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung?
5. Bagaimana perspektif ekonomi Islam mengenai kepemimpinan, religiusitas, dan *brand image* berpengaruh terhadap kinerja KSPPS Al Hikmah Bandar Lampung ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dan manfaat penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis apakah kepemimpinan dapat mempengaruhi kinerja pada KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung.
2. Untuk menganalisis apakah religiusitas dapat mempengaruhi kinerja pada KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung.
3. Untuk menganalisis apakah *brand image* dapat mempengaruhi kinerja pada KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung.
4. Untuk menganalisis apakah kepemimpinan, religiusitas, dan *brand image* secara simultan dapat mempengaruhi kinerja pada KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung.
5. Untuk menganalisis bagaimana perspektif Islam mengenai kepemimpinan, religiusitas, dan *brand image* berpengaruh terhadap kinerja KSPPS Al Hikmah Bandar Lampung.

F. Manfaat Penelitian

Pada sebuah penelitian manfaat penelitian adalah hal yang krusial. Adapun kegunaan atau manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan informasi dan kontribusi untuk perkembangan ilmu pengetahuan terutama penelitian yang berkaitan dengan variabel kepemimpinan, religiusitas, dan *brand Image* dalam kinerja pada KSPPS BMT. Dan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan, serta memberikan sumbangan pemikiran dalam mengembangkan teori perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perbankan syariah diharapkan penelitian ini menjadi pedoman dalam kepemimpinan, religiusitas, dan brand seberapa efektif kinerja dalam perkembangan KSPPS BMT.
- b. Bagi akademis dapat memberikan wawasan serta pengetahuan tentang kepemimpinan, religiusitas dan *brand image* terhadap kinerja KSPPS BMT.
- c. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan untuk memecahkan masalah yang sama dengan yang diteliti.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Relevan

Tinjauan Pustaka atau kajian penelitian terdahulu dilakukan agar peneliti dapat mengetahui hal-hal yang telah diteliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Kemudian membuat perbedaan dengan penelitian sebelumnya agar tidak terjadi duplikasi penelitian. Terdapat beberapa hasil penelitian yang penulis temukan terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Lustono, Asih Muqoronah (2021)	“Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Partisipasi Anggota Terhadap Manajemen Kinerja Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Artha Salam di Banjarnegara”	Sebagian menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kepemimpinan terhadap variabel manajemen kinerja. Pengaruh variabel motivasi terhadap kinerja manajemen. Partisipasi anggota pengaruh variabel manajemen kinerja. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap manajemen kinerja adalah partisipasi anggota. ³⁰
2.	Heti Nur Isnaini (2018)	“Analisis Pengaruh Work Family Conflict, Religiusitas Terhadap Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan Dengan Variabel	WFC mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi, WFC tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Religiusitas

³⁰ Lustono and Muqoronah, “Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Partisipasi Anggota Terhadap Manajemen Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Bmt Artha Salam Di Banjarnegara.”

		Intervening Kepuasan Kerja Pada Bank Syariah di Yogyakarta”.	mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja kinerja karyawan, dan Religiusitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi. Kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap komitmen organisasi dan kinerja karyawan. ³¹
3.	Siti Hajar, A. Rahman Lubis, Permana Honeyta Lubis (2018)	“Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Dan Kepercayaan Terhadap Kinerja Dinas Sosial Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Aceh Barat”.	Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung perilaku kepemimpinan dan kepercayaan terhadap kinerja organisasi melalui <i>human relations</i> . ³²

³¹ Heti Nur Isnaini, “Analisis Pengaruh Work Family Conflict , Religiusitas Terhadap Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan Dengan Variabel Intervening Kepuasan Kerja Pada Bank Syariah Di Yogyakarta,” *Universitas Islam Indonesia* (2018): 1–35.

³² Siti Hajar, Abdul Rahman Lubis, and Permana Honeyta Lubis, “Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Dan Kepercayaan Terhadap Kinerja Dinas Sosial Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Aceh Barat,” *Jurnal Magister Manajemen* 2, no. 1 (2018): 46–57, <http://202.4.186.66/JMM/article/view/10241>.

4.	Wahidya Difta Sunanda	“Pengaruh Kepemimpinan Islami Dan Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal)”.	Kepemimpinan Islami berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan;. Religiusitas berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan; Kepuasan kerja memediasi pengaruh kepemimpinan Islami dan religiusitas terhadap kinerja karyawan. ³³
5.	Sunarji Harahap (2016)	“Pengaruh Kepemimpinan Islami dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sukaramai Medan”.	Kepemimpinan Islam dan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Sukaramai Medan dan variabel yang paling berpengaruh terhadap kinerja karyawan motivasi kerja. ³⁴

³³ Wahidya Difta Sunanda, “Pengaruh Kepemimpinan Islam Dan Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal),” *Jurnal Ilmu Manajemen* 17, no. 1 (2020): 20–36.

³⁴ Sunarji Harahap, “Pengaruh Kepemimpinan Islami Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Bank Syariah Mandiri , Tbk” 3, no. 2 (2016).

6.	Wibowo Cahyoseputro dan Taufiq Solehudin (2020)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan / Jasa Untuk Meningkatkan Citra KSPPS BMT Barrah Di Jawa Barat”.	Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi KSPPS BMT Barrah, karena memiliki Citra Perusahaan yang baik dimata masyarakat umumnya dan anggota khususnya merupakan asset yang positif dan sangat dibutuhkan bagi sebuah perusahaan terutama perusahaan jasa, dengan bagusnya citra perusahaan / koperasi dimata anggota terhadap koperasi maka akan membuat perusahaan mampu bersaing dengan para kompetitornya di lapangan. ³⁵
7.	Hasyim Syarbani (2012)	“Analisis Pengaruh Partisipasi Santri Komitmen Dan Kemampuan	Kehadiran santri kemampuan inovasi koperasi pondok pesantren adalah komitmen masih

³⁵ Wibowo Cahyoseputro and Taufiq Solehudin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan / Jasa Untuk Meningkatkan Citra KSPPS BMT Barrah Di Jawa Barat,” Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi) 6681, no. 3 (2022): 705–719.

		<p>Berinovasi Terhadap Kinerja Koperasi Pondok Pesantren Di Kota Semarang”.</p>	<p>rendah serta kinerja koperasi pondok pesantren yang masih rendah, hal ini diindikasikan oleh penurunan usaha, jumlah anggota dan sisa hasil usaha koperasi pondok pesantren per tahun. <i>Goodness of fit index</i> dan bobot regresi dapat diterima model penelitian berarti partisipasi santri, komitmen dan kemampuan berinovasi mempengaruhi kinerja koperasi pondok pesantren. Jadi dapat disimpulkan bahwa rendah kinerja koperasi santri yang dipengaruhi oleh kurangnya partisipasi, komitmen dan kemampuan melakukan inovasi</p>
--	--	---	--

			pondok kos yang kooperatif. ³⁶
8.	Ahmad Baihaqi (2015)	“Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Unza Vitalis Salatiga”.	Kepemimpinan, motivasi kerja, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Unza Vitalis Salatiga. Kepemimpinan, motivasi kerja dan religiusitas secara simultan mempengaruhi kepuasan kerja dengan positif dan signifikan pada PT. Unza Vitalis Salatiga. Variabel paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan kerja adalah motivasi kerja. ³⁷
9.	Moh. Musfiq Arifqi (2020)	“Pengaruh Kepemimpinan Islami, Motivasi	Kepemimpinan Islami berpengaruh secara positif dan

³⁶ Hasyim Syarbani, “Analisis Pengaruh Partisipasi Santri Komitmen Dan Kemampuan Berinovasi Terhadap Kinerja Koperasi Pondok Pesantren Di Kota Semarang,” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2012): 27–42.

³⁷ Ahmad Baihaqi, “Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Unza Vitalis Salatiga,” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2015): 43.

		Kerja Islami Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Islami”.	signifikan terhadap budaya organisasi. ³⁸
10.	Nisrina ‘Aidah Qurrotul ‘Ain, Khusnul Fikriyah (2020)	Pengaruh Religiusitas dan Komitmen terhadap Kinerja Karyawan	Relegiusitas tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan tetapi komitmen memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Cahaya Amanah NF. ³⁹

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama membahas atau meneliti tentang bagaimana pengaruh kepemimpinan dan religiusitas itu sendiri dengan kinerja koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah. Terdapat beberapa variabel dalam penelitian terdahulu dengan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan kepemimpinan, dan religiusitas. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah tujuan dari penelitian terdahulu yaitu kinerja karyawan. Sedangkan dalam penelitian ini menganalisis kinerja koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah. Perbedaannya yang lain juga terdapat di jumlah variabel yang digunakan dan juga objek penelitian.

³⁸ Moh. Musfiq Arifqi, “Pengaruh Kepemimpinan Islami, Motivasi Kerja Islami Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Islami Dan Kinerja Karyawan Baitul Maal Wa Tamwil (Bmt),” *Jurnal La Riba : Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 01 (2020): 61–83.

³⁹ Qurrotul ‘Ain, “Pengaruh Religiusitas Dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan.”

H. Sistematika Penulisan

Dalam sistem pembahasan ini penulis akan menguraikan secara sistematis bab per bab, yang erat kaitannya antara bab satu dengan bab lainnya karena merupakan sebuah rangkaian.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Identifikasi Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Meliputi Teori yang Digunakan dan Pengajuan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Meliputi Waktu dan Tempat Penelitian, Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel serta Teknik Pengumpulan Data, Definisi Operasional Variabel, Instrumen Penelitian, Uji Validitas dan Reliabilitas Data, Uji Prasat Analisi dan Uji Hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Meliputi Deskripsi Data, Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis.

BAB V PENUTUP

Mencakup uraian yang berisi Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta berisi saran-saran atau rekomendasi.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Yang Digunakan

1. *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior ialah *Grand Theory* yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini menyambungkan antara kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), beserta tingkah laku (*behavior*). Menurut pengertian singkat, teori ini menyatakan bahwasannya seorang individu akan berperilaku jika menurutnya tindakan itu bersifat positif dan orang tersebut meyakini bahwa jika orang disekelilingnya menginginkan agar dirinya melakukan hal itu.⁴⁰ *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dirumuskan oleh Ajzen (2001). TPB adalah perkembangan lebih lanjut dari model TRA (*Reasoned Action Theory*). Ajzen menambahkan konstruk yang belum ada pada TRA, yakni control tingkat laku yang dipersepsi (*Perceived Behavioral Control*).

Theory of Planned Behavior (TPB), teori ini ialah teori yang menjabarkan hubungan antara perilaku seorang individu beserta tindakan yang dilaksanakan. TPB mendeskripsikan jika seorang individu akan berperilaku sesuai dengan intensi yang dimilikinya, persepsi individu, dan secara simultan nantinya akan dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan control perilaku.⁴¹ TPB menjelaskan sebagai suatu hal penting yang bisa menjadi tolak ukur atas perilaku, namun demikian diperlukan pertimbangan atas sikap seorang dengan norma subjektif dan mengukur control persepsi perilaku seseorang itu. Apabila ada sikap positif, dorongan berasal atas orang di sekeliling juga adanya persepsi kemudahan lantaran tidak

⁴⁰ Ni Made Rai Juniariani and Ni Made Intan Piliandani, "Theory of Planned Behavior Pada Minat Berwirausaha Dengan Pengetahuan Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi", *Jurnal Riset Akuntansi*, 9.1 (2019) 1-8.

⁴¹ Tri Hartono and Fitra Roman Cahaya, "Whistleblowing Intention Sebagai Alat Anti Korupsi Dalam Institusi Kepolisian", *Akuisis: Jurnal Of Accounting Dan Finance*, 13.2 (2017), 45-61.

terdapat guna bertingkah laku sehingga intensi orang tersebut guna bertindak akan semakin meningkat.⁴²

2. Kinerja

a. Pengertian Kinerja

Menurut Helfert kinerja adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu dan merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki. Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggung jawaban atau akuntabilitas manajemen dan sebagainya.⁴³

Menurut Amstrong dan Baron mendefinisikan bahwa kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi.

Pengertian kinerja atau performance menurut Moehariono merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Kinerja dapat diketahui dan diukur jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standar keberhasilan tolak ukur yang ditetapkan oleh organisasi. Oleh karena itu, jika tanpa tujuan dan target yang ditetapkan dalam pengukuran, maka kinerja pada

⁴² Ni Nyoman Anggar Seni and Ni Made Dwi Ratnadi, "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi", *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6.12 (2017), 4043-68.

⁴³ Hanuma and Kiswara, "Analisis Balance Scorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada PT Astra Honda Motor)."

seseorang atau kinerja organisasi tidak mungkin dapat diketahui bila tidak ada tolok ukur keberhasilannya.⁴⁴

b. Aspek-Aspek Standar Kinerja

Malayu S.P Hasibuan mengemukakan bahwa aspek-aspek yang dinilai kinerja mencakup sebagai berikut:

1) Hasil Kinerja

Hasil kerja adalah bagian dari prestasi kerja yang dicapai oleh seseorang tenaga kerja dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan kepadanya.

2) Kejujuran

Penilai menilai kejujuran dalam melaksanakan tugas-tugasnya memenuhi perjanjian baik bagi dirinya sendiri maupun terhadap orang lain seperti kepada para bawahannya.

3) Kedisiplinan

Menilai disiplin karyawan dalam mematuhi peraturan-peraturan yang ada dan melakukan pekerjaannya sesuai dengan instruksi yang dibebankan kepadanya.

4) Kreativitas

Kemampuan karyawan dalam mengembangkan kreativitasnya untuk menyelesaikan pekerjaannya, sehingga bekerja lebih berdaya guna dan berhasil guna.

5) Kerjasama

Kesediaan karyawan berpartisipasi dan bekerjasama dengan karyawan lainnya secara vertikal maupun horizontal, baik di dalam maupun di luar pekerjaan, sehingga hasil pekerjaannya akan semakin baik.

6) Kepemimpinan

Kemampuan untuk memimpin, berpengaruh, mempunyai pribadi yang kuat, dihormati, berwibawa, dan dapat memotivasi orang lain atau bawahannya untuk bekerja secara efektif.

⁴⁴ Ibid.

7) Tanggung jawab

Kesediaan karyawan dalam mempertanggungjawabkan kebijaksanaannya, pekerjaan dan hasil kerjanya, saran dan prasarana yang digunakan serta perilaku kerjanya.⁴⁵

c. Indikator-indikator Kinerja

Indikator dari Kinerja yaitu, Sebagai Hasil Pekerjaan, yaitu output atau produk yang dihasilkan dari suatu aktivitas atau proses kerja.⁴⁶

d. Kinerja dalam Perspektif Islam

Allah SWT menyatakan bahwa segala apa yang dikerjakan oleh hambanya tentu ia akan mendapatkan balasannya. Manusia didalam bekerja dilarang untuk curang karena Allah SWT maha melihat segala sesuatu. Menurut Toto Tasmara (2003:25) dalam bukunya membudayakan etos kerja islami, makna bekerja bagi seorang muslim adalah suatu upaya yang sungguh-sungguh dengan mengerahkan seluruh aset, pikir dan sikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan dirinya sebagai hamba Allah yang harus menundukan dunia dan menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang terbaik (khairul ummah) atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa hanya dengan bekerja manusia itu memanusikan dirinya.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾ (القصص/28:77)

“Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu

⁴⁵ Ratnasari, S. L. (2014). Pelatihan Dan Motivasi Sebagai Prediktor Kinerja Karyawan Departemen Produksi PT. Y Batam. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(3), 152680.

⁴⁶ Hanuma and Kiswara, “Analisis Balance Scorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada PT Astra Honda Motor).”

lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Al-Qasas/28:77)

Sudut pandang ekonomi Islam dalam kaitannya dengan kinerja dalam Islam menggaris bawahi setelah manusia sebagai pelaku ekonomi mengoptimalkan seluruh sumber daya yang ada sebagai media untuk kehidupan di dunia ini. Allah SWT menegaskan sebagai berikut:

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لِّهَا لِنَبْلُوَهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ﴿٧﴾

(الكهف/18:7)

“Sesungguhnya Kami telah menjadikan apa yang ada di atas bumi sebagai perhiasan baginya agar Kami menguji mereka siapakah di antaranya yang lebih baik perbuatannya.” (Al-Kahf/18:7)

Islam menyuruh umatnya untuk mencari rizki yang berkah mendorong berproduksi dan menekuni aktifitas ekonomi diberbagai bidang usaha seperti pertanian, perkebunan, perdagangan maupun industri, dengan bekerja setiap 16 individu dapat memberikan pertolongan pada kaum kerabatan maupun yang membutuhkannya. Ikut berpartisipasi bagi kemaslahtan umat dan bertindak dijalan Allah dalam menegakan kalimat-Nya, karena islam memerintakan pemeluknya untuk bekerja, dan memberi bobot perintah bekerja tersebut sepadan dengan pemerinta shalat, shodaqoh dan jihat ditangan Allah.

3. Kepemimpinan

a. Pengertian Kepemimpinan

Kepemimpinan (*leadership*) adalah proses memotivasi orang lain untuk mau bekerja dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Lindsay dan Patrick dalam membahas “Mutu Total dan Pembangunan Organisasi” mengemukakan

bahwa kepemimpinan adalah suatu upaya merealisasikan tujuan perusahaan dengan memadukan kebutuhan para individu untuk terus tumbuh berkembang dengan tujuan organisasi. Perlu diketahui bahwa para individu merupakan anggota dari perusahaan.⁴⁷

Dalam penelitian Siswanto dan Sucipto (2008), diutarakan pendapat House dkk., (1999) yang menyatakan bahwa kepemimpinan merupakan suatu kemampuan individu untuk mempengaruhi, memotivasi dan memungkinkan pengikutnya untuk memberikan kontribusi terhadap efektifitas dan kesuksesan organisasi, sedangkan Richard & Engle (1986) mendefinisikan kepemimpinan sebagai kemampuan untuk mengungkapkan visi, mewujudkan nilai dan membentuk lingkungan yang dapat dibentuk.

Dari definisi kepemimpinan di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar para ahli mendefinisikan kepemimpinan dalam makna yang berbeda-beda, namun mempunyai makna inti, yaitu suatu proses mempengaruhi atau menggerakkan. Dengan kata lain kepemimpinan merupakan kemampuan untuk memengaruhi dan menggerakkan bawahan atau anggota organisasi untuk mencapai visi atau tujuan yang telah ditetapkan suatu kelompok.⁴⁸

b. Tipe Pokok Kepemimpinan

Perilaku kepemimpinan yang berwujud pada kategori kepemimpinan yang terdiri atas tipe pokok kepemimpinan, yaitu:

1) Tipe kepemimpinan Otoriter

Tipe kepemimpinan ini menempatkan kekuasaan di tangan satu orang. Pemimpin bertindak sebagai penguasa tunggal.

⁴⁷Harahap, "Pengaruh Kepemimpinan Islami Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Bank Syariah Mandiri , Tbk."

⁴⁸Baihaqi, "Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Unza Vitalis Salatiga."

2) Tipe Kepemimpinan Kendali Bebas

Tipe kepemimpinan ini merupakan kebalikan dari tipe kepemimpinan otoriter. Pemimpin berkedudukan sebagai symbol.

3) Tipe Kepemimpinan Demokratis

Tipe kepemimpinan ini menempatkan manusia sebagai faktor utama dan terpenting dalam setiap kelompok/organisasi.

Ketiga tipe kepemimpinan di atas dalam prakteknya saling mengisi atau saling menunjang secara bervariasi, yang disesuaikan dengan situasi sehingga akan menghasilkan kepemimpinan yang efektif.⁴⁹

c. Indikator-indikator Kepemimpinan

Adapun indikator-indikator Kepemimpinan sebagai berikut.⁵⁰

1) Pencapaian Sebuah Visi atau Tujuan.

Merupakan hasil dari perencanaan strategis, kerja keras, ketekunan, dan kemampuan untuk beradaptasi.

2) Faktor Yang Krusial.

Merupakan perencanaan yang matang dan strategis. Tanpa perencanaan yang tepat, upaya dapat menjadi tidak terarah dan efisien.

3) Gaya Kepemimpinan

Adalah cara seorang pemimpin dalam mengelola timnya untuk mencapai tujuan organisasi, yang mencakup perilaku, nilai, dan metode yang digunakan untuk menggerakkan anggota tim menuju pencapaian yang diinginkan.

⁴⁹ Ginting and Haryati, "Kepemimpinan Dan Konteks Peningkatan Mutu Pendidikan."

⁵⁰ Baihaqi, "Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Unza Vitalis Salatiga."

d. Kepemimpinan dalam Perspektif Islam

Istilah kepemimpinan di dalam perspektif Islam dapat dirujuk dari Al-Qur'an, antara lain: Pertama, Khalifah, merupakan pemimpin yang memikul amanah dan tanggung jawab untuk melaksanakan pemerintahan dan menegakkan kebenaran seperti dijelaskan Allah di dalam firman-Nya (Al-Qur'an, Surah Shaad, 38: 26). Kedua, Imam, sebagai pemimpin yang menjalankan tugas berdasarkan petunjuk Allah (Mohamad, Abdullah, & Adnan, 2012, hal. 344). Isyarat ini dapat dilihat di dalam Al-Qur'an (Al-Qur'an, Surah Al-Anbiya: 73); Ketiga, Malik, sebagai pemimpin yang berperang dan berjuang menegakkan agama Allah seperti firman Allah di dalam Al-Qur'an (Al-Qur'an, Surah Al-Baqarah: 246); dan Keempat, Tankin, perkataan ini digunakan oleh Al-Qur'an untuk menunjukkan bahwa kekuasaan dan pengaruh telah diberikan kepada para pemimpin seperti Zulkarnain, Nabi Yusuf di Mesir, Nabi Muhammad SAW, golongan ulama dan sebagainya. Kuasa itu diberikan untuk mendaulatkan ajaran Allah SWT.

Kepemimpinan mempunyai fungsi yang sangat penting termasuk juga di dalam Islam. Fungsi kepemimpinan dapat dijabarkan dalam dua fungsi utama, yakni fungsi pemecahan masalah (pemberi solusi); dan fungsi sosial (fasilitator). Pertama, fungsi pemecahan masalah. Cakupannya meliputi pemberian pendapat, informasi, dan solusi dari suatu permasalahan yang selalu disandarkan pada syariat, yakni dengan didukung oleh adanya dalil, argumentasi atau hujjah yang kuat. Fungsi ini diarahkan juga untuk memberikan motivasi rohaniyah kepada para anggota organisasi. Kedua, fungsi sosial, yang berhubungan dengan interaksi antaranggota komunitas dalam menjaga suasana kebersamaan tim agar tetap kondusif dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Kebersamaan tersebut dapat diringkas dalam *formula three in one*, yakni kebersamaan seluruh anggota dalam kesatuan bingkai ide atau pemikiran (*ajha*), perasaan (*masyair*), dan aturan bermain (*nidzam*).

Agar mampu melaksanakan peran penting kepemimpinan seperti di atas, seorang pemimpin di dalam organisasi Islam memerlukan beberapa persiapan, yaitu: (1) Pemimpin harus fleksibel dan mempunyai pengalaman yang luas; (2) Menganggap tanggung jawab seremonial atau spiritual sebagai kepala organisasi menjadi suatu fungsi yang diperlukan, bukan suatu hal yang remeh yang harus dialami atau didelegasikan kepada orang lain; (3) Pembuatan tidak dibuat secara efektif terpusat di puncak organisasi.⁵¹

4. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Secara etimologi, religiusitas berasal dari kata religi, *religion* (Inggris), *religie* (Belanda), *religio* (Latin) dan *ad-Dien* (Arab). Menurut Drikarya, kata Religi berasal dari bahasa latin *religio* yang akar katanya *religare* yang berarti mengikat. Maksudnya adalah suatu kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang kesemuanya itu berfungsi untuk mengikat dan mengukuhkan diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan atau sesama manusia, serta alam sekitarnya.

Religiusitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti pengabdian terhadap agama. Seseorang dapat disebut religius jika mereka dapat mengetahui arti hidup serta aktivitas sehari-hari lebih baik daripada saat sebelumnya. Pengertian religiusitas yang menjadi kunci yaitu menurut Jalaluddin, 2009, religiusitas adalah kondisi pada pribadi individu dalam berperilaku serasi dengan aturan agamanya. Dalam sehari-hari orang yang dikatakan religius akan melakukan praktik ibadahnya, seperti jika dalam Islam dia akan rajin sholat berjama'ah di masjid, mengaji, datang pengajian, serta kegiatan agama lainnya.⁵²

⁵¹ Lembaga Penelitian, A Kepemimpinan, and Jurnal Riset, "Jurnal Riset Sains Manajemen" 1 (2017): 43–54.

⁵² Qurrotul 'Ain, "Pengaruh Religiusitas Dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan."

Menurut Glock & Stark (1965) religiusitas memiliki arti sebagai berkembangnya konsep spritualitas dalam sebuah kajian psikologi suatu agama. Koenig dan Larson (2001) yang telah melakukan observasi terhadap konsep religiusitas menemukan bahwa hasil dalam 80% observasi yang telah dikaji didapati suatu kebenaran bahwa keyakinan dan praktik dalam beragama (sebutan untuk religiusitas) berhubungan dengan semakin meningkatnya kepuasan hidup, kebahagiaan, efek positif, dan juga meningkatnya moral. Rasa percaya terhadap religiusitas yang sangat tinggi maka akan memiliki tingkat kepuasan hidup yang lebih tinggi, tingkat kebahagiaan yang tinggi, jika dibandingkan dengan manusia yang tidak memiliki tingkat rasa percaya terhadap religiusitas yang tinggi.⁵³

Islam menyuruh agar manusia sebagai umat muslim agar beriman dengan menyeluruh, tanpa memilih aspek tertentu saja. Islam sebagai agama yang menyeluruh, terdiri dari beberapa aspek atau dimensi. Sebagai umat Islam dalam melakukan seluruh aktivitas sehari-hari seperti ekonomi, sosial, politik, dan lainnya harus didasarkan pada ajaran Islam dan dilakukan sebagai ibadah kepada Allah.

b. Indikator-indikator Religiusitas

Adapun indikator-indikator dari Religiusitas, sebagai berikut:

1) Penghayatan Dalam Kehidupan Sehari-hari.

Adalah cara seseorang merasakan, memahami, dan mengapresiasi setiap aspek kehidupan secara mendalam.

2) Internalisasi.

Adalah penghayatan terhadap suatu ajaran, doktrin atau nilai, sehingga merupakan keyakinan dan kesadaran akan

⁵³ Suprihati Suprihati, Sumadi Sumadi, and Muhammad Tho'in, "Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Koperasi Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 443.

kebenaran doktrin atau nilai yang diwujudkan dalam sikap dan perilaku.⁵⁴

c. Nilai-nilai Religiusitas

Nilai religiusitas adalah nilai yang dikaitkan dengan konsep, sikap dan keyakinan yang memandang berharga sesuatu yang bersumber dari agama. Pada umumnya, religiusitas terbagi menjadi tiga nilai.⁵⁵ Berikut penjelasan ketiga nilai-nilai tersebut:

1) Nilai Aqidah

Aqidah adalah dimensi ideologi atau keyakinan dalam Islam. Aqidah menunjuk kepada beberapa tingkat keimanan muslim, terutama mengenai pokok-pokok keimanan Islam.

2) Nilai Syariah

Syari'ah adalah peraturan-peraturan yang telah digariskan oleh Allah SWT. Syari'ah adalah sistem yang mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT dan hubungan manusia dengan manusia lainnya.

3) Nilai Akhlak

Akhlak adalah kebiasaan dan kehendak. Kebiasaan adalah perbuatan yang selalu diulang-ulang sehingga mudah untuk melakukannya, sedangkan kehendak adalah menangnya manusia setelah mengalami kebimbangan.

d. Religiusitas dalam Perspektif Islam

Religiusitas pada seorang muslim bisa dilihat dari berapa besarkah ilmu, kepercayaan, pelaksanaan dan penghayatan terhadap agama Islam. Religiusitas merupakan suatu kondisi pada diri individu yang mendukung untuk berperilaku yang sesuai dengan ajaran dan ketentuan dari agama yang dianutnya. Beragama yakni memunculkan hubungan sesuatu yang kodrati, hubungan manusia dengan Allah, hubungan ini

⁵⁴ Qurrotul 'Ain, "Pengaruh Religiusitas Dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan."

⁵⁵ Ancok dan Fuad Anshori, Psikologi Islam: Solusi., 78-82.

diterapkan dalam batin sikapnya yang dapat terlihat dalam tindakan ibadah yang dilakukan dan tergambar juga dalam kehidupannya sehari-hari.

Religiusitas di dalam Islam meliputi lima hal-hal yaitu aqidah, ibadah, infaq, akhlaq dan pengetahuan. Terkait pada religiusitas Allah sudah mengungkapkan pada al-Qur'an surat ar-Rum ayat 30, seperti ini:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

(الرُّوم/30:30)

“Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu, tidak ada perubahan pada fitrah Allah, (itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.” (Q.S Ar-Ruum (30):30)

Jalaluddin mendeskripsikan bahwasannya ayat diatas bermaksud menjelaskan bahwa manusia diciptakan dan disempurnai oleh naluri beragama, jika terdapat manusia yang tak memiliki agama itu sekedar pengaruh lingkungan, oleh karenanya, berarti keadaan ini manusia tidak akan terlepas dari yang namanya agama. Agama sebagai keperluan hidup, manusia disebut sebagai *homo religious* karena manusia memiliki potensi beragama. Atas dasar makna yang dituangkan di atas, bisa disimpulkan bahwasannya religiusitas ialah terbentuknya hubungan antara manusia terhadap Allah dari aturan agama yang diajarkan dan tercermin pada sikap dan perilaku dalam kehidupannya.⁵⁶

⁵⁶ Faridatul Fitriyah, „Pengaruh Pendapatan, Dana Talangan Haji Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Mendaftar Haji (Studi Pada BNI Syariah Tulungagung)“, Jurnal Nusamba, 1.1 (2016), 58–67

5. *Brand Image*

a. Pengertian *Brand Image* (Citra Merek)

Image (Citra) merupakan suatu komponen pendukung bagi sebuah *Brand* (Merek), dimana ia mewakili “wajah” dan juga mutu suatu produk. Jika *Brand* (Merek) ibarat mengenal manusia dari namanya, maka *Image* (Citra) bagaikan kesan yang kita lihat dari manusianya.

Dalam sebuah *Brand Image* (Citra Merek) terkandung beberapa hal yang menjelaskan tentang merek sebagai produk, merek sebagai organisasi merek sebagai simbol. *Brand Image* (Citra Merek) bisa juga tercipta dari faktor-faktor lainnya. *Brand Image* (Citra Merek) tercipta bisa dengan waktu yang sangat lama bisa juga dengan waktu yang singkat. Hal ini tergantung dengan perusahaan itu sendiri bagaimana cara membangun *Brand Image* (Citra Merek) dan memeliharanya.

Citra perusahaan diawali dengan adanya persepsi publik mengenai suatu perusahaan yang terbentuk dalam benak para pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (2003:396), “Citra perusahaan adalah cara seseorang individu atau sebuah kelompok memandang suatu organisasi”.

Secara luas citra merek merupakan sebuah kerangka atau serangkaian asosiasi (persepsi) yang ada didalam benak konsumen terhadap merek dari suatu produk. Dengan adanya pengalaman dan informasi yang banyak akan menjadikan dasar akan semakin kuatnya terhadap merek dari suatu produk. Citra mempresentasikan persepsi yang bias merefleksasikan kenyataan obyektif ataupun tidak. Citra yang terbentuk dari asosiasi (persepsi) inilah yang mendasari keputusan membeli bahkan loyalitas merek (brand loyalty) dari konsumen. Citra juga meliputi pengetahuan dan kepercayaan akan atribut merek (aspek kognitif), konsekuensi dari penggunaan merek tersebut dan situasi pengguna yang sesuai, begitu juga dengan evaluasi, perasaan dan emosi yang dideskripsikan dengan merek tersebut atau aspek aktif.

Berdasarkan uraian diatas Citra merek meliputi pengetahuan dan kepercayaan akan atribut merek (aspek kognitif), konsekuensi dari penggunaan merek tersebut, dan situasi penggunaan yang sesuai, begitu juga dengan evaluasi, perasaan dan emosi yang di asosiasikan dengan merek tersebut (aspek afektif). Citra merek didefinisikan sebagai persepsi konsumen dan preferensi terhadap merek, sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Meskipun asosiasi merek dapat terjadi dalam berbagai macam bentuk tapi dapat dibedakan menjadi asosiasi performansi dan asosiasi imajeri yang berhubungan dengan atribut dan kelebihan merek dan image merupakan serangkaian kepercayaan konsumen tentang merek tertentu sehingga asosiasi merek tersebut melekat dibenak konsumen.

Untuk membentuk citra yang positif, perusahaan perlu mengirimkan pesan dirinya kepada lingkungan perusahaan, baik internal maupun eksternal, yaitu pegawai perusahaan, konsumen, supplier, dan lainnya. Perusahaan dapat membentuk citra yang positif dalam benak konsumen (*share of mind*).

Dalam mendapat tujuan menciptakan *brand image* positif di mata konsumen, perusahaan dapat memulai dengan membentuk program pemasaran yang kuat dan khas terhadap produk tersebut, yang menonjolkan kelebihan dan membedakan dengan milik pesaing.⁵⁷

b. Faktor-Faktor yang Membentuk *Brand Image* (Citra Merek)

Menurut Shiffman dan Kanuk (2006:135) menyebutkan faktor-faktor pembentuk *brand image* adalah sebagai berikut:

⁵⁷ Pradana and Purwanto, "PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN(Studi Empiris Pada EIGER Cabang Kota Madiun)."

- 1) Kualitas atau mutu, berkaitan dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu.
- 2) Dapat dipercaya atau diandalkan, berkaitan dengan pendapat dan kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu produk yang dikonsumsi.
- 3) Kegunaan atau manfaat, yang terkait dengan fungsi dari suatu produk yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen.
- 4) Pelayanan, yang berkaitan dengan tugas produsen dalam melayani konsumennya.
- 5) Resiko berkaitan dengan untung rugi yang dialami oleh konsumen.
- 6) Harga, dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk mempengaruhi suatu produk, juga dapat mempengaruhi citra jangka panjang.
- 7) Citra yang dimiliki merek itu sendiri, yaitu berupa pelanggan, kesempatan dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek dari produk tertentu.⁵⁸

c. Indikator-indikator *Brand Image* (Citra Merek)

Adapun indikator-indikator *brand image* adalah:

- 1) Penilaian Konsumen.
Adalah proses dimana konsumen membentuk pendapat mengenai produk, jasa, dan merek.
- 2) Pengalaman Pribadi.
Adalah peristiwa atau situasi yang dialami seseorang secara langsung.
- 3) Selalu Tersedia.
Berarti sesuatu yang dapat diakses atau digunakan setiap saat tanpa batasan waktu.⁵⁹

⁵⁸ Eli Achmad Mahiri, "Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran," *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, no. 3 (2020): 227–238.

⁵⁹ Dheeran Nathani and Herlina Budiono, "Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3, no. 4 (2021): 953.

d. *Brand Image* dalam Perspektif Islam

Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi kepada umatnya untuk saling mengenal antara satu dengan yang lain, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lain dalam kehidupan sehari-hari. Begitupun pula dengan sebuah produk harus memiliki tanda pengenal seperti nama produk (merek). Kegiatan saling mengenal antara seseorang dengan orang disekitarnya juga tercantum dalam Al-Qur'an pada surat Al-Hujuraat ayat 13-14 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾
 قَالَتِ الْأَعْرَابُ أَمَّا قُلٌّ لَمْ تَدِينُوا وَلَكِنْ قَوْلُوا أَسْلَمْنَا وَلَمَّا يَدْخُلِ
 الْإِيمَانُ فِي قُلُوبِكُمْ وَإِنْ تُطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ لَا يَلِتْكُمْ مِنْ أَعْمَالِكُمْ
 شَيْئًا إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٤﴾ (الحجرات/49:13-14)

“Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal, sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.

“Orang-orang Arab Badui berkata, “Kami telah beriman.” Katakanlah (kepada mereka), “Kamu belum beriman, tetapi katakanlah, ‘Kami baru berislam’ karena iman (yang sebenarnya) belum masuk ke dalam hatimu. Jika kamu taat kepada Allah dan Rasul-Nya, Dia tidak akan mengurangi sedikit pun (pahala) amal perbuatanmu.” Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Q.S Al-Hujurat (49) :13-14).”⁶⁰

⁶⁰ Alquran, al-Hujurat ayat 13, *Alquran dan Terjemahnya*, (Jakarta : Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2005), 518

Iklan-iklan pada masa sekarang umumnya hadir dengan bentuk-bentuk pencitraan dalam rangka untuk membangun sebuah citra merek yang positif dimata konsumen. Bentuk-bentuk pencitraan tersebut merupakan sebuah langkah dari strategi pesan, yang disebut dengan strategi citra merek atau *brand image*. Dalam strategi citra merek terdapat bentuk strategi yaitu strategi diferensiasi. Maksudnya adalah sampai dimana produk atau brand tersebut mampu membangun image khusus, unik, atau berbeda pada masyarakat konsumen.

Diferensiasi sebuah merek untuk memaksimalkan efektivitas sebuah iklan harus dibangun melalui gaya periklanan yang konsisten, serta menjaga kualitas yang konsisten dari produk tersebut.⁶¹ Citra produk merupakan suatu tampilan produk, dalam islam sendiri penampilan produk tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran kuantitas maupun kualitas.

6. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS)

a. Pengertian Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS)

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah termasuk Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) yang beroperasi dengan sistem syariah. Lembaga keuangan syariah secara konseptual dilaksanakan dengan maksud menghindari riba dengan segala praktik dan inovasinya, yang memiliki dua sifat utama yakni bunga berlipat dan aniaya. Selain itu, juga untuk membangun budaya baru dalam pengelolaan lembaga keuangan yang mendapat titipan

⁶¹ Rama Kertamukti, *Strategi dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2015), 99

dana dari masyarakat, dengan menghindari penentuan prosentase bunga yang pasti untung.⁶²

Keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) menjadi sangat penting untuk mewujudkan *shariah compliance* tersebut. Untuk melakukan pengawasan tersebut, anggota harus memiliki kualifikasi keilmuan yang integral, yaitu ilmu fiqh muamalah dan ilmu ekonomi keuangan Islam modern. Kesalahan besar perbankan syaria'ah saat ini adalah mengangkat Dewan Pengawas Syariah (DPS) karena kharisma dan kepopulerannya di tengah masyarakat, bukan karena keilmuannya di bidang ekonomi dan perbankan syaria'ah. Masih banyak anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang belum mengerti tentang teknis perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah (LKS), apalagi ilmu ekonomi keuangan Islam seperti akuntansi, akibatnya pengawasan dan peran-peran strategis lainnya sangat tidak optimal.⁶³

b. Tujuan dan Fungsi KSPPS

Adapun tujuan dari KSPPS adalah untuk kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Dan fungsi KSPPS sendiri yaitu:

- 1) Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, mendorong, dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota, kelompok usaha anggota muamalah (Pokusma) dan kerjanya.
- 2) Mempertinggi kualitas SDM anggota dan Pokusma menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh menghadapi tantangan global.
- 3) Menggalang dan mengorganisir masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota⁶⁴.

⁶² Hidayat Farid, "Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Dalam Mewujudkan."

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Jenita, *Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kecil Menengah*, (Jakarta: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 2, No. 2, 2017), h. 182.

7. Perspektif Islam

a. Pengertian Perspektif Islam

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perspektif merupakan cara pandang, pandangan, atau cara menggambarkan suatu benda secara tiga dimensi pada bidang datar.⁶⁵ Dalam hal ini, perpektif islam adalah cara pandang agama Islam terhadap suatu masalah atau persoalan yang terjadi. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peneliti ingin mengetahui mengenai judul yang peneliti ambil dilihat dari cara pandang agama Islam.

b. Prinsip-Prinsip Perspektif Islam

Pengimplementasian prinsip-prinsip ekenomi Islam dilihat sebagai berikut :

1) Tauhid

Prinsip tauhid dalam ekonomi Islam sangat esensial sebab prinsip ini mengajarkan kepada manusia agar dalam hubungan kemanusiaan (hubungan horizontal), sama pentingnya dengan hubungan dengan Allah (hubungan vertikal) dalam arti manusia dalam melakukan aktivitas ekonominya didasarkan pada keadilan sosial yang bersumber kepada Al-Qur'an.

2) 'Adl

Keadilan adalah salah satu prinsip yang penting dalam mekanisme perekonomian Islam. Bersikap adil dalam ekonomi tidak hanya didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an atau Sunnah Rasul tapi juga berdasarkan pada pertimbangan hukum alam, alam diciptakan berdasarkan atas prinsip keseimbangan dan keadilan. Adil dalam ekonomi bisa diterapkan dalam penentuan harga, kualitas produksi, perlakuan terhadap para pekerja, dan dampak yang timbul dari berbagai kebijakan ekonomi yang dikeluarkan.

⁶⁵ <http://kbbi.web.id/perspektif.html> diakses pada tanggal 19 Juli 2023

3) *Al-Mas'uliyah* (*accountability*, pertanggung jawaban)

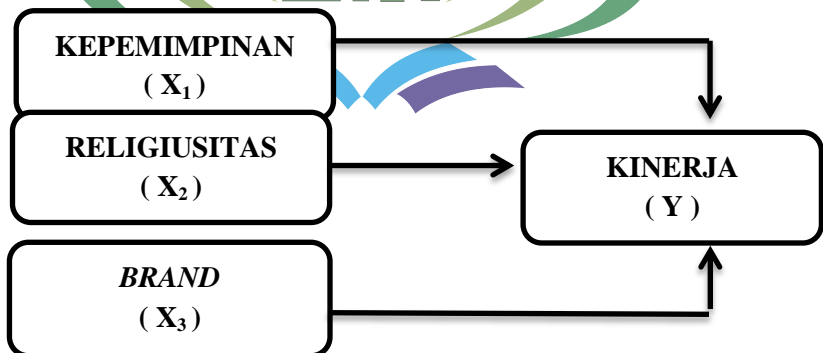
Prinsip ini meliputi berbagai aspek, yakni pertanggung jawaban antara individu dengan individu (*Mas'uliyah al-afrad*), pertanggung jawaban dalam masyarakat (*Mas'uliyah al-muj'tama*), manusia dalam masyarakat diwajibkan melaksanakan kewajibannya demi terciptanya kesejahteraan anggota masyarakat secara keseluruhan, serta tanggung jawab pemerintah (*Mas'uliyah al-daulah*), tanggung jawab ini berkaitan dengan baitul mal.

4) Prinsip *al-Ihsan* (Kebaikan)

Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam ekonomi, setiap muslim diajarkan untuk senantiasa bermanfaat bagi orang banyak, seagama, senegara, sebangsa maupun sesama manusia.

8. Pengajuan Hipotesis

Untuk menjelaskan alur logika pemikiran berjalannya penelitian ini dibentuklah kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

Pengaruh antarvariabel yang akan diteliti yakni Kepemimpinan (X₁), Sebagai variabel Independen terhadap Kinerja (Y) sebagai variabel dependen, Religiusitas (X₂) Sebagai variabel Independen terhadap kinerja (Y) sebagai variabel dependen dan Brand (X₃) sebagai variabel Independen

terhadap kinerja (Y) sebagai variabel dependen. Ketiganya merupakan hubungan variabel secara parsial yakni adanya pengaruh yang ditimbul oleh variabel-variabel independen (bebas) secara terpisah atau masing-masing terhadap variabel dependen (terikat).

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.⁶⁶ Hipotesis nol (H_0) Merupakan hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antara variabel-variabel dependen dan variabel independen, rumusan hipotesis yang di uj adalah ketidakbenaran variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan hipotesis kerja atau alternatif (H_1) adalah hipotesis yang menyatakan adanya hubungan variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka hipotesis penelitian adalah:

a. Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

Kepemimpinan merupakan suatu upaya dari seorang pemimpin untuk dapat merealisasikan tujuan organisasi melalui orang lain dengan cara memberikan motivasi agar orang lain tersebut mau melaksanakannya, dan untuk itu diperlukan adanya keseimbangan antara kebutuhan individu para pelaksana dengan tujuan perusahaan. Menurut Griffin dan Ebert (1998), kepemimpinan (*leadership*) adalah proses memotivasi orang lain untuk mau bekerja dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks kelompok (tim) bisnis, secara internal seorang ketua tim harus dapat menggerakkan anggota tim sedemikian rupa

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2020), h. 99-100.

sehingga tujuan dapat dicapai. Seorang ketua tim harus dapat memahami kelebihan dan kekurangan anggota timnya, sehingga dapat menentukan penugasan yang harus diberikan kepada setiap anggota tim.⁶⁷

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lustono, Asih Munaqorah (2021), hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel kepemimpinan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen kinerja. Selanjutnya penelitian ini juga membuktikan bahwa jika variabel kepemimpinan ditingkatkan maka kepemimpinan tidak berpengaruh atau tidak berkontribusi terhadap manajemen kinerja pada KSPPS BMT Artha Salam Cabang Sigaluh. Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh I Komang Gede dan Putu Saroyeni Piartini (2018) menyatakan bahwa kepemimpinan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja karyawan, terlihat adanya penerapan kepemimpinan yang baik pada pada BPR (Bank Perkreditan Rakyat) se-Kecamatan Sukawati Gianyar akan mampu meningkatkan kinerja karyawan.⁶⁸

H₀ = Kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap Kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

H₁ = Kepemimpinan berpengaruh terhadap Kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

b. Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

Religiusitas menurut Suhardiyanto adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendaknya (larangannya). Sesuatu yang

⁶⁷ Harahap, "Pengaruh Kepemimpinan Islami Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Bank Syariah Mandiri , Tbk."

⁶⁸ GEDE and Priartini, "Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimoderasi Oleh Motivasi Kerja Pada Bpr Se-Kecamatan Sukawati Gianyar."

membuahkan perlakuan yang baik kepada sesamanya sebagai tanggapan kasih dan kepatuhannya kepada pribadi yang ilahi itu, yang sejak awal mengasahi dan menyangangi umat ciptaan-Nya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dini Aprilia, Dinnul Alfian Akbar dan Deky Anwar (2021), menemukan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap variabel kinerja. Artinya dengan meningkatnya religiusitas yang tinggi pada individu karyawan akan berdampak kepada kinerja yang dihasilkan oleh karyawan.⁶⁹ Tetapi terdapat juga penelitian yang menghasilkan hal yang bertentangan dengan pernyataan diatas yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nisrina Aidah Qurrotul Ain, Khusnul Fikriyah (2020), mengungkapkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan, hal ini bisa terjadi pada masing-masing individu dengan alasan tertentu. Seperti halnya ini karena setiap individu sudah tertanam pada diri masing-masing harus memiliki sifat yang taat pada Tuhan-Nya tanpa memikirkan hal lain.⁷⁰

H₀ = Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

H₂ = Religiusitas berpengaruh terhadap Kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bnadar Lampung

c. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

Citra menurut Kotler dan Keller adalah sejumlah keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek. Sedangkan *Brand Image* (citra merek) adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam

⁶⁹ Rodrigo Garcia Motta, Angélica Link, Viviane Aparecida Bussolaro et al., “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.”

⁷⁰ Qurrotul 'Ain, “Pengaruh Religiusitas Dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan.”

dalam ingatan konsumen. Surachman mendefinisikan citra merek sebagai bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain huruf atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya. Suatu merek memberikan janji yang didalamnya menyangkut kepercayaan, konsistensi, dan harapan. Dengan demikian, baik bagi konsumen maupun produsen citra merek menjadi sangat penting. Bagi konsumen, citra merek bermanfaat dalam mempermudah proses keputusan pembelian dan memberikan jaminan akan kualitas. Sebaliknya, bagi produsen, citra merek dapat membantu upaya dalam membangun loyalitas dan hubungan berkelanjutan dengan konsumen.⁷¹

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Christian Sasrawibawa (2018), menemukan bahwa *Brand Image* (citra merek) berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.⁷² Begitu juga dengan hasil penelitian yang diperkuat oleh hasil penelitian Jasmani (2018), menyatakan bahwa *Brand Image* (citra merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, hal ini diartikan apabila *brand image* (citra merek) mengalami peningkatan, maka akan meningkatkan kinerja pemasaran.⁷³

H₃ = *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan bagi kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

⁷¹ Debi Eka Putri, Acai Sudirman, Asep Dadan Suganda, Riana Dewi Kartika, Erni Martini, Heni Susilowati, Bambang, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Rizka Zulfikar, Tati Handayani, Gusti Putu Eka Kusuma, Diana Triwardhani, Neneng Kartika Rini, Widya Nur Bhakti Pertiwi, Astil Harli Roslan, *Brand Marketing*, (Bandung: 2021), h. 2 & 5.

⁷² Sasrawibawa, "Analisis Pengaruh Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kinerja Penjualan Dengan Repurchase Intention Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Changhong Electric Indonesia."

⁷³ Mani, "Pengaruh Peran Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran."

d. Kepemimpinan, Religiusitas dan *Brand Image* Berpengaruh Terhadap Kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lustono, Asih Munaqorah (2021), menemukan bahwa Kepemimpinan, Motivasi dan Partisipasi Anggota secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Kinerja.⁷⁴ Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Nisrina Aidah Qurrotul Ain, Khusnul Fikriyah (2020), mengemukakan bahwa religiusitas dan komitmen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kinerja karyawan.⁷⁵ Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Chrstian Sasrawibawa (2018), menyatakan bahwa Brand Image dan loyalitas pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kinerja penjualan melalui Repurchase Intention sebagai variabel mediasi.⁷⁶

H₄ = Kepemimpinan, Religiusitas dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KSPPS BMT Al Hikmah Bandar Lampung.

⁷⁴ Lustono and Muqoronah, “Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Partisipasi Anggota Terhadap Manajemen Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Bmt Artha Salam Di Banjarnegara.”

⁷⁵ Qurrotul 'Ain, “Pengaruh Religiusitas Dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan.”

⁷⁶ Sasrawibawa, “Analisis Pengaruh Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kinerja Penjualan Dengan Repurchase Intention Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Changhong Electric Indonesia.”

DAFTAR RUJUKAN

- (SNAST), Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi. "Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014 Yogyakarta, 15 November 2014 ISSN: 1979-911X." *Snast*, no. November (2014): 159.
- Alfisyah, Karina Dewi, and Moch. Khoiril Anwar. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Muslim Kantor Pusat PT Perkebunan Nusantara XI Karina." *Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2018): 105.
- Andriani, Meli. "PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN TINGKAT KOMPENSASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Kantor Kecamatan Way Ratai, Pesawaran)," 2019.
- Arifqi, Moh. Musfiq. "Pengaruh Kepemimpinan Islami, Motivasi Kerja Islami Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Islami Dan Kinerja Karyawan Baitul Maal Wa Tamwil (Bmt)." *Jurnal La Riba : Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 01 (2020): 61–83.
- Astogini, Dwiwiyati, Wahyudin, and Siti Zulaikha Wulandari. "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal." *Jeba* 13, no. 1 (2011): 1–8.
- Baidan, Nasharuddin. *Etika Islam Dalam Berbisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Baihaqi, Ahmad. "Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Unza Vitalis Salatiga." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2015): 43.
- Cahyoseputro, Wibowo, and Taufiq Solehudin. "Pengaruh Kualitas Pelayanan / Jasa Untuk Meningkatkan Citra KSPPS BMT Barrah Di Jawa Barat." *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)* 6681, no. 3 (2022): 705–719.
- Cece, Ike Sen. "Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth Di Sogo Galaxy Mall Surabaya." *Manajemen Kinerja* 1, no. 2 (2015):

101–110.

<https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/86>.

- Dairina, Laila. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2022): 118.
- Difta Sunada, Wahidya. “Pengaruh Kepemimpinan Islami Dan Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening.” *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021): 20–36.
- Eli Achmad Mahiri. “Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, no. 3 (2020): 227–238.
- Fauzan, Irma Tyasari. “Pengaruh Religiusitas Dan Etika Kerja Islami Terhadap Motivasi Kerja.” *Modernisasi* 8, no. 3 (2012): 206–232.
- GEDE, KOMANG GD, and Putu Saroyeni Priartini. “Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimoderasi Oleh Motivasi Kerja Pada Bpr Se-Kecamatan Sukawati Gianyar.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 4 (2018): 1107.
- Ginting, Rosalina, and Titik Haryati. “Kepemimpinan Dan Konteks Peningkatan Mutu Pendidikan.” *Jurnal Ilmiah CIVIS II*, no. 2 (2012): 1–17.
- Hajar, Siti, Abdul Rahman Lubis, and Permana Honneyta Lubis. “Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Dan Kepercayaan Terhadap Kinerja Dinas Sosial Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Aceh Barat.” *Jurnal Magister Manajemen* 2, no. 1 (2018): 46–57. <http://202.4.186.66/JMM/article/view/10241>.
- Hanuma, Soraya, and Endang Kiswara. “Analisis Balance Scorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada PT Astra Honda Motor).” *Jurnal Ekonomi* 9, no. 2 (2021): 1–24.
- Harahap, Sunarji. “Pengaruh Kepemimpinan Islami Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Bank Syariah

Mandiri , Tbk” 3, no. 2 (2016).

Hartono, Tri. “WHISTLEBLOWING INTENTION SEBAGAI ALAT ANTI KORUPSI DALAM INSTITUSI KEPOLISIAN” 13 (2016): 45–61.

Hidayat Farid. “Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Dalam Mewujudkan.” *Mahkamah 2*, no. 1 (2016): 384. file:///C:/Users/Windows 8.1/Downloads/referensi proposal/47-Article Text-126-1-10-20170311 (1).pdf.

Idris, Munadi, Haris Maupa, Mahlia Muis, and Maat Pono. “Membangun Konsep Brand Religiosity Image Dalam Islamic Marketing (Sintesis Teori Dan Penelitian Empiris Yang Relevan).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2020): 15.

Ikhsan, Adhisyahfitri Evalina. “Analisis Kinerja Koperasi.” *Pekbis Jurnal* (2013): 42–50.

Isnaini, Heti Nur. “Analisis Pengaruh Work Family Conflict , Religiusitas Terhadap Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan Dengan Variabel Intervening Kepuasan Kerja Pada Bank Syariah Di Yogyakarta.” *Universitas Islam Indonesia* (2018): 1–35.

Latif, Adam, Ahmad Mustanir, and Irwan Irwan. “Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Partisipasi Masyarakat Pada Perencanaan Pembangunan.” *JAKPP (Jurnal Analisis Kebijakan & Pelayanan Publik)*, no. December (2019): 144–164.

Lengkong, O, V P K Lengkong, M H C Pandowo, Ovelia Lengkong, Vicktor P K Lengkong, Merinda H C Pandowo, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, and Jurusan Manajemen. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Berbintang Di Manado the Effect of Service Quality Toward Employee Performance of Star Hotels in Manado” 9, no. 3 (2021): 1286–1295.

Lustono, Lustono, and Asih Muqoronah. “Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Partisipasi Anggota Terhadap Manajemen Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Bmt Artha Salam Di Banjarnegara.” *Medikonis* 12, no. 1 (2021): 13–

25.

- Mani, Jas. “Pengaruh Peran Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran.” *Jurnal Mandiri* 2, no. 2 (2018): 263–280.
- Nathani, Dheeran, and Herlina Budiono. “Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3, no. 4 (2021): 953.
- Nilamsari, Natalina. “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif.” *Wacana* 13, no. 2 (2014): 177–181.
- Nisyak, Ila Rohmatun. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya).” *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen* 5, no. 4 (2016): 1–21.
- Penelitian, Lembaga, A Kepemimpinan, and Jurnal Riset. “Jurnal Riset Sains Manajemen” 1 (2017): 43–54.
- Pradana, Mahir, and Avian Reventiary. “PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CUSTOMADE (STUDI Di MEREK DAGANG CUSTOMADE INDONESIA).” *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2016): 1–10.
- Pradana, Rivaldo Aprian Cahya, and Hari Purwanto. “PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Empiris Pada EIGER Cabang Kota Madiun).” *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4 1, no. 3 (2022): 1–11.
- Pujihastuti. “Isti Pujihastuti Abstract.” *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian* 2, no. 1 (2010): 43–56.
- Pusparani, Mellysa. “Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 535.
- Qurrotul 'Ain, Nisrina 'Aidah. “Pengaruh Religiusitas Dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan.” *Jurnal Iqtisaduna* 6, no. 1 (2020):

- Rahmat, Jalahuddin. *Psikologi Agama*. Cetakan I. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2005.
- Rodrigo Garcia Motta, Angélica Link, Viviane Aparecida Bussolaro, Geraldo de Nardi Junior, Guida Palmeira, Franklin Riet-Correa, Valéria Moojen, Paulo Michel Roehe, Rudi Weiblen, Jael S. Batista, et al. “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.” *Pesquisa Veterinaria Brasileira* 26, no. 2 (2021): 173–180. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>.
- Sasrawibawa, Christian. “Analisis Pengaruh Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kinerja Penjualan Dengan Repurchase Intention Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Changhong Electric Indonesia.” *Jurnal Manajemen Kinerja* (2018): 56–68.
- Sunanda, Wahidya Difta. “Pengaruh Kepemimpinan Islam Dan Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal).” *Jurnal Ilmu Manajemen* 17, no. 1 (2020): 20–36.
- Suprihati, Suprihati, Sumadi Sumadi, and Muhammad Tho'in. “Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Koperasi Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 443.
- Syarbani, Hasyim. “Analisis Pengaruh Partisipasi Santri Komitmen Dan Kemampuan Berinovasi Terhadap Kinerja Koperasi Pondok Pesantren Di Kota Semarang.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2012): 27–42.