

ABSTRAK

Lia Candrayani, 1720210017, “Pengaruh *Sharia Compliance*, Religiusitas, *Customer’s Trust* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pada BMT Syari’ah Sejahtera Kudus”.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *sharia compliance*, religiusitas, *customer’s trust* terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Syari’ah Sejahtera Kudus. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel 96 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *sharia compliance* dan religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Syari’ah Sejahtera Kudus. Sedangkan variabel *customer’s trust* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Syari’ah Sejahtera Kudus. Secara simultan variabel *sharia compliance*, religiusitas, dan *customer’s trust* bersama-sama mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Syari’ah Sejahtera Kudus.

Hasil penelitian mendukung teori Antonio tentang *sharia compliance*, teori Glock dan Stark tentang religiusitas, teori Morgan dan Hunt tentang *customer’s trust*, dan teori Awater tentang keputusan menjadi anggota. Serta hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Alfi Ayu Tantriyani yang menyatakan bahwa *sharia compliance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, penelitian Afrian Rachmawati menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan penelitian dari Maemunah dan Mohammad Nufaiz Mauludin menyatakan bahwa *customer’s trust* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Kata Kunci: *Sharia Compliance*, Religiusitas, *Customer’s Trust* dan Keputusan Menjadi Anggota