



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH  
PADA KJKS BMT AMPEK JURAI LANTAI BATU  
BATUSANGKAR**

**SKRIPSI**

*Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**RIRIN AULIA MATONDANG  
NIM: 19 401 00066**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**



**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH  
PADA KJKS BMT AMPEK JURAI LANTAI BATU  
BATUSANGKAR**

**SKRIPSI**

*Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi*

Oleh:

**RIRIN AULIA MATONDANG**

**NIM: 19 401 00066**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH**

**ALI HASAN AHMAD ADDARY**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2023**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH  
PADA KJKS BMT AMPEK JURAI LANTAI BATU  
BATUSANGKAR**

**SKRIPSI**

*Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi*

Oleh:

**RIRIN AULIA MATONDANG  
NIM: 19 401 00066**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

**Muhammad Isa, S.T., M.M.  
NIP. 19800605 2011011 003**

**PEMBIMBING II**

**Samsuddin Muhammad S.E., M.Si  
NIP. 19861205 2020121 007**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **RIRIN AULIA MATONDANG**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, <sup>18</sup> Juli 2023  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Ririn Aulia Matondang** yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Muhammad Isa, S.T., M.M.**  
NIP. 19800605 2011011 003

**PEMBIMBING II**

**Samsuddin Muhammad S.E., M.Si**  
NIP. 19861205 2020121 007

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

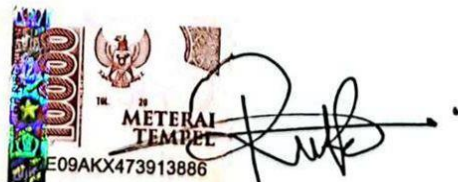
Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Ririn Aulia Matondang**  
NIM : 19 401 00066  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 18 Juli 2023  
Saya yang Menyatakan,

  
METERAI  
TEMPEL  
E09AKX473913886

**Ririn Aulia Matondang**  
**NIM. 19 401 00066**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ririn Aulia Matondang  
NIM : 19 401 00066  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan  
Pada tanggal : 18 Juli 2023  
Yang menyatakan,



Ririn Aulia Matondang  
NIM. 19 401 00066



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022  
Website: [www.uinsyahada.co.id](http://www.uinsyahada.co.id)

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : Ririn Aulia Matondang  
**NIM** : 19 401 00066  
**Fakultas/Program Studi** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar

**Ketua**

**Dr. Rukiah, SE., M.Si.**  
NIP. 19760324 200604 2 002

**Sekretaris**

**Delima Sari Lubis, M.A.**  
NIP. 19840512 201403 2 002

**Anggota**

**Dr. Rukiah, SE., M.Si.**  
NIP. 19760324 200604 2 002

**Delima Sari Lubis, M.A.**  
NIP. 19840512 201403 2 002

**Windari, M.A.**  
NIP. 19830510 201503 2 003

**Samsuddin Muhammad, S.E., M.Si**  
NIP. 19861205 202012 1 007

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Jumat/ 28 Juli 2023  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d Selesai  
**Hasil/Nilai** : Lulus/ 70 (B)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

---

## **PENGESAHAN**

**Judul Skripsi** : **Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar**

**Nama** : **Ririn Aulia Matondang**

**NIM** : **19 401 00066**

**Index Prestasi Kumulatif** : **3, 60**

**Predikat** : **Pujian**

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 25 Agustus 2023



**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.**  
**NIP. 19780818 200901 1 015**



## ABSTRAK

**NAMA : RIRIN AULIA MATONDANG**

**Nim : 19 401 00066**

**Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.**

Saat ini perkembangan di bidang jasa, khususnya perbankan sedang pesat. Jasa merupakan kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakikatnya bersifat tak teraba, yang merupakan pemenuhan, kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Perkembangan perbankan syariah yang pesat tersebut tentunya juga berdampak pada lembaga keuangan lainnya seperti *Baitul Maal Wa Tamwil* dengan produk yang mereka miliki seperti *mudharabah, musyarakah, Wadiah dan Qardh*, tetapi beberapa tahun terakhir ini jumlah nasabah pembiayaan *Murabahah* mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu Lokasi, Promosi, dan Pelayanan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah faktor Lokasi, Promosi, dan Pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

Menurut Wahyu Ario Pratomo dalam bukunya menyatakan bahwa pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Menurut Yoesoep Edhie Rachmad, dkk dalam bukunya menyatakan bagaimana konsumen memproses informasi dan membuat keputusan. Dalam pemasaran, teori ini dapat membantu perusahaan merancang pesan iklan dan promosi yang efektif untuk menarik perhatian dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Anasta S. Ginting menyatakan bahwa salah satu aspek yang bisa berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik, yang tentu saja sesuai harapan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis dengan menggunakan metode statistik SPSS versi 23. Instrument pengumpulan data menggunakan angket dengan jumlah sampel 91 nasabah. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi dasar, uji asumsi klasik, uji regresi liner berganda dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: Lokasi (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). Variabel Promosi (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). Variabel Pelayanan (X3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). Sedangkan secara bersama – sama (simultan) variabel Lokasi (X1) Promosi (X2), Pelayanan (X3) terhadap variabel Keputusan Nasabah(Y).

**Kata Kunci: Lokasi, Promosi, Pelayanan, Keputusan Nasabah.**

## KATA PENGANTAR



*Asslaamu'alaikum Wr.Wb*

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar"**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr.H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary serta bapak Dr. Erawadi, M .Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr.

- Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Ibu Dra. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
  3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dan juga Ibu Hamni Fadlillah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Serta Bapak Ibu Dosen, staf dan seluruh civitas akademik di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.
  4. Bapak Muhammad Isa, S.T., M.M selaku Pembimbing I dan Bapak Samsuddin Muhammad S.E., M.Si. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
  5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M. Hum, kepala UPT Pusat Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas

bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen UIN Syahada Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidimpuan.
7. Kepada pihak KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar, kak Liza Harjulita, dan seluruh karyawan yang telah mendukung dan membantu saya dalam penelitian ini sehingga peneliti bisa sampai pada tahap skripsi.
8. Teristimewa kepada Ayahanda Habibullah Matondang dan Sakinah Pulungan tercinta yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya. Memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini. Memberikan do'a yang tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga Firdaus-Nya. Serta adik saya Rifky Ardiansyah Matondang dan Imam Al-Ghozali Matondang yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan kasih sayang penuh kepada peneliti karena keluarga selalu menjadi tempat teristimewa bagi peneliti.
9. Untuk teman – teman tercinta yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini kerabat dan rekan – rekan Mahasiswa Perbankan Syariah 2 Terutama Saima Putri Siregar yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi saya yang tidak pernah bosan-bosannya menyemangati dan mendorong saya untuk sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini, Kak Riska Rahayu S.E, Rezha Amelia, Syafira Usnanda Alwika, Sri Mutia Agustin, Lisna

Ria, Oktaviani Dasopang, Dinda Fadillah, teman-teman kost biru, serta teman-teman jurusan perbankan syariah angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah berjuang bersama – sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita – cita.

10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. *Amin yarobbal alamin.*

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti oleh karenanya dengan segala kerendahan hati peneliti sangat mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Padangsidempuan , 18 Juli 2023  
Peneliti

**RIRIN AULIA MATONDANG**  
**NIM. 19 401 00066**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf Latin

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ħa	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ta	T	Te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—و	Dommah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antaraharkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
...يٰٓ	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
‘و....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

### 3. Maddah

Maddah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda



Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ا... ا... ا...	<i>fathah dan alif atau ya</i>	A	a dan garis atas
ى.....	<i>Kasrah dan ya</i>	I	i dan garis di bawah
و..و..	<i>dommah dan wau</i>	U	u dan garis di atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

#### 1. Ta marbutah hidup

*Tamarbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.

#### 2. Ta marbutah mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

### D. Syaddah (tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf,

yaitu:

١. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazimdirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata

tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber : Tim Puslit bang Lektur Keagamaan. Pedoman Transliterasi Arab Latin. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>7</b>
<b>E. Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>F. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>G. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>H. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>A. Kerangka Teori .....</b>	<b>12</b>
<b>1. Keputusan Nasabah .....</b>	<b>12</b>
a. Pengertian Keputusan Nasabah .....	12
b. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	13
c. Model Keputusan Nasabah.....	15
<b>2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah.....</b>	<b>18</b>
a. Tempat atau Lokasi ( <i>Place</i> ) .....	19
b. Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	21
c. Pelayanan .....	22
<b>3. Pembiayaan Murabahah .....</b>	<b>24</b>
a. Pengertian Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	24
b. Jenis-Jenis Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	25
c. Prinsip Penyaluran Pembiayaan.....	26
d. Syarat Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	26
e. Karakteristik Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	27
f. Alur Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	27
g. Landasan Hukum <i>Murabahah</i> .....	28
<b>4. BMT (<i>Baitul Mal Wa Tamwil</i>) .....</b>	<b>29</b>

a. Pengertian BMT .....	29
b. Fungsi BMT .....	30
c. Produk-Produk BMT .....	32
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>37</b>
<b>C. Kerangka Berpikir .....</b>	<b>44</b>
<b>D. Hipotesis .....</b>	<b>45</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>47</b>
<b>B. Jenis Penelitian .....</b>	<b>47</b>
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>47</b>
1. Populasi .....	47
2. Sampel .....	48
<b>D. Instrumen Pengumpulan Data.....</b>	<b>49</b>
1. Angket ( <i>Kuesioner</i> ).....	49
2. Dokumentasi .....	50
<b>E. Teknik Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) .....</b>	<b>50</b>
1. Uji Validitas .....	50
2. Uji Realibilitas .....	51
<b>F. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>52</b>
<b>1. Uji Asumsi Dasar.....</b>	<b>52</b>
a. Uji Analisis Statistik Deskriptif .....	52
b. Uji Normalitas .....	52
<b>2. Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>52</b>
a. Uji Heterokedastisitas .....	52
b. Uji Multikolieniritas.....	53
<b>3. Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>53</b>
<b>4. Uji Hipotesis.....</b>	<b>54</b>
a. Uji Parsial (Uji t).....	54
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	55
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	56

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

<b>A. Gambar Umum KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar .....</b>	<b>57</b>
2. Sejarah Berdirinya KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar .....	57
3. Visi KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar .....	59
4. Misi KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar .....	59
5. Produk-Produk KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar .....	59
<b>B. Analisis Hasil Penelitian .....</b>	<b>62</b>
<b>1. Profil Responden Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....</b>	<b>62</b>
<b>2. Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>66</b>
a. Hasil Uji Lokasi.....	66
b. Hasil Uji Promosi .....	67

c. Hasil Uji Pelayanan .....	68
d. Hasil Uji Keputusan Nasabah.....	69
<b>3. Hasil Uji Realibilitas .....</b>	<b>69</b>
a. Hasil Uji Lokasi .....	70
b. Hasil Uji Promosi.....	70
c. Hasil Uji Pelayanan.....	71
d. Hasil Uji Keputusan Nasabah .....	71
<b>4. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....</b>	<b>72</b>
<b>5. Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>72</b>
<b>6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>73</b>
a. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
b. Hasil Uji Multikolinearitas .....	74
<b>7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>75</b>
<b>8. Hasil Uji Hipotesis.....</b>	<b>76</b>
a. Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	77
b. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	78
c. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	79
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>79</b>
<b>1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah .....</b>	<b>79</b>
<b>2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah.....</b>	<b>80</b>
<b>3. Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah .....</b>	<b>81</b>
<b>4. Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Pelayanan terhadap         Keputusan Nasabah .....</b>	<b>82</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>84</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>86</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>87</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Jumlah Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	3
Tabel I.2 Defenisi Operasional Variabel.....	7
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	66
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Promosi .....	67
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Pelayanan .....	68
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	69
Tabel IV.5 Hasil Uji Reabilitas Lokasi .....	70
Tabel IV.6 Hasil Uji Reabilitas Promosi.....	70
Tabel IV.7 Hasil Uji Reabilitas Pelayanan .....	71
Tabel IV.8 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Nasabah .....	71
Tabel IV.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	72
Tabel IV.10 Hasil Uji Normalitas .....	72
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	73
Tabel IV.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	75
Tabel IV.13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	75
Tabel IV.14 Hasil Uji Parsial.....	77
Tabel IV.15 Hasil Uji Simultan .....	79
Tabel IV.16 Hasil Uji Determinan ( $R^2$ ) .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Alur Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	27
Gambar II.2 Kerangka pikir .....	44
Gambar IV.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Gambar IV.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	63
Gambar IV.4 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	64
Gambar IV.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I CV
- Lampiran II Lembar Validasi Angket
- Lampiran III Angket (Kuesioner) Penelitian
- Lampiran IV Tabung Tabulasi
- Lampiran V Distribusi rtabel Statistik
- Lampiran VI Distribusi t Tabel
- Lampiran VII Distribusi F Tabel
- Lampiran VIII Output Uji SPSS Versi 23
- Lampiran IX Surat Pengesahan Pembimbing
- Lampiran X Surat Riset
- Lampiran XI Surat Balasan Riset
- Lampiran XII Dokumentasi

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia memiliki peluang sebagai Negara yang memiliki pangsa pasar syariah terbesar dengan populasi penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Dalam perkembangannya, ekonomi syariah mendapat tanggapan yang cukup baik. Maka dari itu, saat ini banyak bermunculan lembaga berbasis nama syariah. Adapun lembaga keuangan yang ada saat ini di Indonesia yang berlabel syariah meliputi Bank Syariah, Koperasi Syariah, *Baitul Maal Wa Tamwil*, Asuransi syariah, Pegadaian syariah, dan lain sebagainya. Seiring dengan berkembangnya sistem syariah, pemerintah mengesahkan peraturan yang mengatur tentang syariah yaitu Undang-Undang no 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah.<sup>1</sup>

Saat ini perkembangan di bidang jasa, khususnya perbankan sedang pesat. Jasa merupakan kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakikatnya bersifat tak teraba, yang merupakan pemenuhan, kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan

---

<sup>1</sup> Chitra Dwiratih Aviza, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mitra dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok*". Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, hal. 1

permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran dalam menciptakan kepuasan pelanggannya.<sup>2</sup>

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada.<sup>3</sup>

Perkembangan perbankan syariah yang pesat tersebut tentunya juga berdampak pada lembaga keuangan lainnya seperti *Baitul Maal Wa Tamwil*. Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur berlandaskan syariah dan di ridhoi Allah SWT, yang tidak ada unsur bunga atau ribawi, kegiatan yang banyak memfokuskan menarik dan menyalurkan uang dari dan kepada masyarakat.<sup>4</sup>

*Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) lahir ditengah tengah masyarakat dengan tujuan memberikan solusi pendanaan yang mudah dan cepat, terhindar dari jerat rentenir dan berlandaskan pada prinsip syariah. *Baitul Maal Wa Tamwil* adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang harus

---

<sup>2</sup> Kotler, Amstrong, “*Prinsip-prinsip pemasaran*”, (Jakarta: Erlangga, 2001) hal. 70-71

<sup>3</sup> Thio S., “*Membangun Service Quality untuk mencapai Kepuasan Konsumen di Industri Hospitality*”, dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol.3, No.1 hal. 61-71.

<sup>4</sup> Muhammad Amin Suma, “*Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*”, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), hal. 248

mampu bersaing secara kompetitif. Hal ini tentunya akan memotivasi untuk BMT untuk meningkatkan mutu pelayanannya dikarenakan ketatnya persaingan.

Provinsi Sumatera Barat memiliki salah satu lembaga keuangan yang bergerak di bidang koperasi syariah yaitu Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar. BMT Ampek Jurai ini sudah berdiri sejak tanggal 31 Januari 2009, sekarang BMT Ampek Jurai sudah berumur sekitar 14 tahun. BMT Ampek Jurai meluncurkan berbagai jenis produk pembiayaan yaitu pembiayaan *Mudharabah*, *Musyarakah*, *Murabahah*, *Qardh*. BMT Ampek Jurai merupakan BMT yang berkembang di daerah Batusangkar, tetapi beberapa tahun terakhir ini jumlah pembiayaan murabahah mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat dari tabel pembiayaan berikut:

Tabel 1.1  
Jumlah Pembiayaan *Murabahah*

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Pembiayaan
2018	233 orang	Rp 3.283.490.990
2019	204 orang	Rp. 2.741.699.800
2020	178 orang	Rp. 3.274.000.000
2021	186 orang	Rp. 3.001.891.600
2022	193 orang	Rp. 2.371.860.000

Sumber data: Laporan Perkembangan Pembiayaan KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

Berdasarkan dari tabel 1.1 dapat dilihat jumlah nasabah pada tahun 2018 adalah sebanyak 233 orang dengan jumlah pembiayaan *murabahah* sebesar Rp. 3.283.490.990, mengalami penurunan pada tahun 2019 dengan jumlah nasabah sebanyak 204 orang dan jumlah pembiayaan *murabahah*

sebesar Rp. 2.741.699.800, dan mengalami penurunan lagi pada tahun 2020 dengan jumlah nasabah sebanyak 178 orang tetapi jumlah pembiayaan *murabahah* mengalami peningkatan sebesar Rp.3.274.000.000, dan pada tahun 2021 dan 2022 mengalami peningkatan jumlah nasabah dan di pembiayaan *murabahah* mengalami penurunan, pada tahun 2021 jumlah nasabah sebanyak 186 orang dengan jumlah pembiayaan *murabahah* sebesar Rp. 3.001.891.600 dan pada tahun 2022 jumlah nasabah sebanyak 193 orang dengan jumlah pembiayaan *murabahah* sebesar Rp. 2.371.860.000.

Dari data yang di atas dapat kita lihat bahwa jumlah nasabah dan jumlah pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu fluktuatif dan cenderung mengalami penurunan, penurunan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yaitu Lokasi, Promosi, Pelayanan, dan Kurang pahamiannya nasabah terhadap produk syariah. Lokasi BMT Ampek Jurai yang kurang strategis. lokasi BMT berada dilantai 2 dan bergabung dengan salah satu sekolah yang berada di batusangkar. Promosi juga menjadi salah satu yang menyebabkan jumlah nasabah dan jumlah pembiayaan *murabahah* mengalami penurunan, pihak BMT Ampek Jurai jarang mengadakan promosi tentang produk dan kegunaan pembiayaan yang ada di BMT. Pelayanan juga menjadi salah satu penyebab menurunnya jumlah nasabah dan jumlah pembiayaan *murabahah*, Pelayanan pegawai di BMT Ampek Jurai masih kurang cepat dalam memproses pembiayaan, Kurang pahamiannya nasabah terhadap produk bank syariah juga menjadi faktor menurunnya jumlah nasabah pembiayaan *murabahah*, masyarakat

kurang memahami prinsip syariah baik akad bagi hasil maupun akad jual beli. Sehingga masyarakat lebih memilih bertransaksi melalui lembaga keuangan konvensional.

Ada beberapa penelitian terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Menurut Ikhsan Budiyanto, dalam penelitiannya secara kuantitatif dengan responden yang merupakan nasabah di BPRS BDS Yogyakarta menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan *murabahah* yaitu faktor faktor tempat dan faktor syariah.<sup>5</sup>

Menurut Rahmatul Laili, dalam penelitiannya yang bersifat kuantitatif pada nasabah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta, menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan keputusan dalam memilih produk pembiayaan *murabahah* ada 3 komponen utama yaitu: faktor pelayanan, faktor margin, faktor produk. faktor pelayanan adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan *murabahah*.<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*. Oleh karena itu peneliti melakukan

---

<sup>5</sup>Ikhsan Budiyanto, "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Di BPRS BDS Yogyakarta*", Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, hal.85-87.

<sup>6</sup> Rahmatul Laili, "*Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta*". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta, hal.83

penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Bedasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalahnya adalah:

1. Lokasi BMT yang kurang strategis sehingga kurangnya minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan di BMT cukup rendah.
2. Promosi jarang dilakukan oleh BMT yang mengakibatkan masih banyaknya masyarakat yang belum paham tentang produk-produk yang ada di BMT.
3. Pelayanan yang diberikan oleh BMT masih kurang maksimal ketika nasabah mengajukan pembiayaan.
4. Penanganan proses pembiayaan yang diajukan oleh nasabah masih lambat.
5. Kurang pahamnya masyarakat terhadap produk syariah baik akad bagi hasil maupun akad jual beli yang ada pada BMT.

## **C. Batasan Masalah**

Dari beberapa masalah yang teridentifikasi akan dibatasi supaya lebih fokus. Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah hanya membahas pengaruh lokasi, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

#### D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu independent (X) dan variabel dependen (Y). Defenisi operasional variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1.	Lokasi (X1)	Lokasi adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa melakukan kegiatan usahanya. <sup>7</sup>	a. Akses b. <i>Visibilitas</i> c. Lalu lintas d. Tempat parkir yang luas e. <i>Ekspansi</i> . <sup>8</sup>	Ordinal
2.	Promosi (X2)	Promosi adalah proses memperkenalkan produk dengan cara tertentu, seperti penawaran khusus, periklanan, penjualan khusus, dan penjualan	a. Periklanan ( <i>Advertising</i> ) b. Promosi Penjualan c. Publisitas d. Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ). <sup>10</sup>	Ordinal

<sup>7</sup> Nelly Armayanti, dkk, "Dasar-Dasar Kewirausahaan" (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2019), hal. 41

<sup>8</sup> Rahmawati, "Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing" (Samarinda: CV. Budi Utama, 2022), hal. 63

<sup>10</sup> Siska Yuli Anita dkk, "Prilaku Konsumen", (Bandung: CV. Intelektual Manifes Media, 2023), hal.187



		langsung agar produk diketahui banyak nasabah. <sup>9</sup>		
3.	Pelayanan (X3)	Pelayanan adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka.	a. Kehandalan ( <i>Reability</i> ) b. Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> ) c. Kompetensi d. Kesopanan e. Komunikasi. <sup>11</sup>	Ordinal
4.	Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan Nasabah adalah sesuatu proses untuk memilih salah satu produk atau tindakan dari berbagai alternatif yang ada demi tercapainya hasil yang diinginkan. <sup>12</sup>	a. Pilihan Produk b. Pilihan Merek c. Pilihan Penyalur d. Waktu Pembelian e. Jumlah Pembelian. <sup>13</sup>	Ordinal

### E. Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu:

<sup>9</sup> M. Nurianto Al Arif, "Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah", (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 169

<sup>11</sup> Hessel Nogi S. Tangkilisan, "Manajemen Publik", (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), hal. 219

<sup>12</sup> Febrina Sari, "Metode Dalam Pengambilan Keputusan", (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), hal. 170.

<sup>13</sup> Kiki Farida, Yuda, "Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Situs Online Shop", (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022), hal. 10-11

1. Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar?
2. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar?
3. Apakah ada pengaruh Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar?
4. Apakah ada pengaruh Lokasi, Promosi, Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar secara simultan?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan diatas bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Promosi, Pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar secara simultan.

#### **G. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada semua pihak:

1. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti serta sebagai masukan dalam upaya meningkatkan kemampuan dan kreativitas peneliti dalam mengevaluasi dan mengidentifikasi teori atau permasalahan.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi bahan bagi masyarakat luas khususnya para mahasiswa untuk menambah informasi dan wawasan seputar perbankan syariah.

3. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi terkait Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* yang mana akan bermanfaat bagi kegiatan akademik bagi pihak kampus yang akan di dokumentasikan.

4. Bagi KJKS BMT Ampek Jurai

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan bagi KJKS BMT Ampek Jurai terkait pembiayaan *murabahah* agar bisa meningkatkan kemajuan BMT untuk kedepannya.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan pemahaman peneliti ataupun pembaca dalam skripsi ini, maka akan dikemukakan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan**, pada bab ini terdiri dari latar belakang, Identifikasi masalah, Batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

**Bab II Landasan Teori**, pada bab ini berisikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

**Bab III Metodologi Penelitian**, pada bab ini berisi tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis dan metode penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, metode analisis.

**BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**, dan pembahasan yang terdiri dari deskripsi data hasil penelitian.

**BAB V Penutup**, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian yang telah dikemukakan diatas. terdiri dari kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Keputusan Nasabah**

###### **a. Pengertian Pengambilan Keputusan**

Keputusan (*decision*) berarti pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Namun, ia hampir tidak merupakan pilihan antara yang benar dan yang salah, tetapi yang justru sering terjadi ialah pilihan antara yang “hampir benar” dan yang “mungkin salah”. Secara formal, pengambilan keputusan adalah sesuatu proses untuk memilih salah satu cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif yang ada demi tercapainya hasil yang diinginkan.<sup>1</sup>

Menurut Irham Fahmi keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.<sup>2</sup>

Dari beberapa pendapat diatas jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah sesuatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih

---

<sup>1</sup> Febrina Sari, “*Metode Dalam Pengambilan Keputusan*”, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), hal. 170.

<sup>2</sup> Irham Fahmi, “*Etika Bisnis Teori, Kasus dan Solusi*”, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 38.

pilihan alternatif Untuk melakukan suatu keputusan seseorang akan melalui sebuah proses tertentu, demikian pula pada hal keputusan memilih produk atau merek, mereka akan melaksanakan proses terlebih dahulu mungkin karena mereka tidak ingin menanggung resiko yang besar apabila memilih produk tersebut, sehingga mereka akan penuh dengan pertimbangan.

#### **b. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan**

Nasabah sebelum mengambil keputusan pembelian biasanya melalui lima tahapan, yaitu:

##### 1. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan dia yang nyata dengan keadaan yang diinginkan.

##### 2. Pencarian informasi nasabah

Meliputi pencarian sumber-sumber informasi oleh nasabah. Proses informasi dilakukan secara selektif; nasabah memilih informasi yang paling relevan bagi benefit yang dicari dan sesuai dengan keyakinan dan sikap mereka. Memproses informasi meliputi aktivitas mencari, memperhatikan, memahami, menyimpan dalam ingatan, dan mencari tambahan informasi.

##### 3. Evaluasi alternatif

Nasabah akan berupaya untuk mengurangi perasaan ketidakpastian tersebut. Mereka mungkin akan membaca iklan-

iklan. Pencarian informasi dapat bersifat internal maupun eksternal. Pencarian internal merupakan aktifitas kognitif yang berkaitan dengan upaya mengeluarkan informasi yang tersimpan di dalam ingatan. Sedangkan pencarian eksternal yaitu pengumpulan informasi dari sumber-sumber di luar ingatan mungkin memerlukan waktu, upaya dan uang

#### 4. Keputusan pembelian

Seorang calon nasabah harus mengambil keputusan pembelian. Keputusan tersebut mungkin dapat berupa tidak memilih salah satu alternatif yang tersedia.

#### 5. Konsumsi pasca pembelian dan evaluasi

Dengan asumsi bahwa pengambilan keputusan juga sekaligus merupakan pemakai, maka persoalan kepuasan dari pembelian atau ketidakpuasan dari pembelian tetap akan ada.

Konsep diatas menjelaskan tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan yaitu melakukan pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, konsumsi pascapembelian dan evaluasi, serta dapat memenuhi keinginan nasabah sehingga ada kepuasan bagi nasabah.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Sudaryono, "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*", (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), hal. 218-221

### c. Model Keputusan Nasabah

Model keputusan yang merupakan urutan-urutan proses yang lazim dijalani oleh setiap individu nasabah ketika mengambil keputusan. Urutan-urutan tersebut menurut Sciffman dan Kanuk, meliputi masuk (*input*), proses (*process*) dan luaran (*output*).

#### 1. *Input*

Komponen input merupakan pengaruh-pengaruh eksternal sebagai sumber informasi tentang produk tertentu dan mempengaruhi nilai yang berhubungan dengan produk, sikap dan perilaku nasabah. *Input* yang utama adalah kegiatan bauran-bauran pemasaran dan pengaruh sosial budaya.

##### a) *Input* Pemasaran

Aktivitas-aktivitas pemasaran merupakan usaha-usaha langsung untuk menjangkau, menginformasikan dan membujuk nasabah agar membeli dan menggunakan produk tertentu. Usaha tersebut meliputi lima P atau bauran pemasaran, yaitu: *Product* (Produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), dan pelayanan.



## b) Pengaruh Sosial Budaya

Lingkungan sosial budaya yang dimaksud antara lain: keluarga, sumber informasi, sumber non komersial, kelas sosial, dan budaya.<sup>4</sup>

## 2. Proses

Komponen proses memperhatikan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan. Pengaruh-pengaruh internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap. Proses pengambilan keputusan oleh seorang nasabah terdiri dari tiga tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian serta evaluasi terhadap alternatif.

- a) Sadar akan kebutuhan, Nasabah menyadari akan adanya kebutuhannya ketika menghadapi suatu masalah.
- b) Pencarian para beli, pencarian para beli dimulai ketika nasabah mempersepsi suatu kebutuhan yang mungkin bisa terpuaskan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Nasabah berada pada tingkat ini jika ia merasa memerlukan informasi yang akan digunakan sebagai dasar menentukan pilihan produk.

---

<sup>4</sup> Mulyadi Nitisusastro, *“Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan”*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 195.

- c) Evaluasi terhadap *alternative*, ketika mengevaluasi alternatif-alternatif yang potensial, nasabah cenderung mempergunakan dua tipe informasi yaitu merek yang mereka rencanakan untuk dipergunakan dalam memilih dan kriteria yang akan digunakan untuk mengevaluasi tiap-tiap merek.

Jadi dalam model keputusan nasabah suatu proses pengambilan keputusan merupakan sesuatu hal yang penting. Proses pengambilan keputusan akan melewati tahap hingga sampai pada titik yang diinginkan oleh nasabah.<sup>5</sup>

### 3. Output

- a) Keputusan Nasabah Beli atau tidak Beli

keputusan nasabah bisa berupa beberapa kemungkinan, yaitu membeli, menunda membeli atau tidak membeli. Menunda membeli mungkin disebabkan oleh beberapa pertimbangan, antara lain belum merasa yakin terhadap produk yang akan dibeli atau ada faktor-faktor lain.

- b) Evaluasi pasca beli

Analisis pasca beli yang dilakukan oleh nasabah mungkin tergantung pada kepentingan dari keputusan tentang produk dan pengalaman yang diperoleh dalam menggunakan produk yang bersangkutan. Keputusan nasabah untuk membeli

---

<sup>5</sup> Ristiyanti Prasetijo, Jhon J.O.I Ihalauw, "*Perilaku Konsumen*", (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hal. 231.

membawa implikasi yang sangat dinantikan oleh para penjual. Nasabah yang membeli sebuah produk akan menikmati, menggunakan atau mengkonsumsi dan mengalami hal-hal yang kurang menyenangkan akan menceritakan ketidakpuasannya tersebut kepada teman, kerabat atau bahkan orang lain. Sebaliknya apabila nasabah merasa puas dan menyenangkan, maka akan menceritakan kepuasannya tersebut kepada teman, kerabat, dan orang lain. dengan demikian evaluasi pasca beli memiliki implikasi yang sangat luas baik bagi nasabah maupun bagi para produsen.

Setelah semua proses terlewati, maka nasabah akan berada pada titik akhir. Nasabah tersebut harus menentukan jawaban ya atau tidak dalam pengambilan keputusannya.<sup>6</sup>

## **2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah**

Beberapa faktor dasar yang mempengaruhi keputusan Nasabah, terdapat sejumlah faktor eksternal dan faktor internal yang memberikan pengaruh pada keputusan nasabah. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah:

- a. Profesional (nasabah dilayani dengan ramah, prosedur tidak berbelit-belit, dan pelayanan cepat).

---

<sup>6</sup> Mulyadi Nitisusastro, *“Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan”*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 215-216.

- b. Jaringan ATM (tersebar di tempat strategis seperti tempat belanja, perkantoran atau rumah sakit).
- c. Teknologi (memiliki fasilitas teknologi terkini untuk pelayanan nasabah seperti *mobile banking*).
- d. Produk (keragaman produk dan jasa layanan bank seperti tabungan, asuransi pendidikan, jasa penitipan barang berharga, kredit kepemilikan rumah).
- e. Promosi (dalam bentuk iklan biasanya mengemas informasi untuk nasabah yang disertai dengan pembagian hadiah).
- f. Lokasi (strategis dan mudah dijangkau).
- g. Kebersihan (kebersihan dan kenyamanan dilingkungan bank).
- h. Keamanan (tingkat kehilangan barang nasabah di lingkungan bank).
- i. Tata letak (penataan ruang untuk pelayanan nasabah dan ruang tunggu).
- j. Parkir (memadai dan mudah diakses).<sup>7</sup>

Adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah faktor lokasi, promosi, dan pelayanan

#### **a. Tempat atau Lokasi (*Place*)**

Lokasi adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang-orang biasa berkunjung, atau tempat untuk melakukan usaha.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Johar Arifin, dkk, "*Aplikasi Excel dalam Bisnis Perbankan Terapan*", (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2006), hal. 282

<sup>8</sup> Nelly Armayanti, dkk, "*Dasar-Dasar Kewirausahaan*" (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2019), hal. 41

Menurut Kotler, tempat bukan hanya diartikan sebagai lokasi berdirinya usaha, melainkan juga didalamnya saluran distribusi yang digunakan. Saluran distribusi merupakan perangkat organisasi-organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.

Menurut Wahyu Ario Pratomo, dkk dalam buku yang berjudul "*Data kependudukan dalam pemenuhan fasilitas sosial dan ekonomi*" menyatakan bahwa pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen.<sup>9</sup>

Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan karyawannya ditempatkan hal yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah:

- a) Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau. Misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b) *Visibilitas*, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas ditepi jalan.

---

<sup>9</sup> Wahyu Ario Pratomo, dkk, "*Data Kependudukan dalam Pemenuhan Fasilitas Sosial dan Ekonomi*" (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2023), hal.19

- c) Lalu lintas (*traffic*), menyangkut pertimbangan banyak orang yang lewat bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
- d) Tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman untuk kendaraan.
- e) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- f) persaingan, yaitu lokasi pesaing.<sup>10</sup>

#### **b. Promosi (*Promotion*)**

Promosi adalah kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga, dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit.<sup>11</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.<sup>12</sup>

Menurut Sastra Mico dalam buku yang berjudul "*Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi perspektif manajemen pemasaran*" menyatakan bahwa promosi dapat mempengaruhi

---

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, "*Strategi Pemasaran*", (Yogyakarta: Andy Offset, 2002), hal. 92

<sup>11</sup> M. Nurianto Al Arif, "*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*", (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 169

<sup>12</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, "*Prinsip-prinsip Pemasaran*", (Jakarta: Erlangga. 2012), hal. 63.

perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih perguruan tinggi. Promosi dalam pengenalan perguruan tinggi kepada calon mahasiswa untuk mengetahui profil perguruan tinggi sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih perguruan tinggi tersebut.<sup>13</sup>

Promosi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen perlu dirancang dengan pesan yang mampu menstimulasi motif konsumen sehingga konsumen sehingga konsumen benar-benar menyadari bahwa dirinya membutuhkan dan perlu segera melakukan sesuatu (mencari informasi lebih lanjut atau membeli) setelah melihat iklan. salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk. promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra dimata nasabahnya.

### **c. Pelayanan**

Menurut Kasmir pelayanan (*service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>14</sup> Pelayanan yang baik juga

---

<sup>13</sup>Sastra Mico, “Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Perspektif Manajemen Pemasaran”, (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2019), hal. 4

<sup>14</sup> Kasmir, “Pemasaran Bank”, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 216

menjadi salah satu syarat kesuksesan pemasaran suatu produk dalam perusahaan. Pelayanan atau *service* merupakan cara promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh bank, karena jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik maka nasabah akan merasa puas dan hasil ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi.<sup>15</sup>

Menurut Anasta S. Ginting dalam bukunya yang berjudul "*Not Just A Smile*" menyatakan bahwa salah satu aspek yang bisa berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik, yang tentu saja sesuai harapan konsumen.<sup>16</sup>

Pelayanan konsumen bukan sekedar melayani, namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini sudah dimulai sejak sebelum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. Pelayanan yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan konsumen dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata konsumen.

Kualitas pelayanan atau *Service Quality* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu layanan yang nyata mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan sesungguhnya

---

<sup>15</sup> Murti Sumarni, "*Manajemen Pemasaran Bank*", (Yogyakarta: Liberty, 2002), hal. 226.

<sup>16</sup> Anasta S. Ginting, "*Not Just A Smile*", (Jakarta: PT. Gramedia, 2014), hal.3



diharapkan (*Expected Service*). Sehingga kualitas layanan sering diartikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima secara nyata oleh nasabah.

Kualitas pelayanan dibangun atas layanan nyata yang diterima nasabah dan layanan yang diharapkan, keduanya harus seimbang, agar pelayanan dapat terlaksana dengan baik .

### **3. Pembiayaan *Murabahah***

#### **a. Pengertian Pembiayaan *Murabahah***

*Murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) karena dalam transaksi jual beli bank menyebut jumlah keuntungannya . Akad *Murabahah* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.<sup>17</sup>

Pembiayaan *murabahah*, dalam istilah fiqih adalah akad jual beli atas barang tertentu, dalam transaksi jual beli tersebut, penjual menyebutkan dengan jelas barang yang akan diperjual belikan termasuk harga pembelian dan keuntungan yang diambil, sedangkan *murabahah* dalam teknis perbankan adalah akad jual beli antara bank dengan nasabah.

---

<sup>17</sup> Andri Soemitra, “*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*”, Cetakan III, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hal 79

Menurut Adiwarman Karim, Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.<sup>18</sup>

Menurut PSAK No. 102, *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan harga jual barang sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan harga barang tersebut kepada pembeli.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pembiayaan *murabahah* adalah suatu aktifitas penyaliran dana kepada pihak yang membutuhkan dengan akad jual beli barang dengan menyatakan perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli, untuk dipergunakan dalam aktifitas yang produktif sehingga anggota dapat melunasi pembiayaan tersebut.

#### **b. Jenis-Jenis Pembiayaan *Murabahah***

##### 1) *Murabahah* tanpa pesanan

maksudnya ada yang pesan atau tidak, ada yang beli atau tidak, bank menyediakan barang dagangannya. Penyediaan barang *murabahah* ini tidak terpengaruh atau terikat langsung dengan ada atau tidaknya pesanan atau pembeli.

##### 2) *Murabahah* berdasarkan pesanan

---

<sup>18</sup> A. Karim, Adiwarman, "*Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*", (Jakarta: Gema Insani Press,2001) hal. 113

maksudnya bank syariah baru akan melakukan transaksi *murabahah* atau jual beli apabila ada nasabah yang memesan barang sehingga penyediaan barang baru dilakukan jika ada pesanan pada *murabahah* ini. pengadaan barang sangat tergantung atau terkait langsung dengan pesanan atau pembelian barang tersebut.

### **c. Prinsip Penyaluran Pembiayaan**

Menurut Muhammad, ada lima prinsip (5C) yang digunakan oleh lembaga keuangan dalam melakukan analisis pembiayaan, yaitu:

- 1) *Character* Artinya sifat atau karakter, nasabah pengambil pinjaman
- 2) *Capacity* Artinya kemampuan nasabah untuk menjalankan usaha dan mengembalikan pinjaman yang diambil.
- 3) *Capital* Artinya besarnya modal yang diperlukan peminjam
- 4) *Collateral* Artinya jaminan yang telah dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank.
- 5) *Condition* Artinya keadaan usaha atau nasabah prospek atau tidak.

### **d. Syarat Pembiayaan *Murabahah***

Adapun syarat pembiayaan *murabahah* minimal yang harus disepakati, yaitu:

- 1) Penjual Harus memberitahu biaya modal kepada nasabah.

- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas dari riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian.<sup>19</sup>

**e. Karakteristik Pembiayaan *Murabahah***

Menurut Muhammad *syafii*'i Antonio, karakteristik *murabahah* secara umum adalah:

- 1) Penjual memberitahu biaya barang kepada nasabah.
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

---

<sup>19</sup> Chitra Dwiratih Aviza, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok*", Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, hal. 26-27.

### f. Alur Pembiayaan *Murabahah*



### g. Landasan Hukum *Murabahah*

Di dalam hukum *murabahah* terdapat transaksi didasarkan pada Al-Quran yang berbunyi:

Al-Quran memang tidak pernah secara spesifik menyinggung masalah *murabahah*, namun demikian, dalil diperbolehkan jual beli *murabahah* dapat dipahami dari keumuman dalil diperbolehkannya jual beli. *Murabahah* jelas-jelas bagian dari jual beli, dan jual beli secara umum diperbolehkannya jual beli *murabahah* berdasarkan ayat-ayat jual beli. Di antara ayat-ayat tersebut adalah:

Firman Allah dalam surat An-Nisa 29 (4):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>20</sup>

Ayat diatas melarang segala bentuk transaksi yang batil. Di antara transaksi yang dikategorikan batil adalah yang mengandung bunga (*riba*) sebagaimana terdapat pada sistem kredit konvensional. Berbeda dengan murabahah, dalam akad ini tidak ditemukan unsur bunga, namun hanya menggunakan margin. Di samping itu, ayat ini mewajibkan untuk keabsahan setiap transaksi murabahah harus berdasarkan prinsip kesepakatan antar para pihak yang dituangkan dalam suatu perjanjian yang menjelaskan dan dipahami segala hal yang menyangkut hak dan kewajiban masing-masing.

#### **4. BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*)**

##### **a. Pengertian BMT**

*Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) diambil dari bahasa Arab yang merupakan gabungan dari *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* berarti rumah harta sedangkan *Baitul Tamwil* berarti rumah kelola (pengolahan). Jika keduanya digabung, maka *Baitul Maal wa Tamwil* berarti rumah tempat mengelola harta.

---

<sup>20</sup> Dhody Ananta Rivandi Widjajattmadja, “*Akad Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Dalam Bentuk Akta Otentik*”, Edisi 1, (Malang: PT. Citra Intrans Selaras, 2019), hal.19

Dalam hal BMT sebagai rumah tempat mengelola harta ini, maka dapat juga didefinisikan bahwa BMT adalah suatu lembaga yang memiliki kegiatan menghimpun dan menyalurkan harta (uang) dari dan untuk masyarakat.<sup>21</sup>

BMT merupakan pengembangan ekonomi berbasis masjid sebagai sarana untuk memakmurkan masjid. Keanggotaan dan mitra usaha BMT yakni masyarakat sekitar masjid, baik perorangan atau kelembagaan, sepanjang domisili dan identitasnya, bentuk kegiatan BMT menyerupai koperasi, tetapi harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam.<sup>22</sup>

#### **b. Fungsi BMT**

Keberadaan BMT dapat dipandang memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah, seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf serta dapat juga berfungsi sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Keberadaan BMT setidaknya harus memiliki beberapa peran berikut:

- 1) Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi nonsyariah, aktif melakukan sosialisasidi tengah masyarakat tentang arti pentingnya

---

<sup>21</sup> Iska dan Nengsih. *“Manajemen Lembaga Keuangan Syariah. Non Bank: Teori, Praktek Dan Regulasi”*. Padang: Jasa Surya. 2016. hal. 2

<sup>22</sup> Madani, *“Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia”*, (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015), hal 315.

sistem ekonomi Islam. Hal ini bisa dilakukan dengan pelatihan-pelatihan mengenai cara-cara transaksi yang islami.

- 2) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah atau masyarakat umum.
- 3) Melepaskan ketergantungan pada rentenir. Masyarakat masih bergantung pada rentenir karena rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi danadengan segera.
- 4) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Karena langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks, BMT dituntut harus pandai bersikap misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memerhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan jenis pembiayaan.<sup>23</sup>

Fungsi lain dari BMT yang membedakannya dengan lembaga keuangan lainnya adalah penerimaan dana sosial dari zakat, infaq, sedekah, dan waqaf dari anggota ataupun masyarakat yang berlebih pada golongan masyarakat yang kekurangan. Fungsi sosial ini menjadikan BMT bukan hanya sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam sektor ekonomi melainkan pada sisi dakwah

---

<sup>23</sup> M Nur Rianto Al Arif, "*Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktik*", (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), hal 317-320



keagamaan bagi para nasabah pembiayaan. Tujuan dari fungsi ini untuk menjadikan masyarakat tidak hanya berfikir dunia saja tetapi juga dapat memberi manfaat kepada sesama manusia melalui zakat, infaq, dan sedekah.

BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Pada dataran hukum di Indonesia, badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah koperasi, baik serba usaha (KSU) maupun simpan pinjam (KSP). Namun demikian, sangat mungkin dibentuk perundangan tersendiri, mengingat, sistem operasional BMT tidak sama persis dengan perkoperasian, semisal LKM (lembaga keuangan mikro) syariah.<sup>24</sup>

### **c. Produk-Produk BMT**

Sebagai suatu lembaga yang bergelut dengan keuangan dan bertujuan bisnis, maka BMT layaknya Bank Syariah juga telah mengeluarkan Inovasi-inovasi terhadap produk yang dipasarkannya. Adapun produk-produk keuangan yang lazim dijalankan BMT adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Muhammad Ridwan, “*Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*”, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2004), hal 126.

<sup>25</sup> Iska dan Nengsih. “*Manajemen Lembaga Keuangan Syariah. Non Bank: Teori, Praktek Dan Regulasi*”, (Padang: Jasa Surya. 2016). hal. 9

#### a) Simpanan

Simpanan yang dimaksudkan dalam BMT adalah setoran yang diperoleh oleh BMT dari nasabahnya berupa tabungan atau deposito sebagaimana yang diizinkan dalam peraturan OJK. Adapun bentuk simpanan yang sudah dikembangkan di BMT adalah:

##### 1) Tabungan

Pada prinsipnya, pola tabungan yang dikembangkan sesuai dengan fatwa DSN/MUI yaitu *Wadiah* dan *Mudharabah*. Tabungan dengan prinsip wadiah adalah tabungan yang disetor oleh nasabah kapan saja (tanpa terikat dengan waktu) dan juga bisa ditarik kapan saja. Terhadap tabungan yang menggunakan prinsip *wadiah* ini, nasabah bisa memperoleh bonus dari BMT yang pemberiannya tidak ditetapkan.

Tabungan dengan prinsip *mudharabah* adalah tabungan yang penyetorannya dapat dikat oleh waktu dan penarikannya juga berdasarkan waktu yang telah disepakati. Tabungan *mudharabah* ini dapat dimanfaatkan oleh nasabah yang menginginkan penarikan tabungan dalam waktu tertentu namun penyetoran bisa dilakukan kapan saja.

##### 2) Deposito

Deposito adalah bentuk simpanan yang pengambilannya memiliki batasan atau jangka waktu tertentu. Pola deposito

menggunakan prinsip mudharabah, dimana nasabah (deposan) berhak mendapatkan bagi hasil. Deposito memiliki jangka waktu 1,3,6, dan 12 bulan. Penarikan deposito diluar waktu yang disepakati, maka deposan dikenakan denda (pinalti).

#### b) Pembiayaan

Penyaluran dana yang diperoleh BMT dilakukan melalui pembiayaan. Pembiayaan juga mengikuti fatwa DSN/MUI, sehingga pembiayaan dapat dilakukan dengan prinsip

##### 1) Jual Beli

Pada pembiayaan dengan prinsip jual beli, maka BMT bertindak selaku penjual dan nasabah bertindak sebagai pembeli. Pola jual beli yang dikembangkan adalah:

##### a) *Murabahah*

Secara definisi, *murabahah* adalah akad jual beli yang harga pokok dan besar keuntungannya diketahui. Pada akad *murabahah* ini, BMT membelikan barang-barang yang dibutuhkan oleh nasabah untuk kemudian dijual kepada nasabah dengan pembayarannya dapat dilakukan dengan mencicil. Keuntungan yang diperoleh BMT dalam pembiayaan ini disebut dengan Margin atau *Mark-Up*.

##### b) *Salam*

Sama halnya dengan *murabahah*, *salam* juga merupakan salah satu akad jual beli. Ciri khusus pembiayaan *salam* ini

adalah barang yang diperjual belikan merupakan barang yang belum ada namun ciri dan spesifikasi barang tersebut sudah jelas. Dengan kata lain, jual beli *salam* adalah jual beli dengan pesanan. beda *salam* dengan murabahah terletak pada sistem pembayarannya, *salam* dibayar secara *cash* atau lunas pada saat akad berlangsung sedangkan barangnya baru diserahkan sesuai dengan waktu yang disepakati (uang dibayar dimuka).

c) *Isthisna'*

Sebagai bagian dari akad jual beli, *isthisna'* memiliki kesamaan dengan *salam*, yaitu sama-sama jual beli dengan pesanan. Perbedaannya adalah dari segi pembayarannya. *Isthisna'* dapat dibayar dengan menggunakan termen-termen tertentu. Misalnya di bayar dalam 3 tahap, diawal akad, pertengahan dan setelah barang diserahterimakan. Pembiayaan *isthisna'* sering digunakan dalam jasa konstruksi bangunan.

2) Kerjasama (*Syirkah*)

a) *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* adalah pembiayaan dimana BMT dan nasabah saling bekerja sama dalam suatu usaha masing- masing memberikan kontribusi yang sama baik dari segi modal maupun keikutsertaan dalam pengelolaan

usaha tersebut. Keuntungan yang didapat oleh BMT atas pembiayaan ini adalah bagi hasil dari keuntungan usaha yang dijalankan. Besarnya bagi hasil yang diperoleh BMT disepakati dalam bentuk *nisbah*

*b) Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* adalah pembiayaan yang modalnya 100% diberikan BMT kepada nasabah, sedangkan pengelolaannya diserahkan sepenuhnya oleh BMT kepada nasabah. Keuntungan yang diperoleh BMT atas pembiayaan ini juga dalam bentuk bagi hasil yang disepakati berdasarkan *nisbah*.

*c) Muzarah*

Pembiayaan dengan jenis muzaraah ini, merupakan pembiayaan kerjasama dalam bidang pertanian. Dimana nasabah memiliki lahan pertanian sedangkan BMT membiayai dalam hal pembalihan bibit. Hasil usaha perkebunan ini juga dibagi sesuai nisbah yang disepakati.

*d) Musaqah*

Pembiayaan musaqah adalah pembiayaan dalam bentuk kerjasama dalam bidang pertanian dimana semua lahan, dan modal dari salah satu pihak dan pihak lain hanya bertugas menjaga dan memeliharanya saja. Dalam hal ini BMT dapat berposisi sebagai pemilik lahan dan modal, sedangkan

nasabah adalah pengelola saja. Atas kerjasama ini pengelola mendapatkan beberapa bagian atas hasil perkebunan atau pertanian tersebut.

### 3) Jasa (*Ijarah*)

Pembiayaan dalam bentuk *ijarah* atau yang lebih dikenal dengan jasa ini, dikembangkan BMT pada pembiayaan yang sarasanya adalah penyewaan. Keuntungan yang diperoleh BMT atas pembiayaan ini adalah selisih harga sewa yang dibayarkan oleh nasabah kepada BMT dengan harga sewa yang dibayarkan BMT kepada pemilik sewa.

## B. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang di lakukan oleh:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rahmatul Laili, Skripsi (2016)	Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BPRS Central Syariah Utama Surakarta.	Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan keputusan dalam memilih produk pembiayaan <i>murabahah</i> ada 3 komponen utama yaitu: faktor pelayanan,

			faktor margin, faktor produk. faktor pelayanan adalah faktor yang paling dominan dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan <i>murabahah</i> . <sup>26</sup>
2.	Nurul Khasanah, Skripsi (2019)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur	Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan <i>murabahah</i> yaitu faktor eksternal dan seperti faktor sosial, faktor produk, faktor harga, faktor promosi, faktor pelayanan. sedangkan faktor internalnya yaitu faktor sikap dan keyakinan dari dalam diri. <sup>27</sup>
3	Indah Riyanti, Skripsi (2021)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Pembiayaan <i>Murabahah</i> di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan.	Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa Variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosi tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> , tetapi Variabel Kualitas

<sup>26</sup> Rahmatul Laili, "Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Central Syariah Utama Surakarta". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta, hal.83

<sup>27</sup> Nurul Khasana, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur", Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro, hal.64

			Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> , yang artinya semakin baik variabel kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat keputusan nasabah menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> . <sup>28</sup>
4.	Rofika Nadira, Susianto Jurnal FEB. Vol. 1 No. 1. (2019).	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara.	Berdasarkan penelitian bahwa Produk, Promosi, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap nasabah dalam memilih pembiayaan <i>murabahah</i> di Bank Mandiri Syariah. <sup>29</sup>
5.	Ikhsan Budiyanto, Skripsi (2015)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BPRS BDS Yogyakarta.	Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang berpengaruh positif dan signifikan yaitu faktor tempat dan syariah sedangkan faktor yang tidak berpengaruh positif dan signifikan yaitu faktor produk, promosi, dan pelayanan. <sup>30</sup>

<sup>28</sup> Indah Riyanti, "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan", Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Medan, hal. 87

<sup>29</sup> Rofika Nadira, Susianto, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan *Murabahah* Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara", dalam Jurnal FEB, Vol. 1 No. 1 hal. 11

<sup>30</sup> Ikhsan Budiyanto, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di BPRS BDS Yogyakarta", Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, hal.85-87.



6.	Mahyudin Akmal, Skripsi (2017)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan <i>Murabahah</i> Pada BPRS Suriyah Cabang Kudus.	Berdasarkan Penelitian yang dilakukan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh positif dan signifikan ialah faktor Religuitas, faktor pengetahuan nasabah, faktor Kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> . <sup>31</sup>
7.	Murni Nia, dkk Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi. Vol. 7 No. 4 (2022)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan <i>Murabahah</i> Pribadi.	Bedasarkan penelitian yang dilakukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan <i>murabahah</i> pribadi yaitu Faktor Keagamaan, Krateristik, Pengetahuan, Pelayanan
8.	M. Yusuf Hasibuan, dkk Jurnal Manajemen Akuntansi. Vol.3 No.1 (2023)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT Anugrah Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang	Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan <i>Murabahah</i> Di BMT Anugrah Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang secara signifikan yaitu faktor Pelayanan, Lokasi, dan faktor Promosi.

---

<sup>31</sup>Mahyudin Akmal, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada BPRS Suriyah Cabang Kudus", Skripsi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, UIN Kudus, hal. 97-98.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Rahmatul Laili yang berjudul Analisis faktor-faktor keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *murabahah* di BPRS Central Asia Utama Surakarta yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan lokasi berbeda dengan penelitian ini, penelitian terdahulu menggunakan penelitian kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel yang sama.
2. Nurul Khasanah yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pilihan pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan lokasi berbeda dengan penelitian ini, penelitian terdahulu menggunakan periode dari tahun 2016-2018 sedangkan penelitian ini dari tahun 2018-2022, variabel penelitian terdahulu berbeda dengan penelitian ini yang dimana penelitian terdahulu variabel x yaitu faktor eksternal dan internal sedangkan penelitian ini variabel x nya yaitu lokasi, promosi, dan pelayanan, penelitian terdahulu menggunakan penelitian kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.
3. Indah Riyanti yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* di PT.

BPRS Amanah Insan Cita Medan yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan lima variabel x yaitu produk, harga, promosi, lokasi, kualitas layanan, syariah sedangkan penelitian ini menggunakan tiga variabel x yaitu lokasi, promosi, pelayanan. penelitian terdahulu menggunakan periode pembiayaan *murabahah* dari tahun 2015-2019 dan penelitian ini menggunakan periode pembiayaan *murabahah* dari tahun 2018-2022 perbedaan juga dilihat dari segi lokasi, jumlah populasi dan sampel, yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data kuesioner.

4. Rofika Nadira, Susianto yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan variabel yang berbeda yaitu produk, penelitian terdahulu menggunakan lokasi yang berbeda dengan penelitian ini. persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama penelitian kuantitatif, menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner.
5. Ikhsan Budiyo yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di BPRS BDS Yogyakarta yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan lima variabel x yaitu produk, promosi, tempat, pelayanan, syariah sedangkan

penelitian ini menggunakan tiga variabel x yaitu lokasi, promosi, pelayanan. penelitian terdahulu menggunakan periode pembiayaan *murabahah* dari tahun 2013-2014 dan penelitian ini menggunakan periode pembiayaan *murabahah* dari tahun 2018-2022. yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama penelitian kuantitatif.

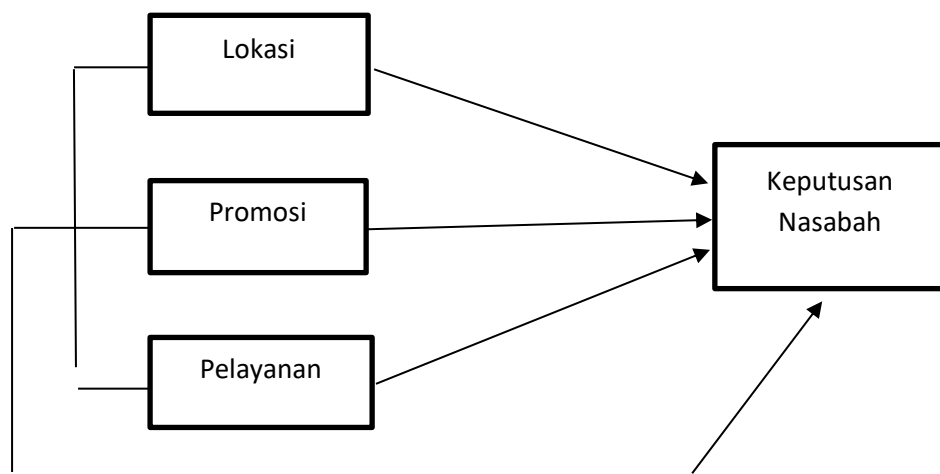
6. Mahyudin Akmal yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BPRS Suriyah Cabang Kudus yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan variabel dan lokasi yang berbeda. persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dengan instrumen pengumpulan data kuesioner.
7. Murni Nia, La taena yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah* pribadi yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah lokasi penelitian, periode tahun pembiayaan penelitian terdahulu 2016-2019 sedangkan penelitian ini dari tahun 2018-2022, variabel penelitian terdahulu ada empat variabel sedangkan penelitian ini ada tiga variabel yang berbeda. persamaan penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif.
8. M. Yusuf Hasibuan, Tri Indah, Reni Ria yang berjudul Analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan

*murabahah* di BMT Anugrah Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan lokasi, populasi, sampel yang berbeda dengan penelitian ini. persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan tiga variabel yaitu lokasi, promosi dan pelayanan, sama menggunakan penelitian kuantitatif.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan hubungan dari variabel independen, untuk mengetahui secara persial dan simultan variabel bebas yaitu Lokasi, Promosi, Pelayanan (X) apakah ada hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*.

**Gambar 2.2**



X : Lokasi, Promosi, Pelayanan (Variabel Bebas)

Y : Keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*  
(Variabel Terikat)

→ : Menjelaskan hubungan/ pengaruh antara variable bebas (X)  
terhadap variable terikat (Y) secara keseluruhan atau secara parsial

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah-masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan melalui pengumpulan data. Berdasarkan teori dan konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Ada Pengaruh Lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

H0: Tidak Ada Pengaruh Lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

H2: Ada Pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

H0: Tidak ada Pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

H3: Ada Pengaruh Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

H0: Tidak ada Pengaruh Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

H4: Ada Pengaruh Lokasi, Promosi, Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

H0: Tidak ada Pengaruh Lokasi, Promosi, Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar peneliti mengambil lokasi ini karena peneliti ingin mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*. Adapun waktu penelitian ini dilakukan dari Januari 2023 sampai Juli 2023.

#### **B. Jenis dan Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Seperti namanya, penelitian kuantitatif dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data, dan penyajian hasil, dan itu membutuhkan penelitian angka.<sup>1</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang terdapat kuintansi dan karateristik yang ditetapkan oleh penelitian untuk dapat dipelajari dan diambil kesimpulan.<sup>2</sup>

Menurut Sugiono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karateristik tertentu

---

<sup>1</sup> Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*" (Jakarta:Rineka Cipta,2016), hal.12.

<sup>2</sup> Budi Gautama and Ali Hardana, "*Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*" (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), hal. 97



yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan.<sup>3</sup>

Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki suatu objek. Adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar yaitu sebanyak 994 orang.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang sesungguhnya yang akan menjadi objek penelitian.<sup>4</sup> Sampel juga dapat diartikan sebagai individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian supaya lebih objektif istilah dari keseluruhan individu penelitian sebaiknya diganti istilah subyek atau obyek. Sampel yaitu sampel yang memiliki populasi atau *representive* artinya yang menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal.<sup>5</sup>

Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel dengan teknik *insidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang

---

<sup>3</sup> Sugiyono, "*Metode penelitian kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*", (Bandung, Alfabeta, 2013), hal.80

<sup>4</sup> Sugiyono, "*Metode penelitian Bisnis*", (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.123

<sup>5</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, "*Metodologi Penelitian*", (Jakarta, Bumi Aksara, 2018), hal.107

tersebut cocok sebagai sumber data.<sup>6</sup> Penentuan jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin.

$$\text{Rumus Slovin adalah } n = \frac{N}{N(1+e^2)}$$

Dimana:

n = ukuran sampel yang akan dicari

N = adalah ukuran populasi

E = adalah *margin of error*

Dengan demikian untuk mengetahui sampel yang akan digunakan maka menggunakan rumus Slovin

$$\begin{aligned} n &= \frac{994}{1+994(0,1)^2} \\ &= \frac{994}{1+9,94} \\ &= \frac{994}{10,94} \\ &= 90,85 = 91 \end{aligned}$$

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah 91 orang

#### **D. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen merupakan alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data atau informasi dari responden. Umumnya cara pengumpulan data menggunakan teknik seperti:<sup>7</sup>

##### *1. Angket (Kuesioner)*

---

<sup>6</sup> Tarjo, "Metode Penelitian Administrasi", (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021), hal. 59

<sup>7</sup> Juliansyah Noor, "Kupas Tuntas Data penelitian SPSS 22", (Jakarta:PT Elev Media Komputido,2014), hal.41.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah disusun. Data yang diambil merupakan data primer. Kuesioner ini bersifat tertutup. Kuesioner diharapkan dapat dikembalikan kepada peneliti, dalam waktu yang ditentukan. Instrumen dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner atau angket yang berisi pertanyaan untuk memperoleh informasi dari variabel yang diteliti. Angket yang digunakan bersifat tertutup, karena responden hanya memilih jawaban dalam bentuk ceklist.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu alat yang digunakan dalam analisis, desain dan dokumentasi sistem dan untuk memahami keterkaitan antara subsistem yang satu dengan beberapa sub sistem yang lainnya. Catatan dari kejadian atau peristiwa yang telah lewat, dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar atau foto, video dll.

## **E. Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reabilitas)**

### **1. Uji Validitas**

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Ujian validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan pada kuesioner yang perlu diganti karena

dianggap tidak relevan.<sup>8</sup> Adapun teknik korelasi yang bisa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* atau menggunakan SPSS untuk mengujinya.<sup>9</sup>

## 2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.<sup>10</sup> Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23.

Kriteria dalam pengujian reliabilitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Croanbach alpha*  $> 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- b. Jika nilai *Croanbach alpha*  $< 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*, ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 166.

<sup>9</sup> Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor :Ghalia Indonesia 2014), hal. 128.

<sup>10</sup>Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm. 51.

<sup>11</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Muhivarite Dengan Program SPSS*, (Semarang: Diponegoro, 2006), hal. 45.

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Asumsi Dasar**

#### **a. Uji Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis serta mendeskripsikan data atau menggambarkan mengenai keadaan yang diteliti.

#### **b. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23 dengan uji *one sample kolgomorov-smirnov* dengan taraf signifikan 0,1 dan data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih dari 10% atau 0,1.<sup>12</sup>

### **2. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Heteroskedastisitas**

Salah satu asumsi regresi linier yang harus dipenuhi adalah homogenitas variansi dari error (homoskedastisitas).<sup>13</sup> Homoskedastisitas berarti bahwa variansi dari error bersifat konstan (tetap) atau disebut juga identik. Kebalikannya adalah kasus heteroskedastisitas, yaitu jika kondisi variansi error-nya (atau Y) tidak identik. Salah satu cara untuk mendeteksi terjadinya

---

<sup>12</sup>Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hal. 70.

<sup>13</sup>Zulaika Matondang, Hamni Fadillah, *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), hal. 97.

heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan metode *spearman's rho*.

Kriteria pengujian yaitu apabila signifikan hasil kolerasi  $< 0,1$  maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas. Namun, apabila signifikan hasil kolerasi  $> 0,1$  maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel *independent* pada model regresi saling berkorelasi. Untuk memenuhi kriteria BLUE, tidak boleh terdapat korelasi antara setiap variabel *independent* pada model regresi. Apabila terjadi korelasi antara variabel *independent*, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak ortogonal.<sup>14</sup> Dengan nilai patokan VIF (*variance inflation factor*) kriteria yang digunakan adalah :

1. Jika nilai VIF  $> 0,10$ , maka dikatakan terdapat masalah Multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF  $< 0,10$ , maka dikatakan tidak terdapat masalah Multikolinearitas.

### **3. Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi Linear berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) di dijelaskan oleh lebih dari satu variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ .) namun

---

<sup>14</sup>Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis* (Bandung: PT. Bima Pratama Sejahtera, 2018), hal. 26.

masih menunjukkan diagram hubungan yang linear.<sup>15</sup> Adapun regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui Lokasi ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Pelayanan ( $X_3$ ) dan terhadap Keputusan Nasabah ( $Y$ ). Bentuk persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$

atau dalam skripsi ini ditulis:

$$KN = a + b_1 L_k + b_2 P_r + b_3 P_l$$

Keterangan:

KN = Keputusan Nasabah

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Konstanta variabel X terhadap Y

$L_k$  = Lokasi

$P_r$  = Promosi

$P_l$  = Pelayanan

$e$  = *Prediction error* (tingkat kesalahan)

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Lokasi, Promosi, dan Pelayanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara

---

<sup>15</sup>Alya Fauziyah, dkk, *Modul Statistika Ii 2013* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hal. 28.

parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:<sup>16</sup>

- 1) Jika signifikansi  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### **b. Uji Simultan (Uji F)**

Hipotesis simultan adalah hipotesis yang dilakukan secara bersamaan pada variabel penelitian yang dilakukan secara bersamaan adapun pada penelitian hipotesis simultan dalam menggunakan SPSS 26 dapat diperoleh melalui uji ANOVA.<sup>17</sup> Untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak, artinya secara bersamaan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima, artinya secara bersamaan variabel independen berpengaruh terhadap dependen.

---

<sup>16</sup> <sup>16</sup>Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hal. 75.

<sup>17</sup>Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *metode kuantitatif praktis*, hal. 35.



### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi yaitu nilai untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hal. 29-30.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu**

##### **Batusangkar**

##### **1. Sejarah Berdirinya KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu**

Berdasarkan rapat pengurus Mesjid Raya Lantai Batu beserta jamaah pada hari Sabtu tanggal 31 Januari 2009 yang dihadiri oleh 38 orang jamaah, dalam rapat tersebut diputuskan beberapa hal yaitu: Menerima laporan pertanggungjawaban keuangan pengurusan periode 2006-2008.

- a. Pengurus periode 2006-2008 di bubarkan
- b. Pengurus periode 2006-2008 dikukuhkan atau diangkat kembali menjadi pengurus pada periode 2009-2011, dengan catatan struktur kepengurusan dapat dilakukan penambahan, pengurangan, atau penyisipan bila diperlukan.
- c. Pelaksanaan segera tempat berwudhu, bersuci, mandi, dan pembangunan WC laki-laki, WC wanita, dan tiga lokal TK Islam. Mendirikan Koperasi Jasa Keuangan Syariah atau BMT Mesjid Raya Lantai Batu dengan susunan:

Ketua : H. Faizal idroes

Sekretaris : Khairias Dino Dt. Rajo Mangkuto

Bendahara : H. Zufri

Badan Pengawas : Afri Yendra SNP. SH. MH

Pendirian KJKS BMT dimaksud sudah dapat dilaksanakan selambat lambatnya 1 (bulan) sejak keputusan ini.

- a. Pada saat KJKS BMT diresmikan operasionalnya secara otomatis Lembaga Ekonomi Mesjid (LEM) dibubarkan dengan ketentuan seluruh modal LEM secara administrasi dan operasional dialihkan ke KJKS BMT.
- b. Hal-hal teknis yang belum diputuskan dalam rapat ini selanjutnya menjadi tanggung jawab pengurus Mesjid periode 2009-2010. Sesuai surat keputusan pengurus Mesjid Raya Lantai Batu Batusangkar No. 001/MRLB/KPTS/01/2009 tanggal 31 Januari 2009 point 5 yaitu tentang pendirian koperasi Jasa Keuangan Syariah/BMT Mesjid Raya Lantai Batu Batusangkar dengan susunan pengurus:

Ketua : H. Faizal Idroes

Sekretaris : Khairias Dino Dt. Rajo Mangkuto

Bendahara : H. Zufri

Badan Pengawas : Afri Yendra SNP. SH. MH

: Soni Andriyan

: Amigo Rinaldi Dt. Penghulu Sultan

Badan Pengawas : Afri Yendra SNP. SH. MH

: Amigo Rinaldi Dt. Penghulu Sultan

: Maizar Ahmad (2010-2012)

## 2. Visi dan Misi

Adapun yang menjadi visi dan misi dari KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar yaitu:

### a. Visi

KJKS BMT Ampek Jurai menjadi lembaga keuangan mikro yang sehat dan sesuai dengan Syariat Islam, berkembang dan terpercaya, yang mampu melayani anggota masyarakat lingkungannya mencapai kehidupan yang penuh keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan.

### b. Misi

KJKS BMT Ampek Jurai mengembangkan KJKS atau BMT sebagai gerakan pembebasan dari Ekonomi Ribawi, gerakan pemberdayaan masyarakat dan gerakan keadilan sehingga terwujud kualitas masyarakat disekitar KJKS atau BMT yang penuh keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan.

## 3. Produk-Produk KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu

Adapun produk-produk yang ditawarkan dalam kegiatan operasional KJKS- BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar meliputi

### 1. Produk Penghimpunan Dana

#### a. Tabungan

- 1) Tabungan *Mudharabah* Umum merupakan tabungan yang dapat disetor atau diambil kapan saja dan mendapatkan bagi hasil serta untuk setoran awalnya yaitu Rp 10.000,-

- 2) Tabungan *Mudharabah* Pelajar merupakan tabungan yang hampir sama dengan tabungan *mudharabah* umum hanya saja tabungan ini khusus untuk pelajar mulai dari TK, SD, SMP dan SMA dan juga mendapatkan bagi hasil serta untuk setoran awalnya yaitu Rp. 5.000,-
- 3) Tabungan *Wadi'ah* merupakan tabungan berupa titipan di BMT yang dapat diambil kapan saja tetapi tidak mendapatkan bagi hasil  
Tabungan *wadi'ah* khusus keuangan Mesjid Raya Lantai Batu antara lain:
  - a) Kas atau Uang Mesjid Raya Lantai Batu
  - b) Kas atau Uang Zakat untuk Fakir Miskin
  - c) Kas atau Uang Yatim Jorong Lantai Batu
  - d) Kas atau Uang Yatim untuk Panti Aisyah
  - e) Kas atau Uang untuk Panti Ade Irma Nasution
- 4) Tabungan qurban merupakan tabungan yang disetorkan untuk membiayai ibadah qurban dan tidak terdapat bagi hasil didalamnya.
- 5) Tabungan qurban merupakan tabungan yang disetorkan untuk membiayai ibadah qurban dan tidak terdapat bagi hasil didalamnya.
- 6) Tabungan *walimah* atau pernikahan merupakan tabungan yang disetorkan untuk membiayai walimah atau pernikahan dan tidak terdapat bagi hasil didalamnya.
- 7) Tabungan haji merupakan tabungan yang disetorkan untuk membiayai ibadah haji dan tidak terdapat bagi hasil didalamnya.

8) Deposito *mudharabah* merupakan dana dari nasabah yang ditipkan pada BMT berdasarkan jangka waktu yang telah disepakati seperti 1, 3, 6, atau 12 bulan.

## 2. Produk Pembiayaan

### a. Jenis Pembiayaan

1) Pembiayaan *mudharabah* merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak di mana satu pihak sebagai penyedia modal seluruhnya dan pihak lainnya sebagai pengelola serta keuntungannya dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dan kelalaian si pengelola, tetapi jika diakibatkan oleh kelalaian si pengelola maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

2) Pembiayaan *murabahah* merupakan akad jual beli barang dengan harga asal dan tambahan keuntungan yang telah disepakati dimana BMT Ampek Jural Lantal Batu menyepakati *margin* sejak awal tahun) berdiri sampai tahun 2011 sebesar 19,5%, tahun 2012 sampai tahun 2015 sebesar 18%, tahun 2016 sampai dengan tahun 2017 sebesar dan untuk tahun 2018 sampai dengan saat ini sebesar 9%.

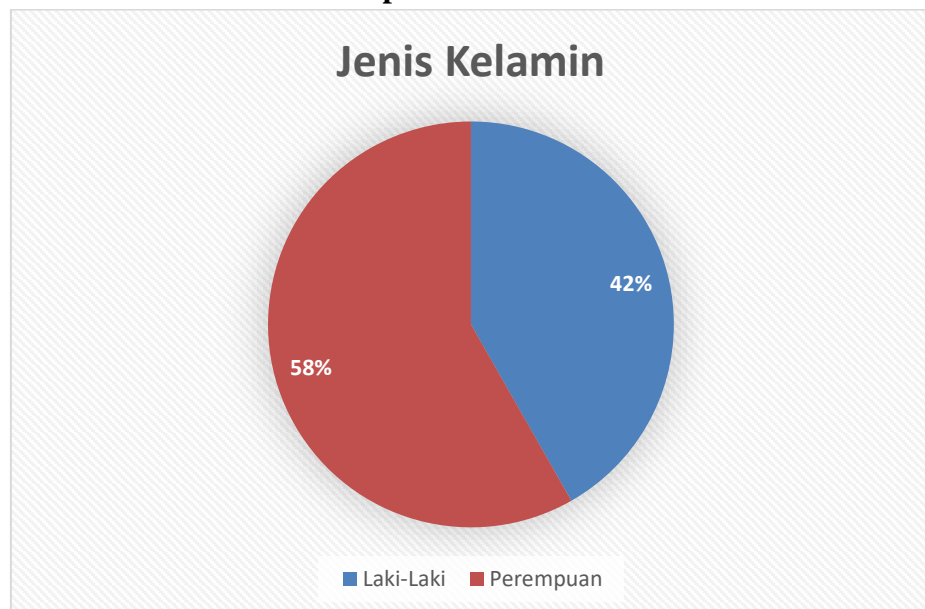
3) Pembiayaan *gardhul hasan* atau dana talangan.

## B. Analisis Hasil Penelitian

### 1. Profil Responden

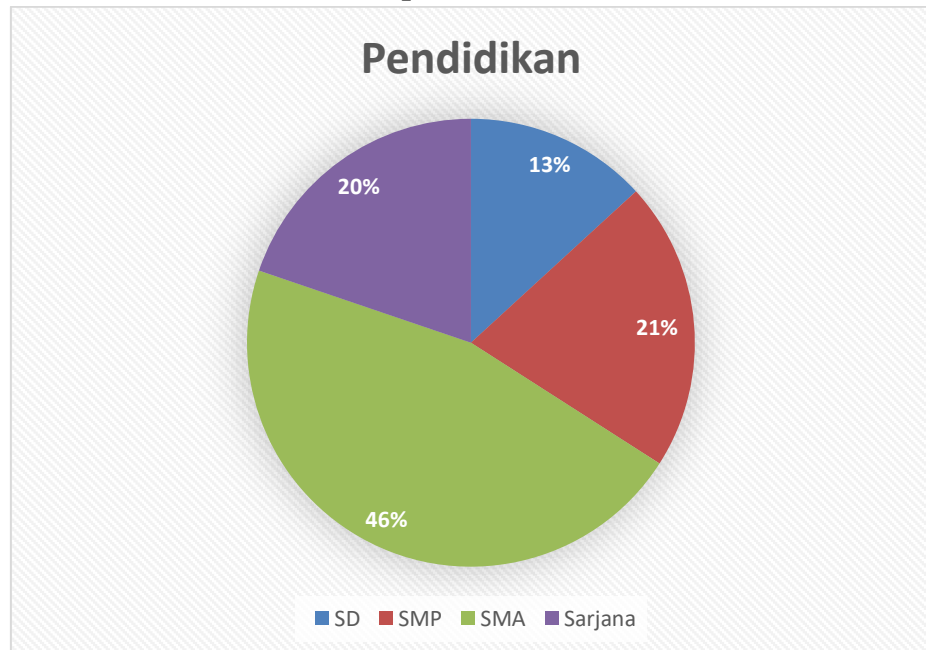
Bagian ini menyajikan informasi mengenai profil responden berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner. Kuesioner yang dibagikan berjumlah 91 responden yaitu nasabah pembiayaan *murabahah* KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

**Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Hasil dari pengisian kuesioner

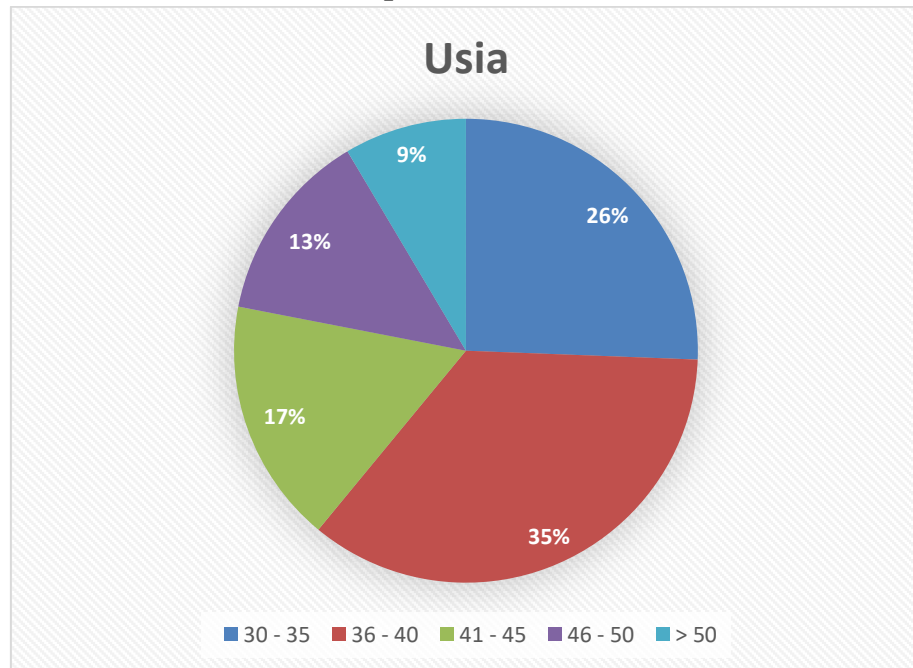
Berdasarkan gambar 4.2 responden yang merupakan nasabah pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar berdasarkan jenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 53 atau sebesar 58% dan Laki-laki yaitu sebanyak 38 atau sebesar 42%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan.

**Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan**

Sumber: Hasil dari pengisian kuesioner

Berdasarkan gambar 4.3 responden yang merupakan nasabah pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar berdasarkan tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 42 nasabah atau sebesar 46%. Disusul kemudian pada tingkat SMP yaitu sebanyak 19 atau sebesar 21%, pada tingkat Sarjana yaitu sebanyak 18 atau sebesar 20%, dan sisanya sebanyak 12 nasabah atau sebesar 13% berada di tingkat pendidikan SD. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi 46% pendidikan terakhir SMA.

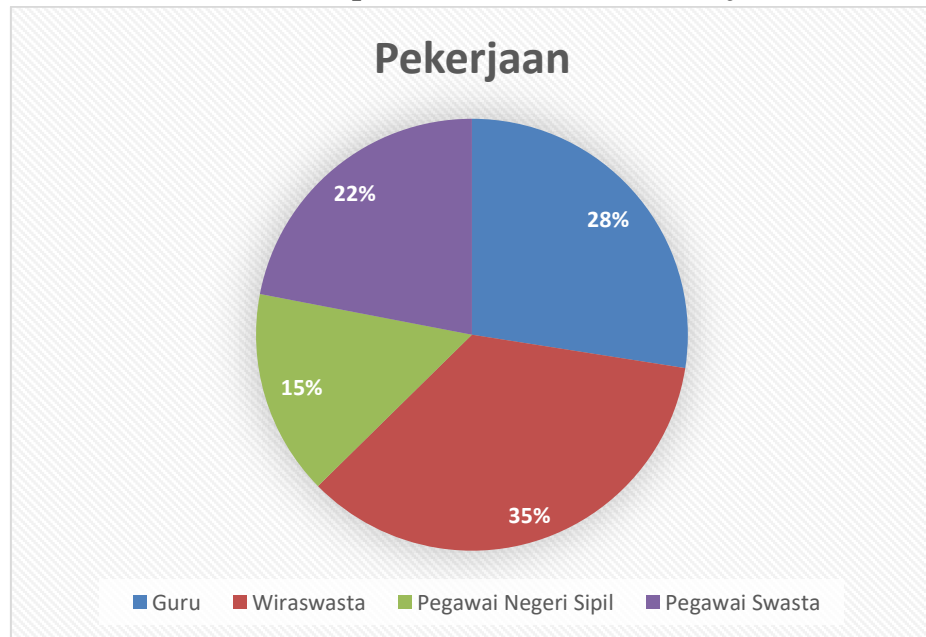


**Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia**

Sumber: Hasil dari pengisian kuesioner

Berdasarkan gambar 4.4 responden yang merupakan nasabah pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar berdasarkan usia 36-40 tahun yaitu sebanyak 32 responden atau sebesar 35%, kemudian usia 30-35 tahun sebanyak 24 responden atau sebesar 26%, usia 41-45 tahun sebanyak 15 responden atau sebesar 17%, usia 46-50 tahun sebanyak 12 responden atau sebesar 13%, dan usia >50 tahun sebanyak 8 reponden atau sebesar 9%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia 36-40 tahun banyak menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

. Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Hasil dari pengisian kuesioner

Berdasarkan gambar 4.5 responden yang merupakan nasabah pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar berdasarkan pekerjaan sebagai Wiraswasta sebanyak 32 responden atau sebesar 35% , Guru sebanyak 25 responden atau sebesar 28%, Pegawai swasta sebanyak 20 responden atau sebesar 22%, dan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 17 responden atau sebesar 15%. Dari data diatas disimpulkan bahwa pekerjaan wiraswasta yang banyak menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

## 2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji dan melihat apakah instrumen angket yang dibuat dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel. Dimana r tabel dapat dicari pada signifikansi 10% sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,1716. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Suatu instrumen harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.

### a. Hasil Uji Lokasi

Adapun hasil uji validitas pada variabel Lokasi ( $X_1$ ) sebagai berikut:

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Validitas Lokasi**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,479	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=91$ , pada taraf signifikan 10% dengan nilai r tabel statistik, maka r tabel sebesar = 0,1716.	Valid
2	0,307		Valid
3	0,412		Valid
4	0,291		Valid
5	0,469		Valid
6	0,463		Valid
7	0,579		Valid
8	0,499		Valid
9	0,375		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.1 untuk variabel lokasi, r tabel dengan jumlah sampel 91, pada taraf signifikan 10% dengan nilai r tabel statistik, sebesar 0,1716. Sedangkan r hitung nya dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation* (r hitung), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 9 dinyatakan valid karena masing-masing r hitung

dari masing-masing pernyataan lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  maka semua item pernyataan pada variabel Lokasi valid.

b. Hasil Uji Promosi

Adapun hasil uji validitas pada variabel Promosi ( $X_2$ ) sebagai berikut :

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Promosi**

<b>Pernyataan</b>	<b><math>r_{\text{hitung}}</math></b>	<b><math>r_{\text{tabel}}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1	0,339	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=91$ , pada taraf signifikan 10% dengan nilai $r$ tabel statistik, maka $r$ tabel sebesar = 0,1716.	Valid
2	0,341		Valid
3	0,430		Valid
4	0,511		Valid
5	0,498		Valid
6	0,464		Valid
7	0,518		Valid
8	0,488		Valid
9	0,580		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.2 untuk variabel promosi,  $r_{\text{tabel}}$  dengan jumlah sampel 91, pada taraf signifikan 10% dengan nilai  $r$  tabel statistik, sebesar 0,1716. Sedangkan  $r_{\text{hitung}}$  nya dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation* ( $r_{\text{hitung}}$ ), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 9 dinyatakan valid karena masing-masing  $r_{\text{hitung}}$  dari masing-masing pernyataan lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  maka semua item pernyataan pada variabel promosi valid.

c. Hasil Uji Pelayanan

Adapun hasil uji validitas pada variabel Pelayanan ( $X_3$ ) sebagai berikut:

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan**

<b>Pernyataan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1	0,556	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=91$ , pada taraf signifikan 10% dengan nilai $r$ tabel statistik, maka $r$ tabel sebesar = 0,1716.	Valid
2	0,457		Valid
3	0,590		Valid
4	0,573		Valid
5	0,590		Valid
6	0,490		Valid
7	0,425		Valid
8	0,319		Valid
9	0,574		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.3 untuk variabel pelayanan,  $r_{tabel}$  dengan jumlah sampel 91, pada taraf signifikan 10% dengan nilai  $r$  tabel statistik, sebesar 0,1716. Sedangkan  $r_{hitung}$  nya dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 9 dinyatakan valid karena masing-masing  $r_{hitung}$  dari masing-masing pernyataan lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka semua item pernyataan pada variabel pelayanan valid.

d. Hasil Uji Keputusan Nasabah

Adapun hasil uji validitas pada variabel Keputusan Nasabah (Y) sebagai berikut :

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,301	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=91$ , pada taraf signifikan 10% dengan nilai $r$ tabel statistik, maka $r$ tabel sebesar = 0,1716.	Valid
2	0,508		Valid
3	0,616		Valid
4	0,541		Valid
5	0,224		Valid
6	0,375		Valid
7	0,596		Valid
8	0,239		Valid
9	0,607		Valid
10	0,585		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.3 untuk variabel keputusan nasabah,  $r_{tabel}$  dengan jumlah sampel 91, pada taraf signifikan 10% dengan nilai  $r$  tabel statistik, sebesar 0,1716. Sedangkan  $r_{hitung}$  nya dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 10 dinyatakan valid karena masing-masing  $r_{hitung}$  dari masing-masing pernyataan lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka semua item pernyataan pada variabel Keputusan Nasabah valid.

### 3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Jika nilai *Croanbach alpha*  $> 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. Jika nilai *Croanbach alpha*  $< 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

a. Uji Reliabilitas Lokasi

Adapun hasil uji reliabilitas pada angket Lokasi ( $X_1$ ) sebagai berikut :

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Lokasi ( $X_1$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	9

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas variabel lokasi pada Tabel IV.4 diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  yaitu  $0,647 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel lokasi tersebut reliabel.

b. Uji Reliabilitas Promosi

Adapun hasil uji reliabilitas pada angket variabel Promosi ( $X_2$ ) sebagai berikut :

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi ( $X_2$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.635	9

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas variabel promosi pada Tabel IV.5 diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  yaitu  $0,635 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel promosi tersebut reliabel.

c. Uji Reliabilitas Pelayanan

Adapun hasil uji reliabilitas pada angket variabel Pelayanan ( $X_3$ ) sebagai berikut :

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan ( $X_3$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,649	9

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas variabel pelayanan pada Tabel IV.6 diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  yaitu  $0,649 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel pelayanan tersebut reliabel.

d. Uji Reabilitas Keputusan Nasabah

Adapun hasil uji reliabilitas pada angket variabel Keputusan Nasabah (Y) sebagai berikut :

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,681	10

S

uSumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas variabel keputusan nasabah pada Tabel IV.6 diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  yaitu  $0,681 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel keputusan nasabah tersebut reliabel.



#### 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Berikut adalah hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini yaitu:

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi	91	31.00	45.00	38.6044	2.55551
Promosi	91	29.00	45.00	34.8022	3.17707
Pelayanan	91	30.00	45.00	35.9341	3.32266
Keputusan Nasabah	91	37.00	50.00	42.5275	2.99385
Valid N (listwise)	91				

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.7 menunjukkan bahwa variabel Lokasi ( $X_1$ ) memiliki nilai minimum 31.00, maximum 45.00 dan nilai mean sebesar 38.6044. Variabel Promosi ( $X_2$ ) memiliki nilai minimum 29.00, nilai maximum 45.00 dan nilai mean 34.8022. Variabel Pelayanan ( $X_3$ ) memiliki nilai minimum 30.00, nilai maximum 45.00 dan nilai mean 35.9341. Selanjutnya variabel Keputusan Nasabah ( $Y$ ) memiliki nilai minimum 37.00, nilai maximum 50.00 dan nilai mean 42,5275.

#### 5. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		91
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	2.34915100
Most Extreme	Absolute	.055
Differences	Positive	.055
	Negative	-.036
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.8 dapat dilihat hasil uji normalitas bahwa nilai *Asymp. Sig (2- tailed)* sebesar 0,200 artinya nilai signifikansi  $0,200 > 0,1$  jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

## 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini, yaitu:

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Correlations**

		Lokasi	Promosi	Pelayanan	Unstandardized Residual
S p e a r	Correlation Coefficient	1.000	.433**	.418**	-.024
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.818
	N	91	91	91	91

m a n 's r h o	Promosi	Correlation Coefficient	.433**	1.000	.289**	-.025
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.005	.813
		N	91	91	91	91
	Pelayanan	Correlation Coefficient	.418**	.289**	1.000	-.042
		Sig. (2-tailed)	.000	.005	.	.692
		N	91	91	91	91
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.024	-.025	-.042	1.000
		Sig. (2-tailed)	.818	.813	.692	.
		N	91	91	91	91

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

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji heteroskedastisitas pada Tabel IV.11 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel Lokasi sebesar  $0,818 > 0,1$ . variabel Promosi sebesar  $0,813 > 0,1$ . dan Variabel Pelayanan  $0,692 > 0,1$  Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi problem heteroskedastisitas pada model regresi.

#### b. Hasil Uji Multikolinearitas

Berikut adalah hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini yaitu:

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	16.050	3.926		4.088	.000		
Lokasi	.200	.130	.171	2.540	.000	.574	1.741
Promosi	.262	.098	.278	2.668	.001	.654	1.530
Pelayanan	.268	.095	.298	2.831	.005	.640	1.564

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.10 diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel lokasi adalah 1,741 variabel

promosi 1,530 variabel pelayanan 1,564. Maka dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas < 10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Nilai *tolerance* untuk variabel lokasi adalah 0,574 variabel promosi 0,654 variabel pelayanan 0,640. Jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel di atas > 0,1. Sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan penilaian hasil dari tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel lokasi, promosi dan pelayanan

#### 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel penelitian di bawah ini:

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Analisis Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.050	3.926		4.088	.000
Lokasi	.200	.130	.171	2.540	.000
Promosi	.262	.098	.278	2.668	.001
Pelayanan	.268	.095	.298	2.831	.005

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Sehingga persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$KN = \alpha + b_1 L_k + b_2 P_r + b_3 P_l + e$$

$$KN = 16,050 + 0,200 L_k + 0,262 P_r + 0,268 P_l + e$$

Keterangan :

KN : Keputusan Nasabah

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien Regresi Variabel Independen

$L_k$  : Lokasi

$P_r$  : Promosi

$P_1$  : Pelayanan

e : Error

Penjelasan dari persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif sebesar 16,050 dapat diartikan jika lokasi, promosi, pelayanan diasumsikan 0 maka keputusan nasabah sebesar 16,050 satuan.
2. Nilai koefisien lokasi ( $b_1$ ) adalah 0,200 artinya apabila variabel lokasi ditambah 1 satuan, maka keputusan nasabah bertambah sebesar 0,200 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan keputusan nasabah.
3. Nilai koefisien promosi ( $b_2$ ) adalah 0,262 artinya apabila variabel promosi ditambah 1 satuan, maka keputusan nasabah bertambah sebesar 0,262 satuan. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan keputusan nasabah.

4. Nilai koefisien pelayanan ( $b_3$ ) adalah 0,268 artinya apabila variabel pelayanan ditambah 1 satuan, maka keputusan nasabah bertambah sebesar 0,268 satuan. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan keputusan nasabah.

## 8. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Adapun hasil dari uji parsial (t) sebagai berikut

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.050	3,926		4,088	,000
Lokasi	,200	,130	,171	2,540	,000
Promosi	,262	,098	,278	2,668	,001
Pelayana n	,268	,095	,298	2,831	,005

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber: Hasil output SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji parsial pada Tabel IV.14 dapat dilihat bahwa  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n - k - 1)$ ,  $df = (91 - 3 - 1) = 87$  hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1.662. Hasil dari  $t_{hitung}$  dapat dilihat sebagai berikut:

- 1)  $T_{hitung}$  sebesar 2.540 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1.662 ( $=n - k - 1$  atau  $91 - 3 - 1$ ) artinya bahwa  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.540 > 1.662$ . dan nilai signifikansi  $0.00 < 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara lokasi dan keputusan nasabah .

2)  $T_{hitung}$  sebesar 2.668 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1.662 ( $=n - k - 1$  atau  $91 - 3 - 1$ ) artinya bahwa  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.668 > 1.662$ . dan nilai signifikansi  $0.001 < 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara promosi dan keputusan nasabah .

3) sebesar 2.831 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1.662 ( $=n - k - 1$  atau  $91 - 3 - 1$ ) artinya bahwa  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.831 > 1.662$ . dan nilai signifikansi  $0.005 < 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pelayanan dan keputusan nasabah .

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Adapun hasil uji simultan (uji F) sebagai berikut :

**Tabel IV. 13**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	310,015	3	103,338	18,102	,000 <sup>b</sup>
Residual	496,666	87	5,709		
Total	806,681	90			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah  
b. Predictors: (Constant), Pelayanan. Promosi, Lokasi

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji simultan (uji F) pada Tabel IV.15 di atas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 18,102 dan  $F_{tabel}$  dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan  $df_1 = n - k - 1$  dan  $df_2 = n - k - 1$  ( $91 - 3 - 1$ ) = 87 yang diperoleh nilainya sebesar 2,71 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,102 > 2,71$ ). maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak artinya terdapat pengaruh secara simultan

antara pengaruh variabel lokasi, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

c. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Adapun hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut:

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 <sup>a</sup>	.384	.363	2,38931
a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Lokasi				
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah				

Sumber: hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.13 diperoleh 0.620. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,363 artinya kontribusi lokasi, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah sebesar 36,3% sedangkan 63,7% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya harga, pengalaman, pengetahuan, dan kualitas produk.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penjelasannya dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah*

Hasil penelitian ini secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS



BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.540 > 1.662$ .  
dan nilai signifikansi  $0.00 < 0,1$ .

Menurut Wahyu Ario Pratomo, dkk dalam buku yang berjudul "*Data kependudukan dalam pemenuhan fasilitas sosial dan ekonomi*" menyatakan bahwa pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan Budiyanto yang berjudul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Di BPRS BDS Yogyakarta*" yang menyatakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar. Lokasi sangatlah diperlukan jika ingin memulai suatu usaha baik itu luasnya, aksesnya yang dapat menentukan kesuksesan usaha yang bangun tersebut.

## **2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah***

Hasil penelitian ini secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.668 > 1.662$ .  
dan nilai signifikansi  $0.001 < 0,1$ .

Menurut Sastra Mico dalam buku yang berjudul "*Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi perspektif manajemen pemasaran*" menyatakan bahwa promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih perguruan tinggi. Promosi dalam pengenalan perguruan tinggi kepada calon mahasiswa untuk mengetahui profil perguruan tinggi sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih perguruan tinggi tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Rofika Nadira, Susianto yang berjudul "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada PT. BANK Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara*" yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah.

Berdasarkan hasil penelitian yang ada maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*. Ketika promosi baik dan menarik, maka nasabah akan tertarik untuk menggunakan pembiayaan.

### **3. Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah***

Hasil penelitian ini secara parsial pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS

BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.831 > 1.662$ .  
 dan nilai signifikansi  $0.005 < 0,1$

Menurut Anasta S. Ginting dalam bukunya yang berjudul "*Not Just A Smile*" menyatakan bahwa salah satu aspek yang bisa berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik, yang tentu saja sesuai harapan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Murni Nia, dkk yang berjudul "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah Pribadi.*" yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*. maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*.

Jadi, dapat disimpulkan terdapat pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik, maka nasabah akan tertarik untuk menggunakan pembiayaan.

#### **4. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah***

Secara simultan menyatakan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel lokasi, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

Berdasarkan hasil dari uji simultan (uji F) maka dapat diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 18,102 dan  $F_{tabel}$  diperoleh nilainya sebesar 2.71 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,102 > 2.71$ ), maka  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak artinya terdapat pengaruh secara simultan antara pengaruh variabel lokasi, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar. Nilai signifikan 0.000 variabel lokasi, promosi dan pelayanan yang mengidentifikasi terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

Dalam buku Wahyu Ario Pratomo, dkk yang berjudul "*Data Kependudukan Dalam Pemenuhan Fasilitas Sosial dan Ekonomi*" menyatakan bahwa pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi jugaberhubungan dengan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Sastra Mico dalam buku yang berjudul "*Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi perspektif manajemen pemasaran*" menyatakan bahwa promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih perguruan tinggi. Promosi dalam pengenalan perguruan tinggi kepada calon mahasiswa untuk mengetahui profil perguruan tinggi sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih perguruan tinggi tersebut.

Dalam buku Anasta S. Ginting yang berjudul “*Not Just A Smile*” menyatakan bahwa salah satu aspek yang bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik, yang tentu saja sesuai harapan konsumen.

Penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Yusuf Hasibuan, dkk dengan judul “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di BMT Anugrah Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang*”. Secara bersama-sama lokasi, promosi, dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

Jadi dari hasil uji f yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini telah dilakukan dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini bermaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Keterbatasan yang dirasakan

tidak hanya berasal dari diri peneliti sendiri tapi juga dari faktor lain.

Adapun keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Variabel bebas yang diteliti hanya lokasi, promosi dan pelayanan.
2. Dalam menyebarkan angket (kuesioner), peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada angket (kuesioner) sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar maka dapat dilihat hasil  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,363 atau sama dengan 36,3% maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.540 > 1.662$ . dan nilai signifikansi  $0.00 < 0,1$ .
2. Ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.668 > 1.662$ . dan nilai signifikansi  $0.001 < 0,1$ .
3. Ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2.831 > 1.662$ . dan nilai signifikansi  $0.005 < 0,1$ .
4. Ada pengaruh lokasi, promosi dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah pada KJKS

BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$   
(18,102 > 2.71)

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar disarankan untuk memperhatikan lokasi, promosi dan pelayanan yang lebih baik akan membuat nasabah lebih tertarik menggunakan pembiayaan murabahah.
2. Peneliti Selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain di luar variabel lokasi, promosi, pelayanan dan keputusan nasabah dengan variasi yang lebih menarik lagi.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Adiwarman A Karim, "*Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*", (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).
- Al Arif M Nur Roanto, "*Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktik*", (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017).
- Al Arif M Nurianto, "*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*", (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Ariawaty Rina Novianty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis* (Bandung: PT. Bima Pratama Sejahtera, 2018).
- Arikunto Suharsimi, "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*" (Jakarta: Rineka Cipta, 2016).
- Armayanti Nelly, dkk, "*Dasar-Dasar Kewirausahaan*" (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2019).
- Arifin Johor, dkk, "*Aplikasi Excel dalam Bisnis Perbankan Terapan*", (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2006).
- Fauziah Alya, dkk, *Modul Statistika Ii 2013* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013).
- Farida Kiki, Yuda, "*Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Situs Online Shop*", (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022).
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Muhivarite Dengan Program SPSS*, (Semarang: Diponegoro, 2006).
- Ginting Ananta S., "*Not Just A Smile*", (Jakarta: PT. Gramedia, 2014).
- Gautama Budi and Hardana Ali, "*Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*" (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021).
- Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004).
- Irham Fahmi Irham, "*Etika Bisnis Teori, Kasus dan Solusi*", (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Iska dan Nengsih. "*Manajemen Lembaga Keuangan Syariah. Non Bank: Teori, Praktek Dan Regulasi*", (Padang: Jasa Surya. 2016).

- Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta: Kencana, 2005).
- Kotler Philip, Armstrong Gary, "*Prinsip-prinsip Pemasaran*", (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Kotler, Amstrong, "*Prinsip-prinsip pemasaran*", Jilid 1 Edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2001).
- Madani, "*Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*", (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015).
- Matondang Zulaika, Fadlilah Hamni, "*Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021).
- Mico Satra, "*Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Perspektif Manajemen Pemasaran*", (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2019).
- Narbuko Cholid , Abu Achmadi, "*Metodologi Penelitian*", (Jakarta, Bumi Aksara, 2018).
- Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor :Ghalia Indonesia 2014).
- Nitisusastro Mulyadi, "*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*", (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Noor Juliansyah, "*Kupas Tuntas Data penelitian SPSS 22*", (Jakarta:PT Elev Media Komputido, 2014).
- Prasetijo Ristiyanti, Jhon J.O.I Ihalauw, "*Perilaku Konsumen*", (Yogyakarta: Andi Offset, 2005).
- Pratomo Wahyu Ario, dkk, "*Data Kependudukan dalam Pemenuhan Fasilitas Sosial dan Ekonomi*" (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2023).
- Priyanto Dwi, *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014).
- Ridwan Muhammad, "*Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*", (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2004).
- Rahmawati, "*Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing*" (Samarinda: CV. Budi Utama, 2022).
- Sari Febriana, "*Metode Dalam Pengambilan Keputusan*", (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015).

- Soemitra Andri, "*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*", Cetakan III, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009).
- Sudaryono, "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*", (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014).
- Sugiyono, "*Metode penelitian kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*", (Bandung, Alfabeta, 2013).
- Suma Muhammad Amin, "*Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*", (Jakarta: Kholam Publishing, 2008).
- Sumarni Murti, "*Manajemen Pemasaran Bank*", (Yogyakarta: Liberty, 2002).
- Siska Yuli Anita dkk, "*Prilaku Konsumen*", (Bandung: CV. Intelektual Manifes Media, 2023).
- Tarjo, "*Metode Penelitian Administrasi*", (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021).
- Tangkilisan Nogi Hessel S, "*Manajemen Publik*", (Jakarta: PT. Grasindo, 2005).
- Umar Husein, "*Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*", ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013).
- Widjajattmadja Dhody Ananta Rivaldi, "*Akad Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Dalam Bentuk Akta Otentik*", Edisi 1, (Malang: PT. Citra Intrans Selaras, 2019).
- Tangkilisan Nogi Hessel S, "*Manajemen Publik*", (Jakarta: PT. Grasindo, 2005).

### **Sumber Skripsi dan Jurnal**

- Akmal Mahyuddin, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Suryah Cabang Kudus*", Skripsi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, UIN Kudus 2017
- Aviza Chitra Dwiratih, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok*", Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Haidayatullah Jakarta 2016

- Budiyanto Ikhsan, *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Di BPRS BDS Yogyakarta”*, Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015.
- Khasanah Nurul, *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan Murabahah di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur”*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro 2019.
- Laili Rahmatul, *“Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta”*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta 2016.
- Nadira Rofika, Susianto, *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara”*, dalam Jurnal FEB, Vol. 1 No. 1.
- Riyanti Indah, *“Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Pembiayaan Murabahah di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan”*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Medan 2021.
- Thio S., *“Membangun Service Quality untuk mencapai Kepuasan Konsumen di Industri Hospitality”*, dalam Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.3, No.1

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Ririn Aulia Matondang  
NIM : 19 401 00066  
Tempat dan Tanggal Lahir : Medan, 14 November 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat Lengkap : Silayaang, Prov. Sumatera Barat  
E-mail : [ririnauliamtd14@gmail.com](mailto:ririnauliamtd14@gmail.com)

### **II. IDENTITAS ORANG TUA**

Nama Ayah : Habibullah Matondang  
Nama Ibu : Sakinah Pulungan  
Alamat Lengkap : Silayang, Prov. Sumatera Barat

### **III. RIWAYAT PENDIDIKAN**

TK : TK Al-Mukaromah Medan  
SD : SDN 060878 Medan  
SMP : SMP Muhammadiyah 07 Medan  
SMA : MA Subulussalam Kota Nopan

Batusangkar, Juni 2023

Kepada Yth,

Bapak/ Ibu

Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Dengan Hormat,

Dengan perantara surat ini, saya bermohon kepada Bapak/Ibu untuk mengisi angket penelitian saya yang berjudul: **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KJKS BMT AMPEK JURAI LANTAI BATU BATUSANGKAR.**

Untuk pengisian angket ini tidak akan mempengaruhi jawaban Bapak/Ibu, karena isi jawaban Bapak/Ibu bersifat rahasia dan hanya dipergunakan untuk penelitian saya.

Demikian surat permohonan ini saya ajukan atas perhatian Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

**RIRIN AULIA MATONDANG**

## **SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Muhammad Isa, ST., MM

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

**”FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA KJKS BMT AMPEK JURAI LANTAI BATU BATUSANGKAR”.**

Yang disusun oleh:

Nama: Ririn Aulia Matondang

Nim: 19 401 00066

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan: Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.

Dengan harapan masukan dan penelitian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

**Padangsidimpuan, Juni 2023**

**Validator**

**Muhammad Isa, ST., MM**  
**NIP.19800605 2011011 003**

## LEMBAR VALIDASI

### ANGKET LOKASI

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Akses	1, 2 dan 3			
Tempat Parkir yang aman	4, 5 dan 6			
Lingkungan	7, 8 dan 9			

Catatan:

**Padangsidempuan, Juni 2023**

**Validator**

**Muhammad Isa, ST., MM**  
**NIP.19800605 2011011 003**



## LEMBAR VALIDASI

### ANGKET PROMOSI

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Periklanan ( <i>Advertising</i> )	1, 2 dan 3			
Penjualan pribadi ( <i>Personal Selling</i> )	4, 5 dan 6			
Mulut ke mulut ( <i>Mouth to mouth</i> )	7, 8 dan 9			

Catatan:

Padangsidempuan, Juni 2023

Validator

**Muhammad Isa, ST., MM**  
**NIP.19800605 2011011 003**

## LEMBAR VALIDASI

### ANGKET PELAYANAN

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Kehandalan ( <i>Reability</i> )	1, 2 dan 3			
Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> )	4, 5 dan 6			
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	7, 8 dan 9			

Catatan:

**Padangsidempuan, Juni 2023**

**Validator**

**Muhammad Isa, ST., MM**  
**NIP.19800605 2011011 003**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET KEPUTUSAN NASABAH**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Pengenalan masalah	1 dan 2			
Pencarian informasi	3, 4 dan 5			
Evaluasi alternatif	6, 7 dan 8			
Keputusan nasabah	9 dan 10			

Catatan:

**Padangsidimpuan, Juni 2023**

**Validator**

**Muhammad Isa, ST., MM**  
**NIP.19800605 2011011 003**

## ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu  
BatuSangkar

Di- Tempat

*Assalamu 'alaikum, Wr.Wb.*

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan peneliti mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, dengan judul **“Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu BatuSangkar”**

Atas kesediaan Saudara/i meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Hormat saya,

Ririn Aulia Matondang

NIM. 19 401 00066

**ANGKET PENELITIAN**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH**  
**MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA KJKS BMT**  
**AMPEK JURAI LANTAI BATU BATUSANGKAR**

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

**II. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda *chek list* (✓) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3. Pertanyaan ini semata untuk tujuan penelitian.

### III. DAFTAR PERNYATAAN

#### A. Angket Variabel Independen ( $X_1$ ) Lokasi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	KJKS BMT Ampek Jurai berada di lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum.					
2.	Akses menuju ke KJKS BMT Ampek Jurai dapat menggunakan kendaraan pribadi.					
3.	Akses menuju KJKS BMT Ampek Jurai dapat ditempuh dalam waktu yang singkat.					
4.	KJKS BMT Ampek Jurai memiliki tempat parkir yang aman.					
5.	Tempat Parkir KJKS BMT Ampek Jurai sesuai pada tempatnya atau tertata rapi.					
6.	Tempat Parkir KJKS BMT Ampek Jurai dilengkapi dengan kamera CCTV					
7.	KJKS BMT Ampek Jurai berada di tempat yang lingkungannya aman.					
8.	KJKS BMT Ampek Jurai memiliki ruang tunggu yang nyaman.					
9.	KJKS BMT Ampek Jurai berada di lokasi yang bebas dari kemacetan lalu lintas.					

## B. Angket Variabel Independen (X<sub>2</sub>) Promosi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mudah menemukan informasi di brosur tentang KJKS BMT Ampek Jurai.					
2	Saya mudah memahami bahasa yang digunakan dalam brosur KJKS BMT Ampek Jurai.					
3.	Saya mendapatkan informasi tentang KJKS BMT Ampek Jurai melalui spanduk yang berada di tempat strategis.					
4.	Saya pernah diajak oleh pegawai KJKS BMT Ampek Jurai untuk menjadi nasabah mereka.					
5.	Saya mendapatkan informasi yang menarik tentang perusahaan ini dari penjelasan pegawainya.					
6.	Pegawai KJKS BMT Ampek Jurai menjelaskan kepada saya tentang kelebihan produk mereka.					
7.	Saya sering mendengar orang lain membicarakan sisi baik KJKS BMT Ampek Jurai.					
8.	Saya memperoleh informasi tentang KJKS BMT Ampek Jurai.					
9.	Saya senang mendengar pembicaraan orang lain seputar KJKS BMT Ampek Jurai.					

### C. Angket Variabel Independen (X<sub>3</sub>) Pelayanan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pegawai KJKS BMT Ampek Jurai menyelesaikan pelayanan tepat waktu.					
2	Pegawai KJKS BMT Ampek Jurai tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan.					
3	Pegawai KJKS BMT Ampek Jurai menggunakan bahasa yang baik dalam melayani nasabah.					
4.	Pegawai KJKS BMT Ampek Jurai berdiri menyambut nasabah yang melakukan transaksi dengan memberikan senyuman.					
5.	Pegawai KJKS BMT Ampek Jurai melakukan transaksi dengan cepat.					
6.	Pegawai KJKS BMT Ampek Jurai selalu cepat tanggap dalam membantu nasabah yang kesulitan dalam melakukan proses transaksi.					
7.	KJKS BMT Ampek Jurai memberi jaminan terhadap pelayanan nasabah yang aman, tepat, dan teliti.					
8.	KJKS BMT Ampek Jurai memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi.					
9.	Saya percaya bahwa semua produk KJKS BMT Ampek Jurai dikelola dengan jujur dan amanah					



**D. Angket Variabel Dependen (Y) Keputusan Nasabah**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memutuskan menjadi nasabah karena produk BMT sesuai kebutuhan.					
2	Saya menjadi nasabah karena produk BMT dapat membantu saya dalam masalah keuangan.					
3	Saya menjadi nasabah di BMT setelah teliti dalam mencari informasi.					
4.	Saya menjadi nasabah karena informasi yang diperoleh dari orang yang berpengalaman					
5.	Saya berusaha mengumpulkan informasi selengkapnya tentang KJKS BMT Ampek Jurai sebelum menjadi nasabahnya.					
6.	Saya menjadi nasabah di BMT setelah membandingkannya dengan lembaga lain.					
7.	Saya memutuskan menjadi nasabah setelah mempertimbangkan fasilitas yang dimiliki.					
8.	Saya memutuskan menjadi nasabah di BMT setelah mempelajari manfaatnya kepada saya sendiri.					
9.	Saya menjadi nasabah di BMT karena produk yang ditawarkan menarik.					
10.	Saya menjadi nasabah di BMT setelah melakukan pertimbangan yang matang..					

Batusangkar, 2023  
Responden

.....

### HASIL TABULASI DATA XI

No	XI.1	XI.2	XI.3	XI.4	XI.5	XI.6	XI.7	XI.8	XI.9	Total
1	5	5	4	4	4	5	4	4	5	40
2	5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	5	5	5	4	5	5	3	3	39
5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	41
6	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42
7	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
10	5	4	3	4	4	5	5	5	5	40
11	4	4	3	3	3	5	3	3	3	31
12	5	4	3	4	4	5	4	3	4	36
13	4	5	4	5	5	4	3	3	5	38
14	4	5	3	4	4	4	3	3	5	35
15	5	5	3	5	3	4	4	3	4	36
16	5	4	5	4	4	5	5	4	3	39
17	5	4	4	5	3	5	5	4	3	38
18	4	5	5	4	4	4	3	3	4	36
19	4	5	3	5	3	5	4	4	5	38
20	4	5	5	4	5	4	3	3	5	38
21	5	4	3	5	4	5	5	3	5	39
22	5	5	5	4	3	4	5	4	4	39
23	5	5	4	5	4	5	5	4	3	40
24	5	4	4	4	3	5	4	4	4	37
25	4	5	3	5	3	4	3	4	3	34
26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
27	5	5	3	4	4	5	4	5	3	38
28	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
29	4	4	5	5	4	3	3	3	4	35
30	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
31	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
32	5	4	4	5	3	3	3	3	4	34
33	5	5	3	4	5	4	4	5	4	39
34	5	4	5	5	5	5	3	5	4	41
35	5	5	3	4	3	5	4	5	3	37
36	5	4	3	5	4	5	4	4	4	38
37	5	5	5	4	4	4	3	3	3	36
38	5	4	5	5	4	4	4	5	3	39
39	5	4	4	4	4	5	5	4	3	38
40	5	4	4	5	5	4	5	3	3	38
41	4	5	5	4	4	5	4	3	4	38
42	5	5	4	5	3	4	3	4	5	38

43	5	4	3	4	4	5	5	5	5	40
44	4	5	5	5	5	4	3	3	4	38
45	4	4	4	4	4	4	4	3	5	36
46	4	4	5	5	4	4	3	4	4	37
47	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
48	5	5	3	4	4	4	5	3	4	37
49	4	4	4	4	4	4	5	3	5	37
50	5	5	5	4	4	4	4	3	4	38
51	4	4	3	5	4	5	4	3	5	37
52	5	5	5	5	5	4	4	3	3	39
53	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
54	5	5	3	5	4	4	5	5	3	39
55	5	4	5	4	5	5	5	5	4	42
56	4	4	4	5	4	5	5	5	3	39
57	5	4	3	4	4	4	4	4	5	37
58	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
59	4	4	4	5	5	5	4	4	5	40
60	4	5	3	5	4	5	4	3	4	37
61	5	5	4	5	4	5	4	4	5	41
62	5	5	4	5	5	4	3	5	4	40
63	4	5	4	4	5	5	4	3	4	38
64	5	4	4	5	5	4	4	4	4	39
65	4	5	4	4	4	5	4	3	3	36
66	4	4	3	5	4	5	5	4	3	37
67	5	5	3	4	3	4	4	4	5	37
68	5	5	5	5	3	5	3	3	4	38
69	5	4	4	4	3	4	5	4	4	37
70	5	5	3	5	3	5	5	3	3	37
71	5	4	5	4	3	4	5	4	4	38
72	5	5	4	4	4	4	5	4	5	40
73	4	4	5	4	3	4	5	4	4	37
74	5	5	5	4	3	5	4	4	3	38
75	4	4	4	5	4	5	3	5	4	38
76	5	5	5	4	3	4	4	3	4	37
77	4	4	5	4	3	5	3	4	5	37
78	4	5	5	4	3	4	4	4	4	37
79	5	4	4	5	3	5	5	4	3	38
80	4	4	5	5	3	4	4	5	4	38
81	4	5	3	5	4	4	4	5	3	37
82	4	5	3	4	3	5	4	5	5	38
83	5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
85	4	5	5	5	4	5	5	3	3	39
86	5	5	5	5	4	5	5	3	4	41
87	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42

88	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
90	5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
91	5	4	3	4	4	5	5	5	5	40

### HASIL TABULASI DATA X2

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
1	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40
2	4	3	4	5	5	5	4	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	37
5	5	3	3	4	5	4	4	5	4	37
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
9	5	4	3	5	5	5	5	4	5	41
10	4	3	4	4	3	5	4	5	5	37
11	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
12	3	3	3	4	4	3	3	4	3	30
13	4	4	3	4	4	3	3	4	3	32
14	3	3	4	4	3	3	3	3	4	30
15	4	3	2	4	4	4	3	3	4	31
16	3	4	3	4	4	4	4	5	5	36
17	4	2	4	4	4	4	4	3	4	33
18	5	3	4	5	3	3	5	4	3	35
19	3	4	3	5	3	3	5	5	4	35
20	5	3	2	5	4	4	5	4	3	35
21	4	3	3	5	4	3	3	4	4	33
22	4	2	3	5	3	3	4	5	3	32
23	5	3	3	4	4	4	3	4	4	34
24	3	2	3	4	3	3	4	4	3	29
25	4	4	3	4	2	5	3	5	5	35
26	5	3	3	4	3	5	4	4	5	36
27	4	4	3	5	4	4	3	4	5	36
28	3	2	3	5	4	5	3	3	5	33
29	5	5	3	4	4	5	4	4	5	39
30	5	4	3	4	3	5	3	3	5	35
31	3	5	3	4	4	5	5	4	5	38
32	4	2	3	4	3	5	5	5	5	36
33	4	3	2	4	4	5	5	5	5	37
34	5	5	3	3	2	5	3	4	4	34
35	3	3	3	3	4	4	4	3	4	31
36	5	2	3	3	2	4	3	4	4	30
37	5	2	2	4	4	4	5	3	4	33

38	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33
39	5	3	2	3	3	3	4	4	3	30
40	3	4	3	4	4	3	5	5	4	35
41	5	5	3	3	4	4	3	3	3	33
42	4	3	3	4	3	3	3	5	3	31
43	3	4	3	3	4	4	3	3	3	30
44	5	2	4	4	3	3	5	4	3	33
45	3	4	3	3	4	3	3	5	5	33
46	5	3	4	4	3	3	5	5	5	37
47	3	2	4	3	4	4	4	4	5	33
48	5	4	4	4	2	3	5	5	5	37
49	3	4	3	3	4	3	4	5	4	33
50	5	3	2	3	4	3	5	5	3	33
51	3	2	3	4	3	4	4	5	3	31
52	5	3	4	5	4	4	4	5	4	38
53	4	4	3	5	4	4	4	5	4	37
54	3	4	2	5	3	4	4	5	4	34
55	5	3	3	3	4	4	3	4	5	34
56	5	4	3	4	4	3	3	4	5	35
57	5	3	4	3	4	4	4	5	3	35
58	5	3	4	4	3	5	3	4	3	34
59	5	4	3	4	3	3	4	4	4	34
60	5	2	3	3	3	4	3	4	3	30
61	5	3	4	4	4	5	4	4	3	36
62	5	4	2	3	3	5	4	4	4	34
63	5	2	3	5	4	5	3	3	3	33
64	3	3	2	4	3	5	5	3	4	32
65	5	4	4	4	4	4	3	5	3	36
66	3	4	3	5	4	5	5	5	4	38
67	3	2	3	3	4	5	5	4	3	32
68	4	3	3	3	3	4	5	5	3	33
69	4	3	3	3	4	5	4	4	4	34
70	3	5	3	4	4	3	3	4	3	32
71	4	3	3	3	3	4	5	5	3	33
72	3	4	3	4	4	5	3	4	3	33
73	5	4	3	5	3	3	4	5	4	36
74	3	3	3	4	3	5	3	3	5	32
75	5	3	3	3	4	5	3	3	4	33
76	3	3	4	3	2	4	4	3	5	31
77	3	3	3	3	4	3	4	5	4	32
78	5	5	3	3	3	5	4	4	5	37
79	4	3	4	3	4	3	3	3	4	31
80	4	4	2	4	3	4	4	5	5	35
81	3	4	3	5	4	4	4	5	4	36
82	4	3	4	4	4	4	5	5	5	38
83	4	4	4	3	5	5	4	5	5	39

84	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
85	4	3	3	4	4	5	5	5	4	37
86	5	3	3	4	5	4	4	5	4	37
87	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
89	4	2	4	5	5	5	5	5	5	40
90	5	3	3	5	5	5	5	4	5	40
91	4	3	4	4	3	5	4	5	5	37

### HASIL TABULASI DATA X3

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	Total
1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
7	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
8	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
9	5	3	5	4	5	4	5	5	5	41
10	4	3	4	4	4	4	4	4	5	36
11	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
12	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
13	4	3	4	3	4	4	3	4	4	33
14	4	3	4	4	3	4	4	4	5	35
15	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
16	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
17	3	3	5	5	4	5	4	5	5	39
18	3	4	5	5	3	5	4	4	5	38
19	3	3	5	5	3	5	5	4	5	38
20	4	3	5	5	4	5	4	4	5	39
21	3	3	5	5	4	3	3	4	5	35
22	4	2	5	5	3	4	4	4	5	36
23	3	4	5	5	4	5	3	4	5	38
24	3	4	4	4	3	5	4	5	5	37
25	4	3	4	3	2	5	3	5	4	33
26	4	4	4	4	3	4	3	5	4	35
27	4	3	4	3	4	5	3	5	4	35
28	4	3	4	4	4	3	3	5	4	34
29	3	3	4	3	4	4	3	5	4	33

30	4	2	5	5	3	4	4	5	5	37
31	3	3	5	3	4	5	5	5	5	38
32	4	3	5	5	3	3	4	5	5	37
33	2	2	4	3	4	4	4	5	4	32
34	4	3	5	5	2	4	5	5	4	37
35	3	2	4	3	4	5	5	5	4	35
36	4	3	5	5	2	3	5	4	5	36
37	4	3	4	3	4	5	5	5	4	37
38	3	4	5	5	4	3	5	4	4	37
39	3	3	4	3	3	5	5	5	5	36
40	4	3	5	4	4	5	3	4	4	36
41	3	4	4	3	4	4	4	5	4	35
42	4	3	5	3	3	4	3	5	4	34
43	3	3	4	5	4	3	4	4	4	34
44	3	4	4	3	3	4	3	4	5	33
45	3	4	3	5	4	4	4	4	4	35
46	3	4	4	3	3	4	3	4	5	33
47	3	3	4	4	4	3	5	5	4	35
48	4	4	3	3	2	4	5	4	3	32
49	4	2	3	3	4	3	4	4	4	31
50	4	3	3	4	4	4	3	5	4	34
51	3	3	4	3	3	3	5	4	4	32
52	4	3	4	4	4	4	3	5	3	34
53	3	4	3	3	4	5	4	4	4	34
54	4	3	3	4	3	3	3	5	5	33
55	3	4	3	3	4	5	4	4	5	35
56	4	3	3	2	4	3	3	5	4	31
57	2	3	4	5	4	4	4	4	3	33
58	4	4	3	4	3	4	3	5	4	34
59	4	2	4	3	3	4	4	4	4	32
60	4	4	3	4	3	4	3	5	4	34
61	3	3	4	3	4	4	4	4	5	34
62	4	3	3	4	3	5	5	5	3	35
63	4	3	4	4	4	5	3	5	5	37
64	4	3	3	4	3	3	4	4	3	31
65	4	4	4	4	4	3	4	5	5	37
66	3	2	3	3	4	3	5	4	3	30
67	3	4	4	3	4	3	3	5	5	34
68	4	3	5	4	3	5	5	4	3	36
69	3	2	4	4	4	5	5	5	4	36
70	4	4	3	4	4	4	4	5	4	36

71	4	4	4	5	3	5	3	4	3	35
72	3	3	3	4	4	4	5	5	5	36
73	2	3	5	3	3	4	3	4	5	32
74	4	3	3	5	3	4	5	4	3	34
75	3	3	4	3	4	4	5	5	4	35
76	4	4	3	5	2	5	5	4	3	35
77	3	3	4	4	4	4	4	5	4	35
78	4	4	3	3	3	5	3	4	3	32
79	4	3	4	4	4	4	4	5	4	36
80	4	3	3	3	3	4	4	4	4	32
81	3	3	4	4	4	4	3	5	3	33
82	4	5	3	3	5	3	5	4	3	35
83	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43
84	5	4	3	4	5	5	5	5	5	41
85	4	4	5	5	5	4	4	4	5	40
86	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
87	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
88	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
89	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
90	5	3	5	4	5	4	5	5	5	41
91	4	3	4	4	4	4	4	4	5	36

### HASIL TABULASI DATA Y

No	Y.1	Y2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total
1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
2	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	44
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
8	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	44
11	5	4	3	3	4	3	3	5	3	4	37
12	5	4	3	4	3	4	4	5	3	4	39
13	5	4	3	3	4	5	3	5	4	4	40
14	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	43
15	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	38



16	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	39
17	5	4	4	3	3	4	5	4	3	4	39
18	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
19	5	4	4	3	4	4	3	5	3	4	39
20	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
21	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	39
22	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	38
23	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	38
24	5	4	3	3	5	3	4	4	5	5	41
25	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	40
26	5	4	4	3	4	5	3	4	4	5	41
27	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	45
28	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	43
29	5	4	3	3	5	3	3	4	5	5	40
30	5	4	3	4	3	4	5	4	4	5	41
31	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	45
32	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	44
33	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	46
34	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	43
35	5	5	5	3	5	3	4	4	5	4	43
36	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	42
37	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	43
38	4	5	5	3	4	5	3	5	4	4	42
39	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	43
40	4	5	5	3	3	3	4	5	5	4	41
41	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	41
42	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	42
43	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
44	4	5	4	3	3	3	4	5	5	4	40
45	5	5	3	2	5	4	5	5	4	5	43
46	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	42
47	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	44
48	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	45
49	5	5	4	3	5	5	5	4	5	4	45
50	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45
51	4	5	5	3	5	5	4	4	3	4	42
52	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	40
53	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	38
54	5	4	5	3	4	5	3	5	4	5	43
55	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
56	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	42
57	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	41

58	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	43
59	5	4	4	3	3	5	5	4	3	4	40
60	5	4	3	4	3	4	3	5	4	5	40
61	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
62	5	5	3	4	3	4	3	5	4	5	41
63	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	43
64	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	42
65	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	43
66	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	41
67	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	46
68	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	41
69	4	5	4	3	4	5	3	5	4	4	41
70	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	42
71	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
72	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	39
73	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	41
74	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
75	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	42
76	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	38
77	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	45
78	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	42
79	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
80	5	5	5	2	3	5	3	4	5	4	41
81	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	42
82	5	4	5	5	5	3	4	5	5	4	45
83	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	46
84	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
85	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	44
86	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
87	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
88	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	47
89	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
90	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
91	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	44

## 1. Uji Validitas

### Correlations

	VAR0 0001	VAR 0000 2	VAR 0000 3	VAR 0000 4	VAR 0000 5	VA R00 006	VAR0 0007	VAR00 008	VAR0 0009	TOTAL
X1.1 Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	1    91	.129  .223 91	.034  .750 91	.035  .739 91	.026  .806 91	.155  .143 91	.415**  .000 91	.230*  .029 91	.041  .700 91	.479**  .000 91
X1.2 Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.129  .223 91	1  .216 91	.131  .471 91	.077  .635 91	.050  .465 91	.078  .831 91	.023  .493 91	-.073  .626 91	.052  .949 91	.307**  .003 91
X1.3 Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.034  .750 91	.131  .216 91	1  .459 91	.079  .130 91	.160  .694 91	-. .042 91	.066  .532 91	-.036  .734 91	-.007  .949 91	.412**  .000 91
X1.4 Pears on Corre lation	.035	.077	.079	1	.191	.050	.045	.027	-.124	.297**

	Sig. (2- tailed ) N	.739 91	.471 91	.459 91		.070 91	.640 91	.672 91	.803 91	.242 91	.004 91
X1.5	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.026 91	.050 91	.160 91	.191 91	1 91	.040 91	.030 91	.100 91	.189 91	.469** 91
	Sig. (2- tailed ) N	.806 91	.635 91	.130 91	.070 91		.707 91	.774 91	.346 91	.073 91	.000 91
X1.6	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.155 91	.078 91	-.042 91	.050 91	.040 91	1 91	.416** 91	.220* 91	.028 91	.463** 91
	Sig. (2- tailed ) N	.143 91	.465 91	.694 91	.640 91	.707 91		.000 91	.036 91	.789 91	.000 91
X1.7	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	.415** 91	.023 91	.066 91	.045 91	.030 91	.416** 91	1 91	.234* 91	-.001 91	.579** 91
	Sig. (2- tailed ) N	.000 91	.831 91	.532 91	.672 91	.774 91	.000 91		.025 91	.989 91	.000 91
X1.8	Pears on Corre lation	.230* 91	-.073 91	-.036 91	.027 91	.100 91	.220* 91	.234* 91	1 91	.106 91	.499** 91

	Sig. (2- tailed )	.029	.493	.734	.803	.346	.036	.025		.318	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.9	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed )	.041	.052	-.007	-.124	.189	.028	-.001	.106	1	.375**
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed )	.479**	.307*	.412*	.297*	.469*	.463**	.579**	.499**	.375**	1
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

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

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

#### Correlations

	VAR 0001	VAR 0001	VAR 0001	VAR 0001	VAR 0001	VAR 0001	VAR 0001	VAR 0001	VAR 0001	VAR 0001	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
VAR 0001 1	Pearson Correlatio n	1	.002	.110	.044	.025	.118	.036	.000	.003	.339**
	Sig. (2- tailed)		.984	.300	.679	.813	.267	.732	.997	.980	.001
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
VAR 0001 2	Pearson Correlatio n	.002	1	.012	.019	.069	.014	-.096	.113	.194	.341**

	Sig. (2-tailed)	.984		.908	.855	.515	.895	.365	.286	.066	.001
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
VAR 0001	Pearson Correlation 3	.110	.012	1	.131	.190	.041	.090	.142	.197	.430**
	Sig. (2-tailed)	.300	.908		.215	.071	.703	.396	.180	.061	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
VAR 0001	Pearson Correlation 4	.044	.019	.131	1	.251*	.103	.236*	.228*	.179	.511**
	Sig. (2-tailed)	.679	.855	.215		.016	.330	.025	.030	.089	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
VAR 0001	Pearson Correlation 5	.025	.069	.190	.251*	1	.186	.167	.096	.135	.498**
	Sig. (2-tailed)	.813	.515	.071	.016		.078	.114	.364	.200	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
VAR 0001	Pearson Correlation 6	.118	.014	.041	.103	.186	1	.128	-.067	.361**	.464**
	Sig. (2-tailed)	.267	.895	.703	.330	.078		.227	.529	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
VAR 0001	Pearson Correlation 7	.036	-.096	.090	.236*	.167	.128	1	.433**	.181	.518**
	Sig. (2-tailed)	.732	.365	.396	.025	.114	.227		.000	.086	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
VAR 0001	Pearson Correlation 8	.000	.113	.142	.228*	.096	-.067	.433**	1	.136	.488**
	Sig. (2-tailed)	.997	.286	.180	.030	.364	.529	.000		.199	.000











TOT	Pearson											
AL	Correlatio	.301	.508*	.616*	.541*	.224*	.375*	.596*	.239	.607*	.585*	1
	n	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.033	.000	.000	.023	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

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

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

## 2. Uji Reabilitas

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	91	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.647	9

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	91	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	9

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	91	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.649	9

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	91	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	10

### 3. Uji Statistik Deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi	91	31.00	45.00	38.6044	2.55551
Promosi	91	29.00	45.00	34.8022	3.17707
Pelayanan	91	30.00	45.00	35.9341	3.32266
Keputusan Nasabah	91	37.00	50.00	42.5275	2.99385
Valid N (listwise)	91				

### 4. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.34915100
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.036
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

```
NONPAR CORR
/VARIABLES=X1 X2 X3 RES_1
/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

## 5. Uji Heteroskedastisitas

### Nonparametric Correlations

			Correlations			
			Lokasi	Promo si	Pelayan an	Unstandar dized Residual
Spearman's rho	Lokasi	Correlation Coefficient	1.000	.433**	.418**	-.024
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.818
		N	91	91	91	91
	Promosi	Correlation Coefficient	.433**	1.000	.289**	-.025
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.005	.813
		N	91	91	91	91
	Pelayanan	Correlation Coefficient	.418**	.289**	1.000	-.042
		Sig. (2-tailed)	.000	.005	.	.692
		N	91	91	91	91
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	-.024	-.025	-.042	1.000
		Sig. (2-tailed)	.818	.813	.692	.
		N	91	91	91	91

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

DESCRIPTIVES VARIABLES=X1 X2 X3 Y  
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

## 6. Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.050	3.926		4.088	.000		
	Lokasi	.200	.130	.171	2.540	.000	.574	1.741
	Promosi	.262	.098	.278	2.668	.001	.654	1.530
	Pelayanan	.268	.095	.298	2.831	.005	.640	1.564

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

## 7. Uji Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.050	3.926		4.088	.000
	Lokasi	.200	.130	.171	2.540	.000
	Promosi	.262	.098	.278	2.668	.001
	Pelayanan	.268	.095	.298	2.831	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

## 8. Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.050	3.926		4.088	.000
	Lokasi	.200	.130	.171	2.540	.000
	Promosi	.262	.098	.278	2.668	.001
	Pelayanan	.268	.095	.298	2.831	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

## 9. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310.015	3	103.338	18.102	.000 <sup>b</sup>
	Residual	496.666	87	5.709		
	Total	806.681	90			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Lokasi

## 10. Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 <sup>a</sup>	.384	.363	2.38931

## DOKUMENTASI







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 3197 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2022  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

21 Desember 2022

Yth. Bapak;

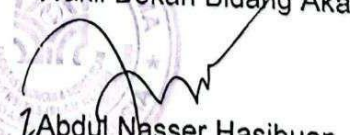
1. Muhammad Isa : Pembimbing I
2. Samsuddin Muhammad : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Ririn Aulia Matondang  
NIM : 1940100066  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Sangkar.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidernpuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 3596 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/05/2023  
Hal : Mohon Izin Riset

30 Mei 2023

**Yth. Kepala BMT Ampek Jurai Lantai Batu Sangkar**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

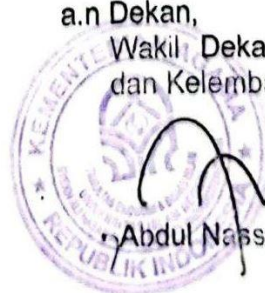
Nama : Ririn Aulia Matondang  
NIM : 1940100066  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Sangkar".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

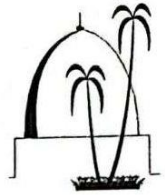
a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan



Abdul Nasser Hasibuan



**KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH ( KJKS )**  
**BMT AMPEK JURAI**  
**MASJID RAYA LANTAI BATU**  
BADAN HUKUM NO. 96/BH/KPT-TD/KOP/III/2010 TANGGAL 19 MARET 2010  
Batusangkar Telp. 0752-574883



Nomor : 03 / BMT-AJ/06/2023

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

*Assalamu`alaikum Warohmatullah wabarokatuh.*

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama / NIM : **RIRIN AULIA MATONDANG / 1940100066**  
Tempat/Tgl.Lahir : Medan, 14 November 2001  
Pekerjaan : Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan  
Alamat : Jorong Silayang, Kec. Ranah Batahan, Kab. Pasaman Barat, Prov.  
Sumatera Barat  
Kartu identitas : KTP. 1271205411010003  
Maksud dan obyek : Izin penelitian untuk penulisan Skripsi  
Judul : **Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah  
Menggunakan Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT  
Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar.**  
Waktu : Juni 2023

Telah melakukan penelitian pada KJKS BMT Ampek Jurai Masjid Raya Lantai Batu.

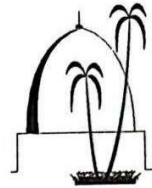
Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana semestinya. Atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

*Wasalamu`alakum Warohmatullahio Wabarokatuh.*

Batusangkar, Juni 2023  
KJKS BMT Ampek Jurai Masjid Raya  
  
**Liza Hariulita**  
Manager



KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH ( KJKS )  
**BMT AMPEK JURAI**  
MASJID RAYA LANTAI BATU  
BADAN HUKUM NO. 96/BH/KPT-TD/KOP/III/2010 TANGGAL 19 MARET 2010  
Batusangkar Telp. 0752-574883



**SURAT KETERANGAN /REKOMENDASI**

Nomor : 03 /BMT-AJ/06/2023

Berdasarkan surat dari Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nomor: 3596/Un.28/G.1/G.4c./TL.00/05/2023, tanggal 30 Mei 2023 perihal surat Mohon Izin Penelitian setelah kami pelajari kami atas nama KJKS BMT Ampek Jurai menyatakan tidak keberatan atas penelitian yang dilakukan oleh:

Nama / NIM : **RIRIN AULIA MATONDANG/1940100066**  
Tempat/Tgl.Lahir : Medan ,14 November 2001  
Pekerjaan : Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan  
Alamat : Jorong Silayang, Kec. Ranah Batahan, Kab. Pasaman Barat, Prov. Sumatera Barat

Kartu identitas : KTP.1271205411010003  
Maksud dan obyek : Izin penelitian untuk penulisan Skripsi  
Judul : **Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar**

Waktu : Juni 2023

Dengan ketentuan sabagai berikut :

1. Kegiatan tidak boleh menyimpang dari obyek yang bersangkutan di atas
  2. Memberitahukan kedatangan serta maksud penelitian yang akan dilaksanakan dengan menunjukan surat-surat keterangan yang berhubungan dengan penelitian kepada KJKS BMT Ampek Jurai
  3. Dalam melaksanakan penelitian agar dapat berkoordinasi dengan instansi terkait
  4. Mematuhi semua peraturan yang berlaku di KJKS BMT Ampek Jurai
  5. Bila terjadi penyimpangan/pelangaran terhadap ketentuan-ketentuan tersebut diatas maka surat keterangan/rekomendasi ini akan **dicabut** kembali
  6. Melaporkan hasil penelitian kepada KJKS BMT Ampek Jurai
- Demikian surat keterangan/ rekomendasi ini dikeluarkan untuk dipelukan seperlunya.

Batusangkar, Juni 2023  
KJKS BMT Ampek Jurai  
**Diza Harjulita**  
Manager