

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN
KREDIT USAHA RAKYAT (KUR)**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi dalam Bidang
Perbankan Syariah*

Oleh

RINA WAHYUNI

NIM. 20 401 00161

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN
KREDIT USAHA RAKYAT (KUR)**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi dalam Bidang
Perbankan Syariah*

Oleh

RINA WAHYUNI

NIM. 20 401 00161

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN
KREDIT USAHA RAKYAT (KUR)**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

RINA WAHYUNI

NIM. 20 401 00161

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Samsuddin Muhammad, M.Si
NIP. 19861205 202012 1 007

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

Hal: Skripsi
An. Rina Wahyuni

Padangsidempuan, 16 Juni 2025

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
Di-Padangsidempuan

Assalāmu 'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Rina Wahyuni yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)”**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut dapat menjalani sidang munaqosyah untuk mempertanggung jawabkan skripsi ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalāmu 'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 2011011 005

PEMBIMBING II



Samsuddin Muhammad, M.Si.
NIP. 19861205 202012 1 007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **Rina Wahyuni**
NIM : **20 401 00161**
Fakultas/Prodi : **Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)**

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 2023.

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 3 tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 16 Juni 2025
Saya yang Menyatakan,




Rina wahyuni
NIM. 20 401 00161

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Rina Wahyuni
NIM : 20 401 00161
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-ekslusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-ekslusif 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 : 16 Juni 2025
Yang menyatakan,



10000
Rp
METERAI
TEMPEL
F68AMX348165178

Rina Wahyuni
NIM.20 401 0010161



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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Rina Wahyuni
NIM : 20 401 00161
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Ketua

Dra. Hj. Replita, M. Si.
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Annida Karima Sovia, M.M.
NIDN. 2019129401

Anggota

Dra. Hj. Replita, M. Si.
NIDN. 2026056902

Annida Karima Sovia, M.M.
NIDN. 2019129401

Samsuddin Muhammad, M.Si.
NIDN. 0105128603

Damri Batubara, M.A.
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin/ 23 Juni 2025
Pukul : 08.15 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 73,75 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,60
Predikat : Pujian



**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

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)
Nama : Rina Wahyuni
NIM : 20 401 00161
Tanggal Yudisium : 2025
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,60
Predikat : Pujian

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

Padangsidempuan, Juni 2025

Dekan,



[Signature]
Prof. Dr. Darwis Harahap, S. HI., M. Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Rina Wahyuni
NIM : 2040100161
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan Kredit Usaha rakyat (KUR)

Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan salah satu program pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah untuk mendukung permodalan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa masih terdapat kendala dalam pelaksanaannya, seperti kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk KUR, promosi yang belum optimal, serta tingkat kepercayaan yang rendah terhadap lembaga perbankan syariah. Akibatnya, sebagian pelaku usaha lebih memilih lembaga non-bank, seperti rentenir atau koperasi, meskipun dengan biaya yang lebih tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Padangsidimpuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 71 responden nasabah pembiayaan KUR, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara, dokumentasi, lalu dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode PLS-SEM dengan beberapa teknik analisis, yaitu *outer model*, validitas konvergen, validitas diskriminan, uji reliabilitas, *inner model*, *R-Square*, *F-Square*, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR, sedangkan promosi tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan kepercayaan merupakan faktor kunci dalam membangun keputusan nasabah untuk memilih pembiayaan KUR melalui lembaga keuangan syariah.

Kata Kunci: Pembiayaan, Pelayanan, Promosi, Kepercayaan, Keputusan

ABSTRACT

Name : Rina Wahyuni

Reg. Number : 2040100161

Thesis Title : The Influence of Service Quality, Promotion and Trust on Customers' Decisions to Financing People's Business Loans

People's Business Credit (KUR) is one of the financing programs provided by the government to support the capital of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, the results of observations show that there are still obstacles in its implementation, such as a lack of public understanding of KUR products, suboptimal promotions, and low levels of trust in Islamic banking institutions. As a result, some business actors prefer non-bank institutions, such as loan sharks or cooperatives, even with higher costs. This study aims to analyze the influence of service quality, promotion, and trust on customer decisions in financing KUR at Bank Syariah Indonesia (BSI) Padangsidempuan Branch Office. This study uses a quantitative approach with a survey method of 71 KUR financing customer respondents, who were selected using *the purposive sampling* technique. This research was collected through questionnaires and interviews, documentation, and then analyzed using *the Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) method. The data obtained were analyzed using the PLS-SEM method with several analysis techniques, namely *outer model*, convergent validity, discriminant validity, reliability test, *inner model*, R-Square, F-Square, and hypothesis test. The results of the study showed that service quality and trust had a significant effect on customers' decisions in financing KUR, while promotions did not have a significant influence. The results of the study show that service and trust are key factors in building customer decisions to choose KUR financing through Islamic financial institutions.

Keywords: Financing, Service, Promotion, Trust, Decision

ملخص البحث

الاسم :رينا وحيوني
رقم التسجيل ٢٠٤٠١٠٠١٦١
عنوان البحث :تأثير جودة الخدمة والترويج والثقة على قرارات العملاء للقيام بالتمويل الائتماني للأعمال التجارية الشعبية

يعتبر ائتمان العمل للأشخاص أحد برامج التمويل التي تقدمها الحكومة لدعم رأس مال المؤسسات الصغيرة والصغيرة والمتوسطة. ومع ذلك ، تشير الملاحظات إلى أنه لا تزال هناك عقبات في تنفيذها ، مثل عدم فهم المجتمع لمنتجات الائتمان التجارية للأفراد ، والترقيات التي ليست مثالية ، ومستويات ثقة منخفضة في المؤسسات المصرفية الإسلامية. ونتيجة لذلك ، يفضل بعض الجهات الفاعلة التجارية المؤسسات غير المصرفية ، مثل أموال أو تعاونيات ، حتى مع ارتفاع التكاليف. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير جودة الخدمة ، والترويج ، والثقة في قرارات العملاء في تمويل القروض التجارية للأفراد في البنك الإسلامي الإندونيسي التابع لمكتب فرع بادانجسيدويوان. تستخدم هذه الدراسة نهجًا كمياً مع طريقة مسح لـ ٧١ من المبحرين لتمويل الائتمان التجاري للأفراد ، والذي يتم اختياره باستخدام تقنية أخذ العينات الهادفة. تم جمع هذه الدراسة من خلال الاستبيانات والمقابلات ، والوثائق ، ثم تم تحليلها باستخدام نموذج المعادلة الهيكلية -طريقة مربعة أقل. تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام طريقة جزئية أقل مربعاً مع العديد من التقنيات التحليلية ، وهي النموذج الخارجي ، والصلاحيات المتقاربة ، وصلاحيات التمييز ، واختبار الموثوقية ، والنموذج الداخلي ، والمربع المتزامن ، واختبار الفرضية ، واختبار الفرضية. أظهرت النتائج أن جودة الخدمة والثقة كان لها تأثير كبير على قرارات العملاء في تمويل كور ، في حين أن العروض الترويجية لم يكن لها تأثير كبير. أظهرت النتائج أن الخدمة والثقة كانا عاملين رئيسيين في بناء قرارات العملاء لاختيار تمويل كور من خلال المؤسسات المالية الإسلامية.

الكلمات الرئيسية: التمويل، الخدمات، الترويج، الثقة، القرار

KATA PENGANTAR



Assalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

Alhamdulillah, puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada insan mulia, Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan pembiayaan kredit Usaha Rakyat (KUR)”**. Skripsi ini ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada bidang Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan jauh dari kesempurnaan. Tanpa bantuan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan,

serta Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Abdul Nasser Hasibuan, 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 Kerja sama.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, serta seluruh civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M., selaku Pembimbing I, dan Samsuddin Muhammad, M.Si., selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta, Johar Les Simamora, dan Ibunda tercinta, Roida Marbun, cinta pertama yang tidak tergantikan. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas setiap doa yang tidak pernah terputus, bimbingan penuh kasih sayang, serta pengorbanan tanpa batas yang telah diberikan sepanjang hidup peneliti. Setiap langkah dalam menyelesaikan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa doa-doa tulus, dukungan tanpa pamrih, dan usaha tanpa mengenal lelah dari Ayah dan Ibu. Semoga Allah SWT membalas seluruh pengorbanan Ayah dan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda, umur yang diberkahi, kesehatan yang tiada henti, dan tempat terbaik di surga-Nya, Surga Firdaus. Segala pencapaian peneliti adalah bukti nyata dari cinta dan perjuangan Ayah dan Ibu. Terima kasih atas segalanya.
8. Terimakasih kepada Kakek tercinta Sumindar Marbun Dan Nenek Tersayang Mardina Manullang yang telah menjaga dan merawat saya dari kecil hingga sekarang ini, Semoga ALLAH SWT membalas segala Pengorbanan dan kasih sayang kakek dan nenek berikan kepada saya, semoga kakek dan nenek

sehat selalu diberi umur yang berkah dan diberikan rezeki yang lancar, Tanpa doa dan bantuan kakek dan nenek mungkin saya tidak akan sampai di tahap skripsi ini.

9. Terima kasih kepada saudara-saudari peneliti, Sela Darmawati, Doni Saputra, Johansyah Panghiutan, Alisah Tiara dan Johannes Simamora, yang telah menjadi sumber motivasi, dukungan, dan semangat tanpa henti selama proses penyelesaian skripsi ini. Doa tulus peneliti senantiasa teriring agar keluarga besar peneliti senantiasa berada dalam naungan kasih sayang dan perlindungan Allah SWT.
10. Terima kasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan, Wandina Imani Harahap, Hardiani, Rosanna Nasution, Meilida Sari, Febriana Sari, Nina Sari, Sayyid Fadil, Usman, dan Dimas Ramadisya yang selalu mendukung dan menemani di setiap langkah, baik dalam suka maupun duka.
11. Terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat selama menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga kepada kerabat serta rekan-rekan Mahasiswa Perbankan Syariah 5 yang senantiasa memberikan inspirasi dan motivasi. Terkhusus kepada sahabat seperjuangan, Nita Hidayah dan Aisyah Putri, serta adik-adik kos pepadu, Putri Handayani Siregar dan Nurlela Rambe, terima kasih atas perhatian dan kebersamaan yang menjadi sumber kekuatan dalam perjalanan ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan dan bantuannya kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Peneliti juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan, dan pengalaman peneliti, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Wassalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

Padangsidempuan, Juni 2025

Peneliti

Rina Wahyuni
NIM. 20 401 00161

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 transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	‘a	‘	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	‘al	‘	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	s (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘ ‘	Apostrof

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *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 **Alif**. 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* adalah 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* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan 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 di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal 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 lazim dirangkaikan 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, di antaranya 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 di satukan 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 Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENGURUS SKRIPSI SENDIRI

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... iv

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ix

DAFTAR ISI..... xiv

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR GAMBAR..... xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 12

C. Batasan Masalah 13

D. Definisi Operasional Variabel 13

E. Perumusan Masalah 16

F. Tujuan Penelitian..... 17

G. Kegunaan Penelitian..... 17

BAB II LANDASAN TEORI 19

A. Kerangka Teori..... 19

1. Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR 19

a. Pengertian Keputusan Nasabah..... 19

b. Tahapan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR 20

c. Indikator Keputusan Nasabah 21

d. Pandangan Islam terhadap Pembiayaan KUR 22

2. Kualitas Pelayanan 23

a. Pengertian Kualitas Pelayanan..... 23

b. Indikator Kualitas Pelayanan 25

c. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan 27

d. Kualitas Pelayanan dalam Konteks Pembiayaan KUR..... 28

e. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam 29

3. Promosi..... 29

a. Pengertian Promosi 29

b. Fungsi Promosi 31

c. Indikator Promosi	31
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	32
e. Promosi Dalam Perspektif Islam	32
4. Kepercayaan	33
a. Pengertian Kepercayaan.....	33
b. Peran Kepercayaan dalam Lembaga Keuangan.....	36
c. Indikator Kepercayaan	37
d. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	38
e. Kepercayaan dalam Perspektif Islam.....	39
B. Penelitian Terdahulu	40
1. Hubungan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan KUR.....	40
2. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan KUR.....	41
3. Hubungan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan KUR.....	43
C. Kerangka Pikir.....	53
D. Hipotesis.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	55
B. Jenis penelitian.....	55
C. Populasi dan Sampel.....	56
1. Populasi	56
2. Sampel	56
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	58
1. Wawancara	59
2. Angket	59
3. Dokumentasi.....	61
E. Teknik Analisis Data.....	61
1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
a. Validitas Konvergen	62
b. Validitas Diskriminan	63
c. Uji Reliabilitas	63
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
a. R-Square	64
b. F-Square.....	64
3. Uji Hipotesis.....	65
a. <i>Path Coeffisien</i>	65
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	66
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	66
1. Sejarah Umum PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan	66
2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.....	67

a. Visi.....	67
b. Misi.....	67
3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.....	68
B. Deskripsi Data Penelitian.....	69
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	70
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
C. Analisis Data.....	71
1. Model Pengukuran (Outer Model)	71
a. Uji Validitas Konvergen	71
b. Uji Validitas Diskriminan.....	73
c. Uji Reliabilitas.....	74
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	75
a. <i>R- Square</i>	75
b. <i>F- Square</i>	76
3. Uji Hipotesis.....	77
a. <i>Path Coeffisien</i>	78
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	82
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR.....	82
3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	84
E. Keterbatasan Penelitian	87
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Implikasi Penelitian	89
C. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Jumlah Nasabah Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)	
Bank Syariah Indonesia	4
Tabel I. 2 Definisi Operasional Variabel	13
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel III. 1 Skala <i>Likert</i>	60
Tabel III. 2 Kisi-kisi Angket	60
Tabel IV. 1 Nilai AVE (<i>Average Variant Extracted</i>)	73
Tabel IV. 2 Nilai <i>Cross Loading</i>	73
Tabel IV. 3 <i>composite realibility</i> dan <i>Cronbach's alpha</i>	74
Tabel IV. 4 <i>R-Square</i>	75
Tabel IV. 5 Hasil <i>effect size</i>	76
Tabel IV. 6 Nilai <i>Path Coeffisien</i>	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pikir.....	53
Gambar IV. I Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.....	68
Gambar IV. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Gambar IV. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	70
Gambar IV. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar IV. 5 Nilai <i>Factor Loading</i>	71
Gambar IV. 6 Nilai <i>Factor Loading</i> (Modifikasi)	72
Gambar IV. 7 Nilai Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Angket Penelitian

Lampiran 3 Hasil Tabulasi Kualitas Pelayanan (X1)

Lampiran 4 Hasil Tabulasi Promosi (X2)

Lampiran 5 Hasil Tabulasi Kepercayaan (X3)

Lampiran 6 Hasil Tabulasi Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

Lampiran 7 Nilai *Factor Loading*

Lampiran 8 Nilai *Factor Loading* (Modifikasi)

Lampiran 9 Nilai AVE (*Average Variant Extracted*)

Lampiran 10 Nilai *Cross Loading*

Lampiran 11 *composite realibility* dan *Cronbach's alpha*

Lampiran 12 *R-Square*

Lampiran 13 *effect size*

Lampiran 14 Nilai Uji Hipotesis *Bootstrapping*

Lampiran 15 Nilai *Path Coeffisien*

Lampiran 16 Dokumentasi saat penyebaran Angket Penelitian

Lampiran 17 Surat Riset Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah Indonesia adalah perusahaan jasa yang perlu memberikan pelayanan terbaik untuk menarik nasabah. Jika nasabah tidak puas, mereka akan beralih ke pesaing lain, yang tentu saja merugikan perusahaan. Oleh karena itu, pelayanan yang baik sangat penting untuk kesuksesan perusahaan.¹

Permasalahan yang dihadapi perbankan syariah saat ini yaitu masih kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan produk keuangan syariah. Kurangnya minat masyarakat ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk keuangan syariah, ketersediaan produk, pemasaran dan komunikasi yang kurang efektif, rendahnya kualitas layanan dari bank syariah serta persepsi negatif dari masyarakat terhadap produk syariah.² Untuk menghindari permasalahan tersebut bank harus mulai melakukan strategi pemasaran yang baik. maka bank perlu melakukan riset pemasaran dan memiliki sistem informasi pemasaran yang baik.³

¹ Nur Azizah Lela Achmad ApriaNor Firdaus, Karlina, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Paser Tanah Grogot,” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan EkoNomi Syariah*, Volume 1, No. 4, 2023, hlm. 339–52.

² Lida Nurholida, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Citra Merek, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Syariah Indonesia Di Kota Pandeglang.” (Uin syarif Hidayatullah, 2024).

³ Abdul Nasser Hasibuan, “Strategi Pemasaran Produk Funding Di Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuan,” *Jurnal Mara*, Volume, 2, No. 1, 2018, hlm. 52.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah salah satu program pemerintah dalam meningkatkan akses pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan.⁴

Mekanisme KUR yang ada di bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional namun terdapat perbedaannya pada akadnya, BSI akadnya menggunakan sistem syariah dan penyalurannya hanya kepada nasabah yang menggunakan usaha yang halal, untuk melakukan pembiayaan KUR nasabah harus memiliki usaha yang sudah berdiri lebih dari dua tahun.⁵

Pelaku usaha lebih memilih lembaga keuangan non-bank karena prosesnya yang lebih mudah, meskipun biayanya lebih mahal. Padahal, perbankan syariah telah terbukti memberikan manfaat seperti pinjaman tanpa bunga dan pertumbuhan ekonomi.⁶

Beberapa pertimbangan keputusan menjadi sangat penting karena menentukan seseorang dalam mencapai tujuan. Keputusan nasabah dalam memilih produk adalah tindakan alternatif dari beberapa pilihan yang ada.

⁴ A. Agus PriyoNo Andy Prasetya, Budy Nugroho, Nurhidayah, "Pengaruh Promosi, Pelayanan, Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT Bri Unit Polehan," *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Volume 11, No. 11, 2022.

⁵ Adi Putra, Selaku Staf KUR di BSI KC Padangsidimpuan, *wawancara* (25 April 2024 pukul 14.00).

⁶ Ali Mursid Nofa Hari Widayanto, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Produktif Pada Bank Jateng Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Bank Jateng Cabang Pembantu Wanadadi Banjarnegara)," *Jurnal Magisma*, Volume 10, No. 2, 2022, hlm. 244.

Dengan demikian, keputusan nasabah adalah proses memilih satu pilihan dari beberapa alternatif untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.⁷

Keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di bank dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan. Jika bank memberikan pelayanan yang baik, promosi yang efektif, dan Kepercayaan yang baik, maka nasabah akan lebih cenderung memilih bank tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di bank.⁸

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan juga merupakan salah satu daerah masih banyak terdapat masyarakat yang kekurangan modal. Dengan adanya pembiayaan KUR dari BSI Kota Padangsidimpuan dapat memberikan kemudahan kepada pelaku usaha untuk mendapat tambahan modal. Dengan adanya Pembiayaan KUR menjadikan keadaan masyarakat menjadi mudah yang awalnya kekurangan modal bahkan yang tidak memiliki modal kini bisa tercukupi lagi untuk mengembangkan usahanya.

Hal ini bisa menjadi peluang yang besar untuk meningkatkan portofolio UMKM tersebut melalui produk KUR yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI).

⁷ Atiek Elyghasyah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman, Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)." (Skripsi Uin syarif Hidayatullah Jakarta, 2024).

⁸ Munawaar Toharuddin , Yulia Suriyanti, Ftkhan Amirul Huda, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Kalbar Syariah Cabang Sintang." *Jurnal Bisnis Dan Perbankan*, Volume 6. No. 2. 2020, hlm 102-106.

Salah satu daerah yang memanfaatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk mendapatkan pembiayaan modal tambahan adalah kota Padangsidempuan. Kota Padangsidempuan adalah salah satu kota yang berada di provinsi Sumatra Utara yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai pelaku UMKM. Sejak kebijakan pemerintah tentang dana KUR dikeluarkan, kondisi keuangan masyarakat yang melakukan pinjaman dana KUR dapat dikatakan membaik.

**Tabel I.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)
Bank Syariah Indonesia**

Tahun	Nasabah
2020	180
2021	210
2022	190
2023	230
2024	250

Sumber data: Dokumen Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan tabel I. 1 di atas, Jumlah nasabah pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Syariah Indonesia mengalami fluktuasi selama lima tahun terakhir. Meskipun terdapat penurunan pada salah satu tahun, secara keseluruhan jumlah nasabah menunjukkan tren yang meningkat. Hal ini mencerminkan adanya minat dan kepercayaan masyarakat yang cukup baik terhadap program pembiayaan KUR yang disalurkan oleh Bank Syariah Indonesia. Peningkatan jumlah nasabah juga dapat menjadi indikator bahwa KUR berperan dalam mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan demikian, KUR memiliki potensi yang besar untuk terus dikembangkan guna mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Peneliti melakukan wawancara awal kepada Bapak Ahmad selaku pelaku usaha mikro (penjual sembako):

Bapak Ahmad menjelaskan bahwa penggunaan kur (Kredit Usaha Rakyat) sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Menurutnya, bank yang menyediakan kur, seperti BSI, memiliki pelayanan yang baik dan responsif terhadap kebutuhan nasabah. Bapak Ahmad juga menekankan pentingnya promosi yang jelas dan efektif, yang membuat masyarakat lebih mengenal produk kur dan manfaatnya. Selain itu, kepercayaan terhadap BSI sebagai lembaga keuangan juga menjadi faktor utama, di mana reputasi yang baik dan transparansi dalam pengelolaan dana memberikan rasa aman bagi para pengusaha untuk memanfaatkan fasilitas tersebut.⁹

Penelitian melanjutkan wawancara kepada Ibu Nur selaku pelaku usaha mikro (Grosir):

Ibu Nur mengungkapkan keraguan terhadap program kur dari BSI. Ia menilai bahwa meskipun ada upaya dalam hal kualitas pelayanan, masih banyak nasabah yang mengeluhkan proses pengajuan yang berbelit-belit. Ibu Nur juga mencatat bahwa promosi yang dilakukan terasa kurang menjangkau masyarakat luas, sehingga banyak yang tidak mengetahui manfaat kur secara mendalam. Ia merasa bahwa kepercayaan terhadap BSI perlu dipertanyakan, terutama terkait dengan transparansi dalam pengelolaan dana dan bagaimana lembaga tersebut menangani masalah yang dihadapi oleh nasabah.¹⁰

Penelitian melanjutkan wawancara kepada Ibu Samsinar selaku pelaku usaha mikro (Penjual Sembako):

Ibu Samsinar menyampaikan bahwa KUR dari BSI sangat membantu dalam menambah modal usahanya, terutama untuk memperluas stok barang di tokonya. Ia merasa terbantu karena dana yang dicairkan cepat, dan prosedur pengajuan tidak berbelit-belit. Menurut Ibu Samsinar, pelayanan di BSI cukup baik, pegawai bank memberikan penjelasan secara rinci dan bersedia membantu ketika ada kesulitan dalam proses administrasi. Ibu Samsinar merasa yakin memilih BSI karena selain tanpa bunga, cicilan juga

⁹ Ahmad, Pelaku Usaha Mikro (Penjual Sembako), *wawancara* (20 September 2024 pukul 13.30 WIB).

¹⁰ Nur, Pelaku Usaha Mikro (Grosir) , *wawancara* (20 September 2024 WIB).

tetap dan sesuai kemampuan, sehingga tidak memberatkan dalam menjalankan usaha sehari-hari.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad, Ibu Nur, dan Ibu Samsinar, dapat disimpulkan bahwa pandangan terhadap program KUR dari BSI beragam. Bapak Ahmad dan Ibu Samsinar menunjukkan respon positif, menekankan kualitas pelayanan, kemudahan proses, serta kepercayaan terhadap BSI. Sementara itu, Ibu Nur menyampaikan pandangan kritis, terutama terkait proses pengajuan yang dinilai rumit dan promosi yang kurang menjangkau masyarakat secara luas. Hal ini menunjukkan perlunya perbaikan dalam pelayanan dan komunikasi agar semua pelaku usaha dapat merasakan manfaat dari program kur secara optimal. Risiko dari pemberian pembiayaan ini, bahkan ada juga nasabah yang masih belum mengetahui terkait jaminan. Dan untuk solusi yang kita terapkan saat ini adalah tetap memberikan sosialisasi kepada mitra-mitra UMKM dan melakukan kerja sama untuk saling memberikan informasi dan pengetahuan tentang pembiayaan ini.¹²

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Adi Putra selaku staf KUR di BSI KC Padangsidempuan:

Beliau Menyatakan bahwa Sosialisasi yang di lakukan BSI KC Padangsidempuan yaitu Melakukan kegiatan gabungan bersama pemerintah seperti, melakukan pemasaran produk, seminar dan membuat komunitas UMKM.¹³

¹¹ Samsinar, Pelaku Usaha Mikro (Penjual Sembako), *wawancara* (23 Juni 2025 pukul 17.30 WIB).

¹² Elyghasyah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman, Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR).”

¹³ Adi Putra, Staf KUR BSI KC Padangsidempuan, *Wawancara* (25 April 2025 Pukul 14.30).

Keputusan untuk melakukan pembiayaan Nasabah perlu mempertimbangkan risiko, manfaat, dan kemudahan penggunaan sebelum memutuskan untuk melakukan pembiayaan di bank. Kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu dari beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah memutuskan untuk mengambil pembiayaan di perbankan syariah. Kualitas pelayanan dikatakan relevan karena langsung mempengaruhi kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah, Semakin baik pelayanan, semakin banyak pula nasabah yang mengambil pembiayaan sehingga akan meningkatkan profit di suatu bank tersebut.¹⁴

Meskipun banyak nasabah mengeluh tentang proses yang lambat dan rumit, informasi yang tidak jelas, komunikasi yang buruk, dan penanganan keluhan yang tidak baik, namun kualitas pelayanan yang baik dapat membuat nasabah merasa nyaman dan percaya. Dengan demikian, nasabah akan lebih memilih dan melanjutkan pembiayaan KUR.

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Adi Putra selaku staf KUR di BSI KC Padangsidimpuan:

Beliau Menyatakan bahwa Fenomena yang terjadi di lapangan terhadap kualitas pelayanan yaitu pihak bank tidak dapat menyetujui nasabah melakukan pembiayaan KUR apabila nasabah tidak memiliki surat ijin usaha dari pemerintah dan usaha yang

¹⁴ Munawar Thoharudin, Yulia Suriyanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Kal-Bar Syariah Cabang Sintang," *Jurnal Bisnis Dan Perbankan UMSIDA* 6, No. 2 (2020): 356.

didirikan belum lebih dari 2 tahun dan proses Pengajuan KUR di anggap lambat, rumit dan lama.¹⁵

Adapun alasan peneliti memilih kualitas pelayanan sebagai variabel dikarenakan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nadya dalam penelitiannya “menyatakan bahwa diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR”.¹⁶

Penelitian lain yang dilakukan oleh Roos Nana, Suprianto, Dedi Murtidiadi dalam penelitiannya yang “menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan KUR jika Kualitas pelayanan baik akan mengurangi keluhan nasabah terhadap bank sehingga keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan semakin besar”.¹⁷

Beberapa penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan nasabah melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat pada Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan. Akan tetapi terdapat perbedaan dalam hasil penelitian tersebut. Penelitian yang dilakukan Doni

¹⁵ Adi Putra, Staf KUR BSI KC Padangsidimpuan, *Wawancara* (25 April 2025 Pukul 14.30).

¹⁶ Nadya, “Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat(KUR) Pada Bank Bri Unit Kuto Palembang.” (Universitas Sriwijaya Palembang, 2022).

¹⁷ Roos Nana, Suprianto, “Analisis Pengaruh Promosi Lokasi Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bri Desa Jaya Makmul Kecamatan Labangka).” *Jurnal EkoNomi Dan Bisnis* 8, No. 3 (2020).

Marlius menyatakan bahwa “Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembiayaan KUR”.¹⁸

Promosi adalah kegiatan mengupayakan komunikasi atau memperkenalkan sebuah produk kepada konsumen agar dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen terhadap produk, promosi memberikan pengaruh terhadap konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹⁹

Dengan adanya promosi akan lebih meyakinkan nasabah terhadap pembiayaan yang ingin dilakukan karena promosi berguna untuk meningkatkan penjualan, memperkenalkan merek, menarik perhatian pelanggan, dan memperkenalkan produk baru, dan adanya promosi dapat menarik perhatian pelaku usaha, meningkatkan kesadaran tentang fasilitas KUR, dan mendorong mereka untuk mengajukan pembiayaan guna mengembangkan usaha.

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Adi Putra selaku staf KUR di BSI KC Padangsidimpuan:

Beliau Menyatakan bahwa Fenomena yang terjadi di lapangan terhadap promosi yaitu beberapa masyarakat belum banyak mengetahui adanya KUR di BSI dan informasi mengenai KUR masih kurang jelas Masyarakat lebih mengetahui KUR pada bank BRI.²⁰

¹⁸ Doni Marlius, “Keputusan Nasabah KUR Dilihat Dari Suku Bunga Dan Kualitas Pelayanan Pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang,” *Jurnal Pundi* 4, No. 3 (2020).

¹⁹ Andy Prasetya, Budy Nugroho, “Pengaruh Promosi, Pelayanan, Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT Bri Unit Polehan,” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 11, No. 11 (2022).

²⁰ Adi Putra, Staf KUR BSI KC Padangsidimpuan, *Wawancara* (25 April 2025 Pukul 14.30).

Alasan peneliti memilih promosi variabel dikarenakan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Feby Efelyna dalam penelitiannya yang menyatakan “bahwa promosi, berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pengambilan pembiayaan KUR”.²¹

Beberapa penelitian tentang pengaruh Promosi terhadap Keputusan nasabah melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat pada Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan. Akan tetapi terdapat perbedaan dalam hasil penelitian tersebut. Penelitian yang dilakukan Lida Nurholida menyimpulkan bahwa “Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembiayaan KUR”²²

Ada juga faktor lain terhadap Keputusan nasabah melakukan Pembiayaan KUR yaitu Kepercayaan. Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap reliabilitas, *durabilitas*, dan integritas terhadap pihak lain dalam *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Kepercayaan dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu kemitraan.²³

²¹ Feby Efelyna, “Analisis Pengaruh Promosi Lokasi Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada BRI Cabang Kebumen,” *Jurnal Investasi Penelitian* 2022, No. 3 (3AD). *Jurnal Investasi Penelitian* Vol. 3 No.3 Agustus 2022

²² Nurholida, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Citra Merek, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Syariah Indonesia Di Kota Pandeglang.”

²³ Ulya Zikriatul, “Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Volume 9, N0 3, 2020, hlm. 355.

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Adi Putra selaku staf KUR di BSI KC Padangsidimpuan:

Beliau Menyatakan bahwa Fenomena yang terjadi di lapangan terhadap kepercayaan yaitu masyarakat lebih percaya dan lebih memilih melakukan pembiayaan kepada rentenir dan koperasi atau biasa di sebut *non Bankable* dari pada Bank.²⁴

Adapun alasan peneliti memilih kepercayaan variabel di karena kan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zikratul Ulya dalam penelitiannya menyatakan bahwa diketahui kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pengambilan pembiayaan KUR.²⁵

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ismi Salamah dan Ajat Sudrajat dalam penelitiannya menyatakan bahwa diketahui kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR.²⁶

Pembiayaan adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pemilihan suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli.²⁷

²⁴ Adi Putra, Staf KUR BSI KC Padangsidimpuan, *Wawancara* (25 April 2025 Pukul 15.30).

²⁵ Ulya Zikriatul, "Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Volume 9, N0 3, 2020, hlm. 357.

²⁶ Ismi Salamah, "Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan KUR Bank BNI Unit Jalan Baru Karawang," *Jurnal Of EccoNomic, Bussenis And Accounting*, Volume 4, No. 2, 2021.

²⁷ Feby Efelyna, "Analisis Pengaruh Promosi Lokasi Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada BRI Cabang Kebumen.," *Jurnal Investasi Penelitian* 2022, No. 3 (3AD). *Jurnal Investasi Penelitian*, Volume. 3 No.3, Agustus 2022.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dari jumlah variabel penelitian, jumlah sampel dan alat bantu untuk menganalisis data yang di gunakan Penelitian terdahulu menggunakan program *Statistical Product and Service Sollution* (SPSS) 22 sedangkan penelitian ini menggunakan *Smart* PLS. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel *Intervening* , lokasi penelitian, dan waktu penelitian yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan saat ini.

Berdasarkan fenomena di atas perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dapat didefinisikan masalah yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk keuangan syariah.

2. Rendahnya Kualitas Layanan dari bank syariah serta persepsi negatif dari masyarakat terhadap produk syariah.
3. Banyaknya masyarakat kota Padangsidimpuan lebih memilih lembaga keuangan non- bank dalam melakukan pinjaman seperti kepada rentenir dan koperasi dari pada melakukan pembiayaan di BSI kota Pasangsidiumpuan.
4. Promosi KUR masih kurang menjangkau masyarakat luas, sehingga banyak pelaku usaha belum memahami manfaat dan prosedurnya.
5. Adanya kebutuhan-kebutuhan yang mendesak memerlukan dana secara cepat.
6. Proses pengajuan KUR di anggap lambat dan rumit, informasi yang tidak jelas, komunikasi yang buruk sehingga menghambat keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, fokus dan tidak meluas, maka peneliti membatasi penelitian hanya pada dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), promosi (X_2), dan kepercayaan (X_3) dan variabel dependen yaitu keputusan nasabah melakukan pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) (Y). Dan lokasi dalam penelitian ini pada Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian merupakan bentuk operasional dari variabel-variabel yang digunakan, biasanya terdiri dari

definisi operasional, indikator yang digunakan dan alat ukur yang digunakan atau penilai ukur.²⁸

Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel

No .	Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Keputusan Nasabah Melakukan pembiayaan KUR (Y)	Keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan hasil evaluasi atas kebutuhan modal, ketersediaan produk, serta keuntungan dan risiko dari lembaga keuangan. ²⁹ Keputusan nasabah dalam penelitian ini Adalah Pemecahan masalah yang akan dilakukan masyarakat apakah mereka akan melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidimpuan.	1. Kebutuhan Modal Usaha 2. Kemudahan Proses pengajuan 3. Kemampuan Membayar Angsuran. ³⁰	Ordinal
2	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu organisasi atau perusahaan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui penyediaan layanan yang konsisten,	1. <i>Tangible</i> (berwujud) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Emphaty</i>	Ordinal

²⁸ Budi Gautama Siregar, *Metode Penelitian EkoNomi Dan Bisnis* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021).hlm. 29.

²⁹ Budi Santoso, *Manajemen Pembiayaan Mikro* (Jakarta: Gramedia, 2020), hlm. 45.

³⁰ Sofyan Sauri, *Kebutuhan Modal Usaha dan Kempuan Membayar Angusran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020), hlm. 23-53.

		responsif, terpercaya, dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan. ³¹ Jadi Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana pelayanan yang dilakukan pihak BSI KC Padangsidempuan dalam melayani Nasabah pembiayaan KUR.	(empati). ³²	
3	Promosi (X ₂)	Promosi adalah “Salah satu kegiatan <i>marketing mix</i> yang merupakan kegiatan yang sangat penting, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.” ³³ Jadi Promosi yang dimaksud di sini adalah bagaimana pihak bank cara Pegawai Bank	1. Kampanye Pemasaran dan Sosialisasi. 2. Penyuluhan dan Edukasi Kepada Pelaku Usaha. ³⁴	Ordinal

³¹ Teddy Chandra, Stefani Chandra, dan Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* (Pekanbaru: Institut Bisnis dan TekNologi Pelita Indonesia, 2019), hlm. 5.

³² A. Parasuraman, *Kualitas Pelayanan, Konsep dan Aplikasi* (New York, 2022), hlm. 31

³³ Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan,” *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 4, No. 1 (2018): 13,.

³⁴ Sri Wahyuni, *Kampanye Pemasaran dan Sosialisasi, Penyuluhan dan Edukasi Kepada Pelaku Usaha* (Yogyakarta, 2022), hlm 28.

		mempromosikan KUR kepada masyarakat.		
4	Kepercayaan (X ₃)	Kepercayaan adalah keyakinan pelanggan terhadap integritas, keandalan, dan kemampuan suatu pihak dalam memenuhi kebutuhan serta menjaga kepentingan pelanggan dalam suatu hubungan. ³⁵ Jadi Kepercayaan dalam penelitian ini ialah sejauh mana nasabah Bank BSI mempercayai produk KUR yang telah di lakukan dan di berikan BSI kepada masyarakat.	1. Kejelasan Informasi dan Transparansi. 2. Reputasi Lembaga Keuangan. 3. Komitmen Untuk Mendukung nasabah. ³⁶	Ordinal

E. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas. Maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan?

³⁵David A. Gefen, *E-Commerce: The Role of Familiarity and Trust* (New York: Springer, 2018), hlm. 91.

³⁶Budi Santoso, *Kejelasan Informasi Dan Transparansi, Reputasi Lembaga Keuangan Dan Komitmen Untuk Mendukung Nasabah*, 2020.

2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait di antaranya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan, informasi, dan kemampuan berpikir mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan KUR di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

2. Bagi Akademik

Ilmu pengetahuan serta acuan bagi peneliti yang lain dengan topik yang berkenaan dengan yang peneliti teliti saat ini.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai adanya lembaga pembiayaan yang lebih baik untuk meminjam dibandingkan rentenir.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

a. Pengertian Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

Keputusan pengambilan pembiayaan adalah keputusan yang diambil oleh konsumen (nasabah) dalam memilih produk pembiayaan, dalam hal ini Kredit Usaha Rakyat (KUR), dari alternatif yang tersedia. Proses ini sering kali melibatkan beberapa keputusan terkait pemilihan lembaga keuangan dan jenis pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan usaha mereka. Keputusan ini melibatkan penilaian antara berbagai alternatif pembiayaan yang ada, seperti pinjaman konvensional dan produk pembiayaan lainnya. Pada tahap ini, nasabah harus mengevaluasi keuntungan dan risiko yang terkait dengan setiap alternatif pembiayaan sebelum membuat keputusan akhir.³⁷

Keputusan pengambilan pembiayaan adalah keputusan yang diambil oleh konsumen untuk memilih suatu produk melalui serangkaian tahapan yang dilalui konsumen.³⁸

³⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. (Harlow: Pearson Education, 2018), hlm. 202.

³⁸ Kevin Lane Keller, "Marketing Management," 15th ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016), hlm, 295.

b. Tahapan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

Adapun tahapan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR meliputi:³⁹

1. Kebutuhan yang dirasakan

Nasabah menyadari adanya kebutuhan modal untuk usaha mereka, seperti untuk membeli bahan baku, memperluas usaha, atau membayar utang.

2. Kegiatan Sebelum Membeli

Nasabah mulai mencari informasi terkait produk pembiayaan yang tersedia, termasuk KUR, serta membandingkan berbagai produk berdasarkan suku bunga, syarat, dan kemudahan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan.

3. Perilaku Saat Menggunakan Produk

Setelah memperoleh pembiayaan, nasabah akan merasakan manfaat dari KUR dalam menjalankan usahanya. Keputusan ini bisa dipengaruhi oleh kemudahan pengelolaan angsuran dan dampak terhadap perkembangan usaha mereka.

4. Perasaan Saat Membeli

Setelah penggunaan produk pembiayaan, nasabah akan mengevaluasi apakah mereka merasa puas dengan proses dan hasil yang diperoleh dari KUR, yang dapat mempengaruhi

³⁹ Kevin Lane Keller, "Marketing Management," 15th ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016) hlm, 295.

keputusan mereka untuk menggunakan produk pembiayaan lainnya di masa depan.

Keputusan nasabah dalam memilih KUR ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti kebutuhan finansial dan kemampuan membayar angsuran, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, reputasi bank, dan kondisi pasar. Pembiayaan KUR menawarkan kemudahan akses, bunga rendah, serta jaminan dari pemerintah, yang menjadikannya pilihan yang menarik bagi nasabah yang membutuhkan modal usaha dengan risiko yang lebih rendah.⁴⁰

c. Indikator Keputusan Nasabah dalam Melakukan Pembiayaan KUR

Keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan KUR (Kredit Usaha Rakyat) dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tercermin dalam beberapa indikator. Berikut adalah indikator-indikator utama yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR.⁴¹

1) Kebutuhan Modal Usaha

Nasabah akan mempertimbangkan seberapa besar modal yang dibutuhkan untuk memperbesar usaha, membeli peralatan, atau memenuhi kebutuhan operasional lainnya. Ketika usaha mengalami kesulitan finansial atau membutuhkan investasi tambahan, KUR menjadi pilihan yang tepat karena memberikan

⁴⁰ Sri Widyastuti, *Perilaku Nasabah Dalam Memilih KUR*, 2021.

⁴¹ Bambang Supriyanto, *Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan KUR*, 2022.

akses keuangan yang relatif lebih mudah bagi pelaku usaha kecil dan menengah.⁴²

2) Kemudahan Proses Pengajuan

Kemudahan akses dan persyaratan yang ringan menjadi indikator penting dalam keputusan nasabah untuk mengajukan KUR. Program ini menawarkan persyaratan yang lebih sederhana dibandingkan dengan pinjaman bank biasa, sehingga memudahkan nasabah, terutama pelaku usaha mikro dan kecil, untuk memperoleh pembiayaan tanpa harus memenuhi berbagai persyaratan yang rumit.⁴³

3) Kemampuan Membayar Angsuran

Kemampuan nasabah dalam membayar angsuran juga menjadi indikator penting dalam pengambilan keputusan pembiayaan KUR. Nasabah akan mempertimbangkan apakah mereka mampu membayar cicilan sesuai dengan ketentuan yang berlaku tanpa membebani arus kas usaha mereka.⁴⁴

d. Pandangan Islam terhadap Pembiayaan KUR

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah program pembiayaan dari pemerintah Indonesia untuk mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam Islam, pembiayaan seperti KUR harus diperhatikan dari aspek halal-haramnya, terutama terkait

⁴² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. (Harlow: Pearson Education, 2018), hlm. 205.

⁴³ Kevin Lane Keller, "Marketing Management," 15th ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016), hlm. 311.

⁴⁴ Budi Santoso, *Manajemen Pembiayaan Mikro* (Jakarta: Gramedia, 2020), hlm. 130.

dengan *riba*, *gharar* (tidak jelas), dan keadilan. Sebagaimana dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا ۖ إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۚ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: "Orang-orang yang makan (mengambil) *riba* tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata, 'Sesungguhnya jual beli itu sama dengan *riba*.' Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya lalu dia berhenti (dari mengambil *riba*), maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya, dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya." (QS. Al-Baqarah: 275).⁴⁵

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu rangkaian kegiatan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas ini bersifat *intangible* (tak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan fisik, tetapi menghasilkan pengalaman dan kepuasan bagi konsumen.⁴⁶

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan

⁴⁵ QS. al-Baqarah (2) : 275.

⁴⁶ Kevin Lane Keller, "Marketing Management," 15th ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016), hlm.223.

layanan pembiayaan, termasuk Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kualitas pelayanan dibangun atas dasar kemampuan suatu lembaga dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat atau pengguna jasa. Dalam konteks lembaga keuangan, pelayanan yang diberikan, baik dari segi kejelasan prosedur, keramahan petugas, maupun kemudahan akses dapat membentuk persepsi positif nasabah dan meningkatkan kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan pembiayaan.⁴⁷

Teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama, yaitu *tangibles* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Apabila kelima dimensi tersebut dapat dipenuhi secara optimal oleh penyedia layanan keuangan, maka tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah akan meningkat, sehingga dapat mendorong pengambilan keputusan pembiayaan secara lebih positif.⁴⁸

Selain itu, berdasarkan teori *Customer Decision Making Process*, keputusan yang diambil konsumen tidak hanya didasarkan pada kebutuhan finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman

⁴⁷ K. S Tirsah, F., & Lubis, "Analysis of Service Quality on Customer Satisfaction in the Micro KUR Loan Program at Pegadaian UPC Delitua Office," *International Journal of Integrated Science and Engineering* 11, no. 1 (2023): 42–52.

⁴⁸ L.L Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing* 60, no. 1 (1988): 16–20.

mereka selama proses interaksi dengan penyedia layanan. Jika nasabah merasa bahwa pelayanan yang diberikan berkualitas dan sesuai harapan, maka keputusan untuk menggunakan produk pembiayaan seperti KUR akan lebih besar.⁴⁹

Apabila kualitas pelayanan melebihi harapan nasabah, loyalitas dan keyakinan terhadap lembaga juga akan meningkat, memperkuat kecenderungan nasabah untuk memilih pembiayaan tersebut. Oleh karena itu, lembaga keuangan harus senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi masyarakat pelaku usaha mikro, khususnya dalam konteks program KUR yang menasar segmen usaha kecil dan menengah.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu:⁵⁰

1) Berwujud (*tangible*)

Dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas

⁴⁹ K.L Kotler, P., & Keller, *Marketing Management* (Pearson Education, 2022), hlm. 248.

⁵⁰ Zeitham & Berry Parasuraman, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (New Delhi: Sage Publications, 2014), hlm. 64.

pemberian pelayanan yang diberikan. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, Performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.⁵¹

2) Keandalan (*reability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang Handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.⁵²

3) Daya tangkap (*responsiveness*)

Yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.⁵³

4) Jaminan (*assurance*)

⁵¹ Sutrisno, *Kualitas Layanan* (Yogyakarta; Pustaka Ilmu, 2021), 165.

⁵² Dwi Ratna Sri, *Pelayanan Yang Handal Era Digital*, 2022.

⁵³ T. Hani Handoko., hlm 208.

Yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.⁵⁴

5) Empati (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen.⁵⁵

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

1) Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*)

Faktor ini sangat menentukan dalam pembentukan harapan pelanggan atas suatu jasa atau layanan. Pemilihan untuk mengonsumsi suatu jasa atau pelayanan yang bermutu dalam banyak kasus dipengaruhi oleh formasi dari mulut ke mulut yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengonsumsi jasa tersebut sebelumnya.

2) Kebutuhan pribadi (*personel need*)

Dalam hal ini harapan pelanggan bervariasi tergantung pada karakteristik dan keadaan individu yang memengaruhi kebutuhan pribadinya.

3) Pengalaman masa lalu (*past experience*)

⁵⁴ T. Hani Handoko., hlm 208.

⁵⁵ Imam Riadi, *Pelayanan Yang Berkualitas* (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm 354.

Pengalaman masa lalu, yaitu pengalaman pelanggan merasakan suatu pelayanan jasa tertentu dimasa lalu memengaruhi tingkat harapannya untuk memperoleh pelayanan jasa yang sama dimasa kini dan yang akan datang.

4) Komunikasi eksternal (*company's external communication*)

Komunikasi eksternal, yaitu komunikasi eksternal yang digunakan oleh organisasi jasa sebagai pemberi pelayanan melalui berbagai bentuk upaya promosi juga memegang peranan dalam pembentukan harapan pelanggan.⁵⁶

d. Kualitas Pelayanan dalam Konteks Pembiayaan KUR

Dalam konteks pembiayaan KUR, kualitas pelayanan menjadi faktor krusial yang menentukan keputusan nasabah dalam memilih lembaga keuangan. Pelayanan yang berkualitas, seperti proses pengajuan yang mudah, staf yang ramah dan responsif, serta transparansi dalam prosedur dan suku bunga, dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. Tjiptono menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu mengurangi ketidakpastian dan persepsi risiko nasabah dalam mengambil keputusan pembiayaan. Hal ini sangat penting bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang menjadi sasaran utama program KUR, karena mereka cenderung lebih berhati-hati dalam memilih sumber pembiayaan.⁵⁷

⁵⁶ Sanurdi, *Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Konsumen* (Mataram, Putri Bunga Amanah, 2021), hlm 56-58.

⁵⁷ F Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hlm. 82-85.

e. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Pelayanan dalam Islam bukan sekadar memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga merupakan bentuk ibadah yang dilandasi oleh nilai-nilai spiritual dan etika Islam. Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam di antaranya tolong menolong, memberikan kemudahan, prinsip saling mencintai dan prinsip lemah lembut.

Hukum kualitas pelayanan memang tidak secara langsung dapat dijumpai dalam Al-Quran, namun Allah SWT memberikan petunjuk kepada manusia sikap yang seharusnya dimiliki manusia dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, antara lain.⁵⁸

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen, sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perusahaan. Aktivitas promosi ini bertujuan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Dalam konteks perbankan, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan

⁵⁸ Safarinda Imani, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam* (Kota Bandung: Media Sains Indonesia, 2023) hlm. 215-217.

mempertahankan nasabah, karena promosi berperan sebagai alat komunikasi yang efektif dalam kegiatan pemasaran.⁵⁹

Promosi merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang secara teoritis diyakini berperan penting dalam memengaruhi keputusan konsumen. Dalam konteks teori pemasaran tradisional, promosi dipandang sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi, membentuk persepsi, dan mendorong tindakan konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Teori ini menyatakan bahwa aktivitas promosi, baik melalui iklan, penawaran khusus, publikasi, maupun personal *selling* memiliki potensi besar dalam menciptakan kesadaran serta membujuk konsumen untuk melakukan pembelian atau pengambilan keputusan ekonomi lainnya.⁶⁰

Promosi tidak hanya menginformasikan tentang produk, tetapi juga berfungsi untuk membujuk dan mengingatkan kembali konsumen tentang manfaat dari suatu produk, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi penjualan memberikan rangsangan yang dapat menarik perhatian nasabah, sehingga keputusan mereka dalam memilih bank akan terpengaruh.⁶¹ Oleh karena itu, berbagai alat promosi yang tepat

⁵⁹ Kevin Lane Keller, "Marketing Management," 15th ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016), hlm. 285.

⁶⁰ Kevin Lane Keller, "Marketing Management," 15th ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016), hlm. 472.

⁶¹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. (Harlow: Pearson Education, 2018), hlm. 287.

diperlukan untuk memastikan komunikasi yang lebih efektif dalam mencapai nasabah dan calon nasabah yang menjadi sasaran.

b. Fungsi Promosi dalam Lembaga Keuangan

Dalam konteks lembaga keuangan yang menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR), promosi berfungsi untuk meningkatkan kesadaran calon nasabah terhadap keberadaan produk pembiayaan, menjelaskan manfaat dan persyaratan KUR, serta membangun citra positif lembaga keuangan. Promosi yang efektif dapat menarik perhatian dan minat calon nasabah untuk memanfaatkan pembiayaan KUR. Promosi yang tepat dapat mengurangi hambatan psikologis dan informasi yang mungkin dimiliki calon nasabah, sehingga mereka merasa lebih yakin dan terdorong untuk mengambil keputusan pembiayaan.⁶²

c. Indikator Promosi

1) Kampanye Pemasaran

Kampanye pemasaran adalah suatu kegiatan promosi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan tindakan pembelian konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Tujuan dari kampanye pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.⁶³

⁶² Kevin Lane Keller, "Marketing Management," 15th ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016) hlm. 560-570.

⁶³ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hlm. 250-251.

2) Penyuluhan dan Edukasi Kepada Pelaku Usaha

Sosial edukasi adalah suatu kegiatan promosi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang suatu isu atau produk. Tujuan dari sosial edukasi adalah untuk mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih baik, meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kesehatan, pendidikan, dan lingkungan, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial.⁶⁴

d. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor menentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapa berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya mereka tidak akan mau membelinya. Jadi adapun faktor yang mempengaruhi promosi yaitu:⁶⁵

- 1) Pemasaran (*The Marketer*);
- 2) Target Pemasaran (*The Target Marketer*);
- 3) Produk (*The Product*);
- 4) Situasi (*The Situation*).

e. Promosi dalam Perspektif Islam

Promosi bila di tinjau dalam perspektif Islam haruslah sesuai dengan ajaran agama Islam. Pada dasarnya promosi adalah

⁶⁴ Sudibyo Supardi, *Promosi Kesehatan Dan Pendidikan* (Yogyakarta: CV. Sagung Seto, 2012), hlm. 150-151.

⁶⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2021), 182.

alat untuk menginformasikan, menawarkan menjual produk atau jasa,

Rasulullah SAW bersabda :

Dari Abu Sa'id Radhiyallahu Anhu, katanya Rasulullah SAW bersabda, “pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (*shiddiqin*), dan para syuhada.” (Hr. Tarmidzi).

Islam sangat melarang memalsukan barang dan menipu karena menyebabkan kerugian dan kezaliman serta dapat menimbulkan percekocokan dan permusuhan.⁶⁶

4. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Kotler, kepercayaan terbentuk melalui pengalaman positif konsumen terhadap layanan yang diterima, serta persepsi bahwa lembaga yang bersangkutan memiliki komitmen terhadap tanggung jawab dan keandalan.⁶⁷ Kepercayaan ini tidak hanya mengurangi persepsi risiko, tetapi juga membentuk loyalitas nasabah terhadap institusi keuangan. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen tidak hanya didasarkan pada faktor rasional seperti bunga atau persyaratan administrasi, tetapi juga oleh faktor

⁶⁶ Tati Handayani & Muhammad Anwar, *Ajaran Manajemen Pemasaran Islam* (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), hlm. 171-173.

⁶⁷ K Kevin Lane Keller, “Marketing Management,” 15th ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016), hlm. 392.

emosional seperti rasa aman, kenyamanan psikologis, dan keyakinan terhadap lembaga yang dipilih

Kepercayaan terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) mencerminkan hubungan yang terbentuk antara lembaga keuangan (bank atau penyedia pembiayaan) dan nasabah, khususnya dalam konteks pembiayaan yang ditujukan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pembiayaan KUR merupakan salah satu skema pembiayaan yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memberikan akses permodalan bagi pelaku usaha yang kesulitan memperoleh kredit dari bank konvensional.⁶⁸

Kepercayaan ini berperan penting dalam menentukan apakah nasabah akan memilih untuk mengajukan pembiayaan KUR atau tidak. Kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan akan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti reputasi bank, pengalaman sebelumnya dalam bertransaksi, serta kejelasan dan transparansi syarat-syarat pembiayaan yang ditawarkan. Selain itu, kepercayaan terhadap lembaga keuangan juga terkait dengan keyakinan nasabah bahwa pembiayaan KUR yang mereka ajukan

⁶⁸ N Nurbani, I., & Djuanda, *Peran Kepercayaan Dalam Pembiayaan Mikro Dan Kecil: Studi Kasus Pada Program KUR Di Indonesia* (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2023), hlm. 45-47.

akan memberikan manfaat nyata bagi usaha mereka dan tidak akan membebani di kemudian hari.⁶⁹

Sementara itu, kepercayaan bank terhadap nasabah juga penting, terutama dalam hal kemauan dan kemampuan nasabah untuk mengembalikan pinjaman. Bank biasanya akan melakukan penilaian risiko, dengan mengandalkan data dan informasi yang dapat dipercaya, serta rekam jejak nasabah dalam mengelola pembiayaan sebelumnya. Oleh karena itu, keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan KUR sangat dipengaruhi oleh adanya rasa saling percaya antara kedua belah pihak.⁷⁰

Secara keseluruhan, kepercayaan dalam konteks pembiayaan KUR tidak hanya berdampak pada keputusan nasabah untuk mengajukan pembiayaan, tetapi juga pada kelangsungan hubungan bisnis antara bank dan nasabah. Kepercayaan yang kuat dapat memperlancar proses pembiayaan, meningkatkan tingkat pengembalian kredit, dan membantu pertumbuhan ekonomi pada sektor UMKM.

b. Peran Kepercayaan dalam Lembaga Keuangan

Kepercayaan merupakan salah satu aspek fundamental dalam operasional lembaga keuangan. Dalam konteks lembaga keuangan, kepercayaan berfungsi sebagai pondasi utama yang

⁶⁹ M Hapsari, D., & Setiawan, *Kepercayaan Dan Keputusan Pembiayaan Pada UMKM Di Indonesia* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021), hlm. 72-75.

⁷⁰ A Kurniawan, *Manajemen Risiko Pembiayaan KUR Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm. 30-32.

memungkinkan terjadinya transaksi dan interaksi antara pihak-pihak yang terlibat, seperti nasabah, bank, dan regulator. Tanpa adanya kepercayaan, nasabah akan enggan untuk menempatkan dananya pada lembaga keuangan, karena risiko kehilangan atau penyalahgunaan dana dianggap terlalu tinggi. Kepercayaan dalam lembaga keuangan merupakan sikap keyakinan nasabah terhadap kemampuan dan integritas lembaga dalam mengelola dana serta memenuhi kewajibannya secara transparan dan bertanggung jawab. Kepercayaan ini tidak hanya meningkatkan loyalitas nasabah, tetapi juga memperkuat stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan.⁷¹

c. Indikator Kepercayaan

Kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan dalam keputusan melakukan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mencakup elemen-elemen spesifik dari hubungan nasabah dan bank atau lembaga keuangan. Berikut adalah beberapa indikator kepercayaan yang relevan dalam konteks ini:

1) Kejelasan Informasi dan Transparansi

Nasabah cenderung merasa lebih percaya untuk mengajukan pembiayaan KUR ketika informasi yang diberikan oleh bank atau lembaga keuangan jelas dan transparan.

⁷¹ B Santoso, *Manajemen Risiko Dan Kepercayaan Dalam Lembaga Keuangan* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2022), hlm. 102.

Kejelasan ini mencakup detail mengenai bunga, biaya administrasi, tenor, dan syarat-syarat lain yang terkait dengan pembiayaan. Nasabah yang merasa tidak dibohongi atau disembunyikan informasi akan lebih cenderung untuk melakukan pembiayaan.⁷²

2) Reputasi Lembaga Keuangan

Reputasi bank atau lembaga penyedia pembiayaan juga menjadi indikator utama dalam keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan KUR. Bank yang memiliki rekam jejak yang baik dalam hal pemberian pembiayaan, penyelesaian masalah, serta pelayanan nasabah akan lebih mudah membangun kepercayaan. Nasabah yang merasa yakin bahwa lembaga tersebut dapat dipercaya dalam mengelola pembiayaan mereka akan lebih mungkin untuk mengajukan KUR.⁷³

3) Komitmen untuk Mendukung Nasabah

Komitmen bank untuk membantu nasabah dalam mengembangkan usaha mereka juga merupakan indikator kepercayaan yang penting. Nasabah akan merasa lebih percaya jika bank atau lembaga keuangan menunjukkan perhatian dan niat baik untuk mendukung perkembangan usaha mereka, misalnya dengan memberikan pendampingan atau konsultasi

⁷² Hapsari, D., & Setiawan, *Kepercayaan Dan Keputusan Pembiayaan Pada UMKM Di Indonesia*, hlm. 95-97.

⁷³ A Suryadi, *Indikator Kepercayaan Dalam Organisasi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2022), hlm. 80-82.

terkait pengelolaan keuangan. Ini menunjukkan bahwa bank tidak hanya tertarik pada pengembalian pinjaman, tetapi juga pada keberhasilan usaha nasabah.⁷⁴

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Dalam mendapatkan kepercayaan seorang konsumen maka seorang pebisnis juga harus memberikan stimulus yang dapat merangsang insting kepercayaan, sehingga setiap konsumen akan merasa aman dalam pembelian yang telah ia lakukan, untuk mendapatkan kepercayaan konsumen memiliki beberapa faktor yaitu:

- 1) kewajaran (*fairness*);
- 2) pemenuhan (*fulfillment*);
- 3) kesetiaan (*loyalty*);
- 4) keterusterangan (*honesty*);
- 5) keterkaitan (*dependability*);
- 6) keandalan (*reliability*);
- 7) Kebajikan (*Benevolence*).

e. Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Dalam memahami setiap perilaku konsumen maupun mengenal pelanggan melalui kecenderungan atau motivasinya adalah tugas penting bagi setiap produsen dalam menghasilkan produk. Bahkan Dalam perspektif ekonomi Islam ada penyeimbang

⁷⁴ Hapsari, D., & Setiawan, *Kepercayaan Dan Keputusan Pembiayaan Pada UMKM Di Indonesia*, hlm. 120-122.

dalam kehidupannya, yang tidak ditemukan pada ekonomi konvensional termasuk kepercayaan pelanggan. Setiap konsumen muslim tentunya selalu menggunakan kandungan yang berkah pada setiap barang sebagai indikator, barang yang dikonsumsi tersebut apakah mampu memberikan berkah atau tidak.

Rasulullah SAW menerangkan terkait etika bisnis yang baik dan benar, salah satunya adalah sebuah kepercayaan yang berkaitan erat dengan kejujuran. Dalam hal ini Rasulullah SAW merupakan contoh yang nyata bahwa seorang pedagang yang jujur sebagaimana sabdanya yang 246 berbunyi: “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami” (H.R. Muslim).

Kesetiaan konsumen dapat muncul jika ada kepercayaan dari konsumen terhadap merek dari suatu produk karena dengan adanya kepercayaan maka akan menghidupkan komunikasi maupun interaksi di antara konsumen. Kepercayaan dalam Islam disebut sebagai suatu amanah. Dalam hal ini amanah itu tidak menipu, tidak berbohong, tidak mengada-ada, tidak berkhianat. Kepercayaan suatu merek memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena jika pelanggan telah mempercayai merek tersebut maka pelanggan akan merasa puas sehingga konsumen akan kembali membeli.⁷⁵

⁷⁵ Safarinda Imani, Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam (Bandung: Media Sains Indonesia, 2023) hlm. 235.

B. Penelitian Terdahulu

1. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting secara serius harus diperhatikan dan dimaksimalkan sehingga bank dapat bertahan dan menjadi pilihan nasabah. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan agar bank yang merupakan perusahaan jasa tetap sukses, baik tingkat operasional maupun strategi. Hampir di semua lembaga keuangan perbankan menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan pelanggan.⁷⁶

Roos Nana, Suprianto, Dedi Murtidiadi, dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR”.⁷⁷

Penelitian lain yang dilakukan oleh yang dilakukan oleh Nadya dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR.⁷⁸

⁷⁶ Fatkhan Amirul Huda Munawar Thoharudin, Yulia Suriyanti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Kal-Bar Syariah Cabang Sintang,” *Jurnal Bisnis Dan Perbankan UMSIDA* 6, no. 2 (2020): 356. *Jurnal Bisnis dan Perbankan UMSIDA* 6, No.2 (2020): 101-105.

⁷⁷ Roos Nana, Suprianto, and Murtiadi, “Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 8, No.3 (2020).

⁷⁸ Nadya, “Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat(KUR) Pada Bank Bri Unit Kuto Palembang.” (Universitas Sriwijaya Palembang, 2022).

Adapun hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR terletak pada pengaruh langsung yang diberikan oleh pengalaman layanan terhadap persepsi dan kepercayaan nasabah. Layanan yang baik, seperti kejelasan informasi dan kecepatan proses, dapat meningkatkan keyakinan nasabah untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan.

Berdasarkan dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan akan memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI jika kualitas pelayanan pada suatu bank itu baik maka nasabah akan nyaman melakukan pembiayaan di bank dan jika sebaliknya jika bank memiliki kualitas pelayanan yang minim maka nasabah akan enggan dan tidak mau melakukan pembiayaan di bank.

2. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka supaya membeli barang atau jasa tersebut yang meliputi publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.⁷⁹

⁷⁹Zikriatul Zikriatul Ulya, "Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 9, no. 3 (2020): 352–65.

Feby Efelyna, dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa “Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR”.⁸⁰

Penelitian lain yang dilakukan oleh Andy Prasetya dan Budy Nugroho menyimpulkan bahwa “promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR”.⁸¹

Adapun hubungan promosi terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR terletak pada kemampuan promosi untuk mempengaruhi persepsi nasabah terhadap keuntungan yang dapat diperoleh dari pembiayaan tersebut. Promosi yang menarik dapat menciptakan rasa urgensi dan keinginan untuk segera memanfaatkan penawaran khusus yang ada, dan potongan biaya. Ini dapat mendorong nasabah untuk segera mengambil keputusan tanpa menunda-nunda, karena merasa mendapatkan kesempatan yang menguntungkan.

Berdasarkan dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa promosi akan memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI.

⁸⁰ Feby Efelyna, “Analisis Pengaruh Promosi Lokasi Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada BRI Cabang Kebumen,” *Jurnal Investasi Penelitian* 2022, no. 3 (3AD).)

⁸¹ dan A. Agus Priyono Andy Prasetya, Budy Nugroho, Nurhidayah, “Pengaruh Promosi, Pelayanan, Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT Bri Unit Polehan,” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 11, no. 11 (2022).

3. Hubungan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

Kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk dari kesediaan dan pilihan suatu pihak untuk mengandalkan mitranya yang merujuk pada sejumlah faktor, seperti kompetensi, integritas, dan kejujuran. Terdapat tiga indikator untuk mengukur kepercayaan yaitu integritas, niat baik dan kemampuan.⁸²

Zikriatul Ulya, dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa “Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR”.⁸³

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ismi Salamah Ajat Sudrajat dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa “Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR”.⁸⁴

Adapun hubungan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR sangat signifikan, karena kepercayaan dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan nasabah dalam mengambil keputusan finansial yang penting. Ketika nasabah merasa percaya bahwa lembaga keuangan memiliki integritas dan memberikan informasi yang jelas, mereka lebih cenderung untuk mempercayakan

⁸² Nadya, “Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat(KUR) Pada Bank Bri Unit Kuto Palembang.” (Universitas Sriwijaya Palembang, 2022).

⁸³ Zikriatul Ulya, “Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa.”

⁸⁴ Ismi Salamah, “Pengaruh Word Of Mouth Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan KUR Bank BNI Unit Jalan Baru Karawang.”

dana mereka untuk pembiayaan KUR. Kepercayaan ini juga mendorong nasabah untuk melakukan komitmen jangka panjang, seperti melakukan pembayaran tepat waktu dan mengikuti ketentuan pinjaman dengan baik. Selain itu, kepercayaan yang terbentuk melalui pengalaman positif sebelumnya, baik dalam pelayanan maupun hasil yang sesuai dengan harapan, akan memperkuat keputusan nasabah untuk kembali menggunakan produk pembiayaan KUR di masa mendatang.

Berdasarkan dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan akan memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Lida Nurholida. (Skripsi UIN syarif Hidayatullah Jakarta, 2024). ⁸⁵	Pengaruh Pengetahuan Produk, Citra Merek, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Syariah Indonesia di Kota Pandeglang.	Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel Pengetahuan Produk dan Citra Merek mempunyai pengaruh langsung dan signifikan secara parsial terhadap minat. Sedangkan variabel Promosi dan Lokasi tidak mempunyai pengaruh langsung dan signifikan secara parsial terhadap minat.

⁸⁵ Nurholida, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Citra Merek, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Syariah Indonesia Di Kota Pandeglang."

2.	Nadya (Skripsi Universitas Sriwijaya Palembang, 2022). ⁸⁶	Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat(KUR) Pada Bank BRI Unit Kuto Palembang.	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan promosi, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Adapun secara parsial hanya kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan sekaligus menjadi variabel yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR di Bank BRI Unit Kuto Palembang.
3.	Atiek Elyghasyah. (Skripsi UIN syarif Hidayatullah Jakarta, 2024). ⁸⁷	Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR).	Hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas layanan, prosedur pinjaman dan persepsi harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah, variabel kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Dan pada variabel kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah melalui kepuasan nasabah dan prosedur pembiayaan, dan persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah melalui kepuasan nasabah dalam melakukan pembiayaan kredit usaha rakyat.
4.	Nur Muhammad Agung Tri Yoga, Imam	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan	Hasil yang didapatkan pada penelitian ini seluruh item variabel independen atau variabel (X) yaitu Kualitas

⁸⁶ Nadya, "Pengaruh, Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat(KUR) Pada Bank Bri Unit Kuto Palembang."

⁸⁷ Elyghasyah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman, Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)."

	Mukhlis. (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan, 2(1), 2022). ⁸⁸	pengajuan, promosi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan studi kasus di bank syariah Indonesia KC Malang Soetta	pelayanan, kemudahan pengajuan promosi memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen atau variabel (Y) yaitu Pembiayaan, Kesimpulan yang didapat dari hasil ini kemudahan pengajuan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nasabah untuk memutuskan untuk melakukan pembiayaan usaha rakyat.
5.	Roos Nana, Suprianto, Dedi Murtidiadi (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.8 No.3 Tahun 2020). ⁸⁹	Analisis pengaruh promosi lokasi pelayanan dan suku bunga terhadap Keputusan pengambilan pembiayaan kredit usaha rakyat (Studi kasus pada nasabah bank bri desa jaya makmul kecamatan labangka).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR di BRI, sedangkan variabel pelayanan dan suku bunga berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Secara simultan variabel promosi, lokasi, pelayanan dan suku bunga berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka.
6.	Achmad Aprianor Firdaus, Karlina,	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji F dan T Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan

⁸⁸ Imam Mukhlis Nur Muhammad Agung Tri Yoga, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengajuan, Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta," *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)* 6, no. 2 (2020): 91–104.

⁸⁹ Dedi Murtidiadi Roos Nana, Suprianto, "Analisis Pengaruh Promosi Lokasi Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bri Desa Jaya Makmul Kecamatan Labangka).," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 3 (2020).

	Nur Azizah Lela Jurnal: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 4 Desember 2023. ⁹⁰	Nasabah Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Paser Tanah Grogot.	terhadap keputusan pengambilan kredit dengan nilai signifikansi, terhadap variabel Kepuasan Nasabah Pembiayaan KUR (Y) pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Paser Tanah Grogot.
7.	Feby Efelyna (Jurnal Investasi Penelitian Vol. 3 No.3 Agustus 2022). ⁹¹	Analisis pengaruh promosi lokasi pelayanan dan suku bunga terhadap Keputusan pengambilan pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) pada BRI cabang Kebumen.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, lokasi dan suku bunga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Cabang Kebumen. Sedangkan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Cabang Kebumen.
8.	Andy Prasetya Budy Nugroho (Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, vol. 11 No. 11, 2022). ⁹²	Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t terdapat pengaruh secara parsial antara variabel promosi, pelayanan, dan kepercayaan terhadap variabel keputusan pengambilan kredit. <i>Adjusted R Square</i> sebesar 48,2% terhadap variabel dependen yaitu keputusan pengambilan kredit dapat dijelaskan oleh

⁹⁰Achmad Aprianor Firdaus, Karlina, Nur Azizah Lela, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Paser Tanah Grogot”

⁹¹Efelyna, “Analisis Pengaruh Promosi Lokasi Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada BRI Cabang Kebumen.”

⁹²Andy Prasetya, Budy Nugroho, Nurhidayah, “Pengaruh Promosi, Pelayanan, Dan *Trust* Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT Bri Unit Polehan.”

			variabel promosi (X_1), pelayanan (X_2), kepercayaan (X_3) sedangkan 51,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.
9.	Doni Marlius (Jurnal pundi, vol. 4, No. 3, 2020). ⁹³	Keputusan Nasabah KUR Dilihat dari Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit KUR pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kredit KUR pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang, keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit KUR pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang, daya tanggap (X_4) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit KUR pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang, jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit KUR pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang dan empati tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kredit KUR pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang.
10	Nofa Hari Widayanto, Ali Mursid Jurnal	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. keputusan nasabah mengambil kredit produktif pada Bank Jateng Cabang

⁹³ Marlius Doni, "Keputusan Nasabah KUR Dilihat Dari Suku Bunga Dan Kualitas Pelayanan Pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang." *jurnal pundi*, vol. 4, No. 3, 2020

	Magisma Vol. 10 No. 2 Tahun 2022. ⁹⁴	Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Produktif Pada Bank Jateng Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Bank Jateng Cabang Pembantu Wanadadi Banjarnegara).	Pembantu Wanadadi dipengaruhi oleh kualitas layanan 2. keputusan nasabah mengambil kredit produktif tidak dipengaruhi oleh citra perusahaan 3. kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan nasabah 4. citra perusahaan mempengaruhi kepercayaan nasabah 6. keputusan nasabah mengambil kredit produktif dipengaruhi oleh kepercayaan 7. ada pengaruh mediasi kepercayaan pada kualitas layanan dalam mempengaruhi keputusan nasabah mengambil kredit produktif.
11	Ismi Salamah & Ajat Sudrajat <i>Jurnal of Economic, B ussenis and Accounting</i> Vol.4, No. 2, Juni 2021. ⁹⁵	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan KUR Bank BNI Unit Jalan Baru Karawang.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh secara parsial dan simultan <i>word of mouth</i> dan kepercayaan terhadap keputusan pengambilan kredit usaha rakyat (KUR) bank BRI Unit Jalan Kabupaten Karawang.
12	Zikriatul Ulya <i>Jurnal Manajemen dan Keuangan</i> , Vol 9, N0 3,	Pengaruh Kepercayaan dan Promosi terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan	Hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas Kepercayaan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Usaha Mikro Kecil dan

⁹⁴ Nofa Hari Widayanto, Ali Mursid, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Produktif Pada Bank Jateng Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Bank Jateng Cabang Pembantu Wanadadi Banjarnegara)."

⁹⁵ Ismi Salamah & Ajat Sudrajat, "Pengaruh Word Of Mouth Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan KUR Bank BNI Unit Jalan Baru Karawang," *Jurnal of Economic, Bussenis and Accounting* 4, no. 2 (2021).

	Desember 2020. ⁹⁶	Syariah di Kota Langsa.	Menengah (UMKM) mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik. Artinya semakin meningkat kepercayaan dan promosi maka akan semakin meningkat minat pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa.
13	Munawar Thoharudin, Yulia Suriyanti, Fatkhan Amirul Huda. (Jurnal Bisnis dan Perbankan UMSIDA,6 No. 2,(2020). ⁹⁷	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Kal-bar Syariah Cabang Sintang.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Pembiayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan. Pada hasil perhitungan kuesioner mengenai Kualitas Pelayanan yang dimiliki oleh Bank Kalbar Syariah KCP Sintang, pengaruh yang diberikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit termasuk Baik.

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

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nur Muhammad adalah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan, promosi dan

⁹⁶ Zikriatul Ulya, "Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 9, NO 3, 2020.

⁹⁷ Munawar Thoharudin, Yulia Suriyanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Kal-Bar Syariah Cabang Sintang." *Jurnal Bisnis dan Perbankan UMSIDA* 6, No.2 (2020): 101-105.

pengambilan pembiayaan. Perbedaannya yaitu adalah lokasi, waktu penelitian dan sampel penelitian.

2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Roos Nana adalah sama-sama meneliti tentang promosi, pelayanan, dan pengambilan pembiayaan KUR. Dan perbedaannya adalah tempat penelitian yang dilakukan dan variabel independennya serta waktu penelitian yang digunakan.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Achamd Aprianor adalah sama-sama meneliti tentang promosi, pelayanan, dan pengambilan pembiayaan KUR. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat penelitian yang dilakukan, waktu penelitian yang digunakan, jumlah sampel dan alat analisis data yang digunakan.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Lida Nurholida adalah sama-sama meneliti tentang promosi dan pengambilan pembiayaan KUR. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian yang digunakan, jumlah sampel dan alat analisis data yang digunakan.
5. Persamaan penelitian ini dengan Feby Efelyna adalah sama-sama meneliti tentang promosi, pelayanan dan Keputusan Nasabah KUR. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian, sampel dan alat analisis data yang digunakan.
6. Persamaan penelitian ini dengan Andy Prasetya adalah sama-sama meneliti tentang Pelayanan, Promosi dan pengambilan pembiayaan

KUR. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian , jumlah sampel dan alat analisis data yang digunakan.

7. Persamaan penelitian ini dengan Doni Marlius, adalah sama-sama meneliti tentang kualitas Pelayanan, keputusan nasabah KUR. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian, sampel dan alat analisis data yang digunakan.
8. Persamaan penelitian ini dengan Nadya adalah sama-sama meneliti tentang, Promosi, kepercayaan, kualitas pelayanan dan pengambilan pembiayaan KUR. Dan perbedaannya adalah tempat, waktu penelitian, sampel dan alat analisis data yang digunakan.
9. Persamaan penelitian ini dengan Nofa Hari adalah sama-sama meneliti tentang , Kualitas Pelayanan dan keputusan mengambil kredit. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian yang digunakan, jumlah sampel dan alat analisis data yang digunakan.
10. Persamaan penelitian ini dengan Ismi Salamah adalah sama-sama meneliti tentang Kepercayaan dan keputusan pengambilan KUR. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian yang digunakan, jumlah sampel dan alat analisis data yang digunakan.
11. Persamaan penelitian ini dengan Ziriatul Ulya adalah sama-sama meneliti tentang kepercayaan, promosi dalam Pembiayaan Kredit

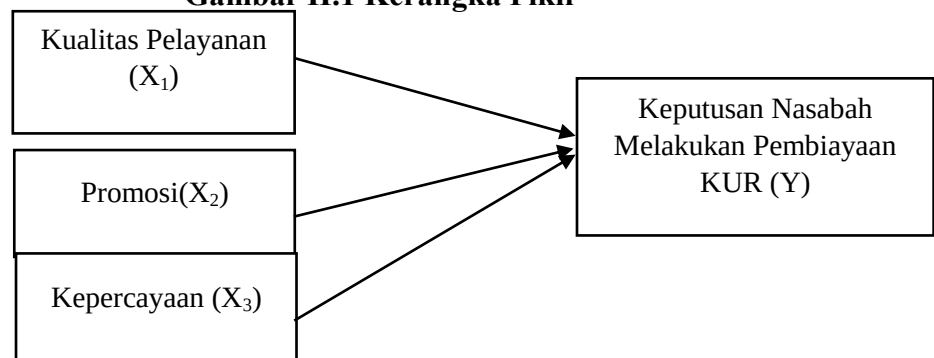
Usaha Rakyat. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian yang digunakan, jumlah sampel dan alat analisis data yang digunakan.

12. Persamaan penelitian ini dengan Atiek adalah sama-sama meneliti tentang Kualitas Layanan, dan Keputusan nasabah. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian yang digunakan, jumlah sampel dan alat analisis data yang digunakan.

13. Persamaan penelitian ini dengan Munawar adalah sama-sama meneliti tentang Kualitas Layanan, dan keputusan pengambilan pembiayaan. Dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah tempat, waktu penelitian yang digunakan, jumlah sampel dan alat analisis data yang digunakan.

C. Kerangka Pikir

Gambar II.1 Kerangka Pikir



Dari gambar II. 1 di atas dapat dilihat kerangka pikir penelitian ini adalah X_1 (Kualitas pelayanan) berpengaruh secara parsial terhadap Y (Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR), X_2 (Promosi) berpengaruh secara parsial terhadap Y (Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR), X_3 (Kepercayaan) berpengaruh secara parsial terhadap

Y (Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR) dan X_1 (Kualitas pelayanan), X_2 (Promosi) dan X_3 (Kepercayaan) berpengaruh secara simultan terhadap Y (Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR).

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya. Hipotesis berasal dari kata *hypo* (belum tentu) dan *tesis* (kesimpulan), hipotesis sebagai hubungan variabel yang diperkirakan sebagai logis di antara dua atau lebihnya variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan penelitian.⁹⁸

H_1 = Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan.

H_2 = Ada pengaruh promosi terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan.

H_3 = Ada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan.

⁹⁸ Dzali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), S hlm. 15.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Padangsidempuan yang beralamat di Jl. Sudirman No.130 A, Wek I, Padangsidempuan Utara, Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara 22711, Indonesia. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Juli 2024 dan berakhir pada bulan Juni 2025.

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel.⁹⁹ Penelitian kuantitatif adalah data yang berbentuk angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), promosi (X_2) dan kepercayaan (X_3), sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan nasabah melakukan pembiayaan (Y). Sedangkan pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif yaitu penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data yang menguji dan menjawab pertanyaan mengenai suatu objek yang di teliti.

⁹⁹ Noor, *Metodologi Penelitian, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, hlm. 38.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa objek, orang, transaksi atau kejadian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti dan kesimpulan-kesimpulan yang diambil darinya di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.¹⁰⁰ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan KUR pada Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan sebanyak 250 orang.¹⁰¹

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diteliti atau diamati.¹⁰²

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 250 orang. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel ketika jumlah populasi diketahui, namun ukuran sampel yang ideal belum diketahui secara pasti.

¹⁰⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 64.

¹⁰¹ Boy Candra, Selaku Security Bank BSI KC Padangsidempuan.

¹⁰² Eko Sudarmanto, *Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 141.

Berikut adalah rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (*margin of error*).

Dengan tingkat kesalahan sebesar 10% atau $e = 0,1$, maka perhitungan jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N^2}$$

$$n = \frac{250}{1 + 250(0,1)^2}$$

$$n = \frac{250}{1 + 2,5}$$

$$n = \frac{250}{3,5}$$

$$n = 71,43 \text{ atau } 71 \text{ responden.}$$

Berdasarkan perhitungan jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 71 sampel. Setelah sampel telah ditentukan jumlahnya maka Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, sehingga sampel

yang dipilih benar-benar relevan dengan tujuan penelitian.¹⁰³ Sampel yang di gunakan pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan pembiayaan KUR pada Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan strategi angket untuk mengumpulkan informasi. Angket adalah data yang diharapkan untuk menggambarkan mentalitas, keyakinan, perilaku, dan karakteristik dari sampel yang sistem organisasi yang sudah ada bisa mempengaruhinya. Angket dalam penelitian ini berisikan pertanyaan-pertanyaan logis yang berhubungan dengan penelitian. Motivasi dibalik digunakannya teknik ini untuk mendapatkan data penting dan mendapatkan data yang memiliki legitimasi tinggi karena ditanyakan secara logis kepada objek penelitian.¹⁰⁴

Penelitian ini adalah penelitian yang sumber datanya menggunakan pengumpulan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung atau tidak langsung melalui perantara dan sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*, teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, dan penyebaran angket.¹⁰⁵

¹⁰³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm, 85.

¹⁰⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 129.

¹⁰⁵ Budi Gautama Siregar, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2021, hlm. 102.

1. Wawancara

Wawancara suatu teknik pengumpulan data yang lain dengan pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan yang akan di wawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung melalui Telepon ataupun memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab kepada kesempatan lain.¹⁰⁶ Wawancara yang dilakukan penelitian ini dalam memperoleh data awal dari penelitian yaitu dengan mewawancarai beberapa nasabah pengguna KUR pada BSI KC Padangsidimpuan.

2. Angket

Angket (*kuesioner*) merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁰⁷ Jadi angket merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan untuk di isi oleh nasabah pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidimpuan untuk memperoleh suatu informasi.

Yang di mana dalam angket ini peneliti mengajukan pertanyaan tertulis dengan menyediakan jawaban kepada responden untuk penelitian ini. Angket yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai berikut:

¹⁰⁶ Setyo Tri Wahyudi, *Statistik Ekonomi Konsep, Teori Dan Penerapan*, n.d, hlm. 31.

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D Cetakan Ke 22* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 142.

Tabel III. 1 Skala Likert

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

Dalam penyusunan angket, responden akan diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang akan diajukan. Adapun kisi-kisi angketnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel III. 2 Kisi-kisi Angket

No.	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1	Keputusan Nasabah Melakukan pembiayaan KUR (Y)	1. Kebutuhan Modal Usaha.	1,2,
		2. Kemudahan Proses Pengajuan.	3,4
		3. Kemampuan Membayar angsuran.	5,6
2	Kualitas Pelayanan (X_1)	1. <i>Tangible</i> (berwujud).	1,2
		2. <i>Reliability</i> (keandalan).	3,4
		3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap).	5,6
		4. <i>Assurance</i> (jaminan).	7,8
		5. <i>Emphaty</i> (empati).	9,10
3	Promosi (X_2)	1. Kampanye Pemasaran dan Sosialisasi	1,2
		2. Penyuluhan dan Edukasi Kepada Pelaku Usaha.	3,4
4	Kepercayaan (X_3)	1. Kejelasan Informasi dan Transparansi.	1,2,
		2. Reputasi Lembaga Keuangan	3,4
		3. Komitmen Untuk Mendukung Nasabah	5,6

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, dapat berupa gambar, momen, tulisan atau karya dari seseorang. Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berupa gambar atau foto. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah peneliti.¹⁰⁸

E. Teknik Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.¹⁰⁹ Tujuan analisis data adalah mendapatkan informasi yang relevan yang terkandung di dalam data tersebut dan menggunakan hasilnya untuk menyelesaikan suatu masalah. Maka pada penelitian ini teknik analisis data yang di gunakan adalah SEM (*Structure Equation Model*) dengan program Smart PLS.

Penelitian ini menggunakan model *structural equation modeling* (SEM) dengan metode *partial least square* (PLS). SEM mampu menguji model penelitian yang kompleks secara simultan. Kebelilah SEM dalam hal ini mampu mengestimasi model secara serempak (simultan) sehingga

¹⁰⁸ DKK Nurhadi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2021).

¹⁰⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*, hlm. 206.

lebih tepat dalam pengujian teori. SEM dapat menganalisis model secara keseluruhan sehingga membantu peneliti dalam menyimpulkan apakah model menurut teori tersebut didukung oleh data. Menurut Jagiyanto Analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen dan variabel independen.¹¹⁰

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer Model adalah nilai korelasi antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Kegunaan dari *outer model* ini adalah untuk mengukur seberapa erat hubungan antara indikator dan variabel latennya. Masing-masing indikator berguna untuk mengukur seberapa baik suatu variabel laten dalam menjelaskan atau menyerap informasi dari indikatornya.

Dalam SEM, biasanya nilai *outer model* diperiksa atau dievaluasi pertama kali. Nilai *model* 0,7 dapat diterima karena paling sedikit $0,7 = 50\%$ variabilitas dari suatu indikator telah diserap oleh variabel laten yang telah terbentuk.

a. Validitas Konvergen

Ukuran untuk indikator reflektif individual dapat dikatakan tinggi apabila nilai faktor loading lebih dari 0,7 dengan konstruk yang diukur. Tidak hanya nilai *cross loading*, model pengukuran uji validitas konvergen juga dilihat dari nilai *Average Variance*

¹¹⁰ Arkas Viddy, *SmartPLS Untuk Vokasi* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2024), hlm. 16.

Extracted (AVE). Nilai AVE bisa diterima Ketika nilai lebih besar dari 0,50. Nilai AVE 0,50 serta lebih tinggi, menunjukkan tingkatan yang layak untuk validitas konvergen, yang berarti bahwa variabel laten menjelaskan lebih dari separuh dari keragaman indikator.¹¹¹

b. Validitas Diskriminan

Validasi diskriminan mengukur seberapa jauh suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk yang lain. Nilai validasi diskriminan yang tinggi memberikan fakta bahwa suatu konstruk dikatakan unik serta dapat menangkap fenomena yang diukur. Uji validitas diskriminan dapat dilihat berdasarkan nilai *cross loading* pengukuran dari konstruksya.¹¹²

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, serta ketetapan instrumen dalam mengukur konstruk. Uji Reliabilitas dalam PLS mampu menggunakan 2 metode yakni *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability*. Bahwa *rule of thumb*

¹¹¹ Ayatulloh and Dwi Kismayanti Respati Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smartpls* (Tangerang: Pascal Books, 2022), hlm. 10.

¹¹² Ayatulloh Michael Mu Ayatulloh and Dwi Kismayanti Respati Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smartpls* (Tangerang: Pascal Books, 2022), hlm. 10. syaffi, Hera Khairunnisa, hlm. 10.

nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0,7.¹¹³

2. Model Struktural (*Inner Model*)

a. R-Square

Nilai R-square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R-Square berkisar dari 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan akurasi prediksi yang lebih tinggi juga. Demikian, sebagai aturan nilai R-square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat dianggap kuat, moderat (sedang), dan lemah.¹¹⁴

b. F-Square

Uji F-Square merupakan prosedur yang dilaksanakan untuk mengetahui perubahan R-square pada konstruk endogen perubahan nilai R-square tersebut memperlihatkan pengaruh konstruk endogen terhadap konstruk endogen terkait dengan keberadaan substantif pengaruhnya. Nilai F-square kategori kecil 0,02, kategori menengah 0,15, dan kategori besar yakni 0,35.¹¹⁵

¹¹³ Ayatullo Ayatulloh and Dwi Kismayanti Respati Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smartpls* (Tangerang: Pascal Books, 2022), hlm. 11.

¹¹⁴ Ayatulloh and Dwi Kismayanti Respati Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smartpls* (Tangerang: Pascal Books, 2022), hlm. 11.

¹¹⁵ Ayatulloh and Dwi Kismayanti Respati Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smartpls* (Tangerang: Pascal Books, 2022), hlm. 13.

3. Uji Hipotesis

Analisis hubungan ini dengan terlebih dulu melakukan resampling dengan mengenakan metode *bootstrapping* terhadap sampe. Hasil *bootstrapping* yang didapat merupakan nilai *t-statistik* pada setiap jalur hubungan yang digunakan guna menguji suatu hipotesis.

a. *Path Coeffisien*

Uji hipotesis yang di gunakan dalam model PLS-SEM adalah *t-statistic*. Hasil uji *t-Statistic* dapat dilihat dari nilai original samole untuk melihat pengaruh positif atau negatif nilai *p-value* untuk melihat signifikan.

- 1) Jika nilai *P-Value* $< 0,1$, maka signifikan.
- 2) Jika nilai *P-Value* $> 0,1$, maka tidak signifikan.¹¹⁶

¹¹⁶ Ayatulloh and Dwi Kismayanti Respati Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smartpls* (Tangerang: Pascal Books, 2022), hlm. 13.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Umum PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 Hijriah menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ke tiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, Universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil- 'Aalamiin*).

Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan berada di pusat kota yang beralamat di Jalan Sudirman No. 49, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan yang berada di Jl. Sudirman No. 49, kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara. Wilayah kerja Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan berada di lingkungan Kota Padangsidimpuan. Baik pada Kecamatan Padangsidimpuan Selatan, Padangsidimpuan Utara, Padangsidimpuan Tenggara, dan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan juga mencakup wilayah Kabupaten Tapanuli Selatan dan Kabupaten Mandailing Natal. Ini dapat dilihat dari data nasabah yang berasal dari Kabupaten Tapanuli Selatan dan Kabupaten Mandailing Natal.

2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

a. Visi

Menjadi top 10 Bank Syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun.

b. Misi

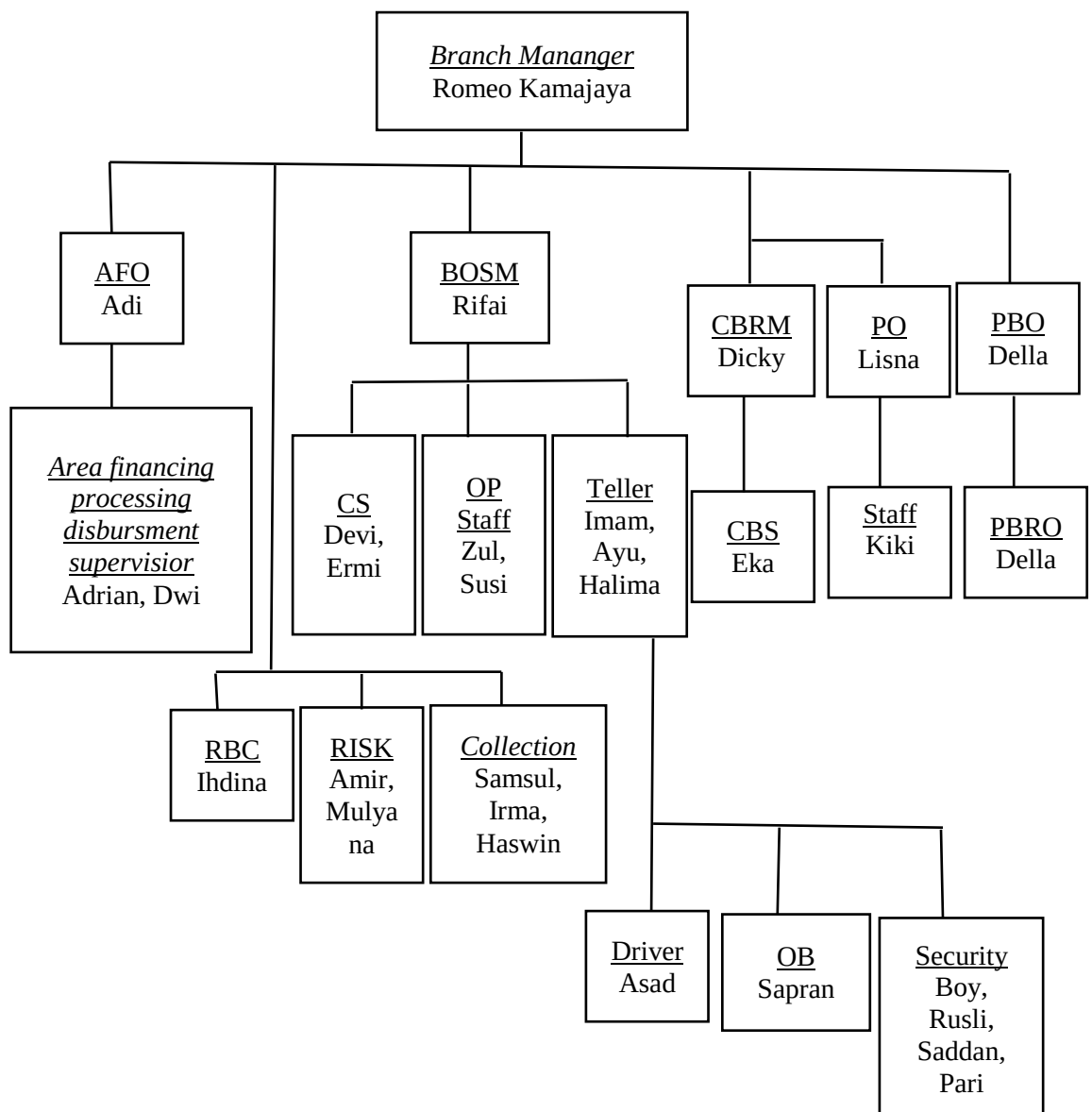
- 1) Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia. Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia dan valuasi kuat.

- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC

Padangsidempuan

Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

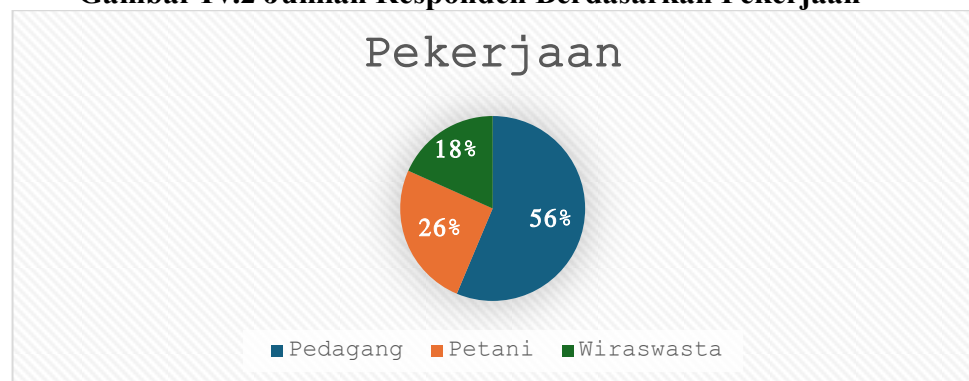


B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan penelitian ini dilakukan dengan penyebaran angket kepada 71 responden nasabah Pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidempuan. Di mana dalam penyebaran angket pada penelitian ini para responden memberikan nilai atau jawaban terhadap pernyataan yang dianggap sesuai dengan yang dirasakan responden pada setiap variabelnya.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar IV.2 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan



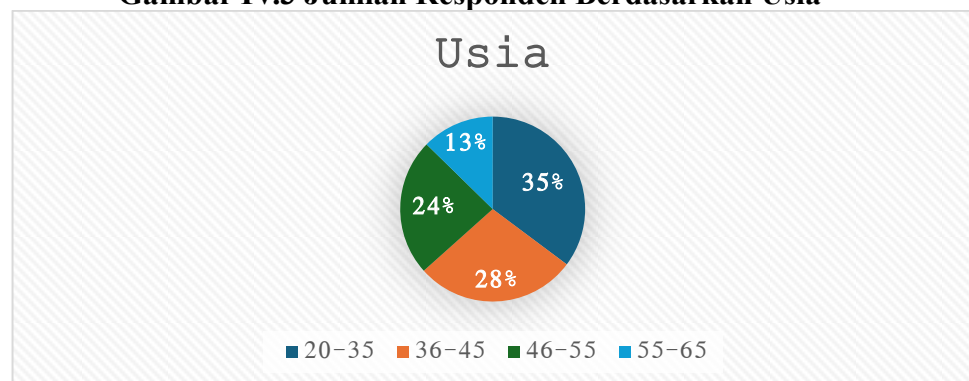
Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan gambar IV.2 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan Pedagang sebanyak 40 orang (56%), jumlah responden berdasarkan pekerjaan Petani sebanyak 18 orang (26%) dan jumlah responden berdasarkan pekerjaan wiraswasta sebanyak 13 orang (18%).

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia dibagi menjadi 4 kelompok, dapat dilihat pada gambar IV.3.

Gambar IV.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

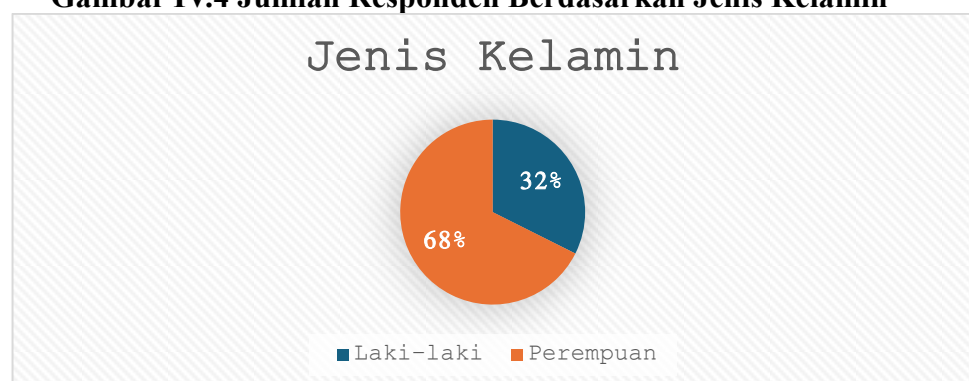


Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan gambar IV.3 di atas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu, pada usia 20-35 tahun sebanyak 25 orang (35%), pada usia 36-45 tahun sebanyak 20 orang (28%), pada usia 46-55 tahun sebanyak 17 orang (24%) dan pada usia 55-65 tahun sebanyak 9 orang (13%).

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar IV.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer Diolah 2025

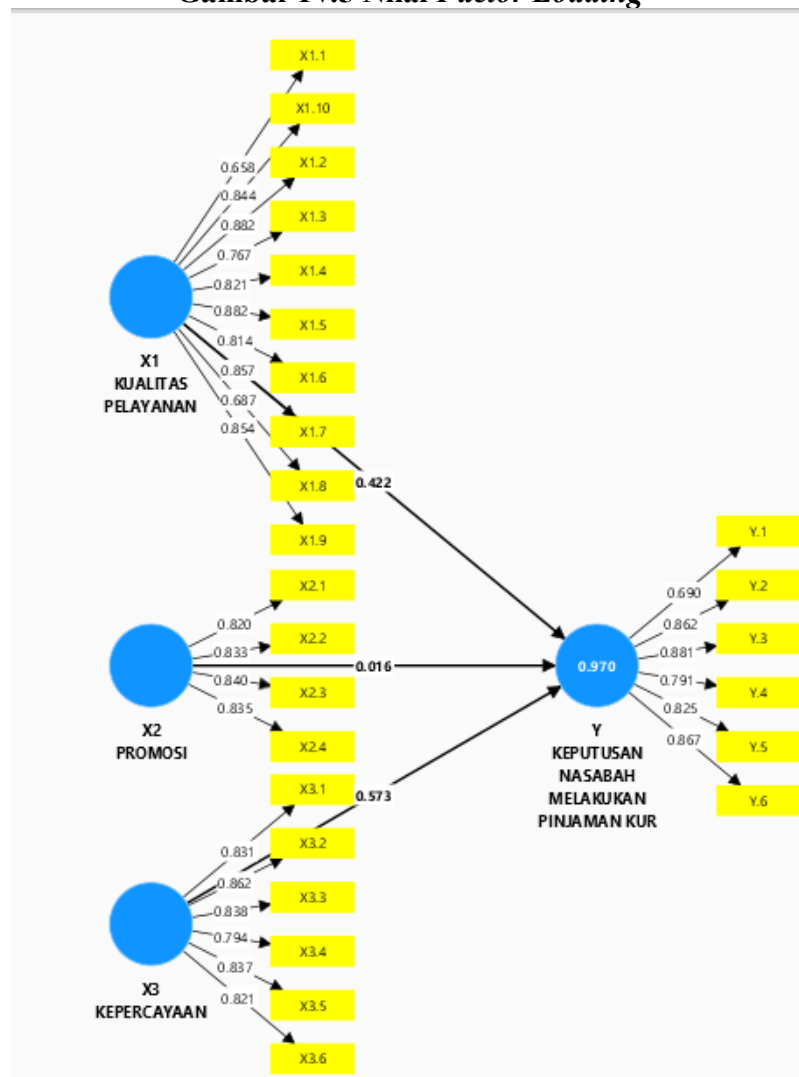
Berdasarkan gambar IV.4 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan dengan jumlah perempuan sebanyak 48 orang (68%) dan laki-laki sebanyak 23 orang (32%).

C. Analisis Data

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Uji Validitas Konvergen

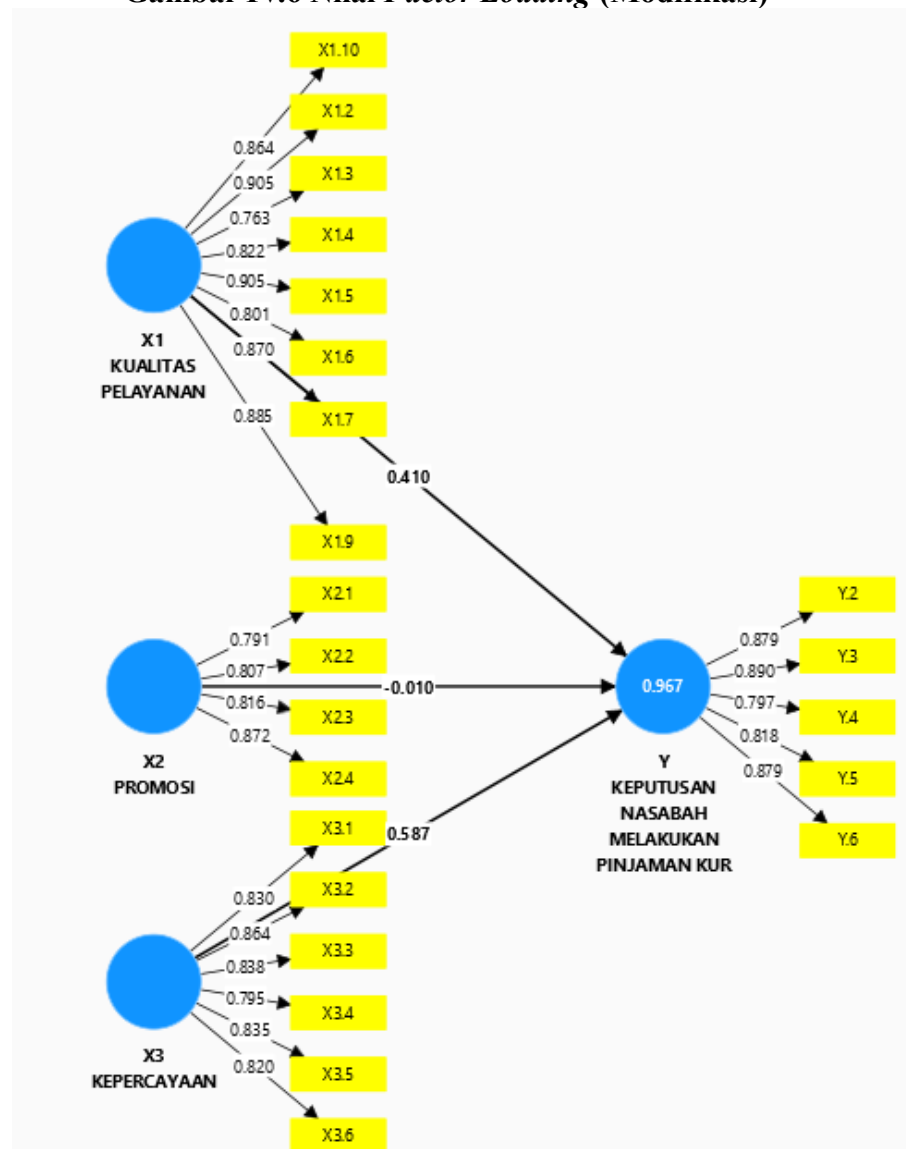
Gambar IV.5 Nilai *Factor Loading*



Sumber: SmartPls, 2025

Dari gambar IV.5 di atas, dapat dilihat ada beberapa indikator yang belum memenuhi syarat nilai *factor loading* $> 0,70$ yaitu pada indikator $X_{1.1}$, $X_{1.8}$ dan $Y.1$ yang berarti indikator harus dihilangkan dan dilakukan pengujian ulang.

Gambar IV.6 Nilai *Factor Loading* (Modifikasi)



Sumber: SmartPls, 2025

Pada Gambar IV.6 di atas, dapat dilihat setelah indikator $X_{1.1}$, $X_{1.8}$ dan $Y.1$ dihilangkan, maka didapatkan hasil baru yang

mana nilai *factor loading* pada setiap indikator bernilai $>0,70$, sehingga dapat dikatakan indikator dalam model ini telah memenuhi syarat uji validasi konvergen.

Tabel IV.1 Nilai AVE (*Average Variant Extracted*)

Variabel	Kriteria	AVE
Kualitas Pelayanan	$>0,5$	0,728
Promosi		0,676
Kepercayaan		0,690
Keputusan Nasabah melakukan pembiayaan KUR		0,728

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel IV.1 di atas, dapat dilihat nilai AVE (*Average Variant Extracted*) pada semua variabel bernilai $> 0,50$ hal tersebut sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

b. Uji Validitas Diskriminan

Tabel IV.2 Nilai *Cross Loading*

Indikator	X ₁	X ₂	X ₃	Y
X _{1.2}	0,905	0,052	0,848	0,861
X _{1.3}	0,763	0,220	0,750	0,720
X _{1.4}	0,822	0,172	0,704	0,727
X _{1.5}	0,905	0,011	0,848	0,861
X _{1.6}	0,801	0,103	0,759	0,791
X _{1.7}	0,870	0,176	0,037	0,788
X _{1.9}	0,885	0,059	0,132	0,836
X _{1.10}	0,864	0,157	0,779	0,100
X _{2.1}	0,071	0,791	0,132	0,046
X _{2.2}	0,034	0,807	0,072	0,098
X _{2.3}	0,079	0,816	0,147	0,203
X _{2.4}	0,173	0,872	0,229	0,825
X _{3.1}	0,803	0,125	0,830	0,801
X _{3.2}	0,805	0,036	0,864	0,810
X _{3.3}	0,750	0,240	0,838	0,788
X _{3.4}	0,759	0,161	0,795	0,775
X _{3.5}	0,720	0,291	0,835	0,373
X _{3.6}	0,696	0,092	0,820	0,803

Y.2	0,819	0,030	0,867	0,879
Y.3	0,763	0,220	0,850	0,890
Y.4	0,738	0,157	0,750	0,797
Y.5	0,801	0,103	0,810	0,818
Y.6	0,756	0,220	0,826	0,879

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS, 2025

Selanjutnya salah satu kriteria yang dilakukan untuk uji validitas diskriminan yaitu dengan melihat nilai *cross loading* pada setiap indikator variabel yang diukur. Di mana nilai *cross loading* pada indikator variabel itu sendiri harus lebih besar dibandingkan dengan indikator variabel lainnya. Berdasarkan Tabel IV.2 di atas dapat dilihat bahwa nilai *cross loading* pada setiap indikator variabel itu sendiri dalam model ini sudah lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *cross loading* indikator variabel lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria dalam uji validitas diskriminan.

c. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas dapat dilihat dengan melihat nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* yang mana suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* >0.70 . Berikut tabel IV.3 untuk melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* pada setiap variabel dalam penelitian.

Tabel IV.3 *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
----------	----------------------------------	-----------------------------	------------

X ₁ .Kualitas Pelayanan	0,955	0,946	Reliabel
X ₂ Promosi	0,893	0,863	Reliabel
X ₃ .Kepercayaan	0,930	0,910	Reliabel
Y Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	0,930	0.906	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPls. 2025

Dari tabel IV.3 di atas, dapat dilihat bahwa semua variabel telah memenuhi syarat yang telah ditentukan yakni pada nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* > 0.70 hal ini dapat dikatakan semua variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat *realibilitas* yang sesuai.

2. Model Struktural (*Inner Model*)

a. R-Square

Nilai R-Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam suatu model penelitian. Nilai ini berada pada rentang 0 hingga 1, dengan kategori interpretasi sebagai berikut: nilai antara 0,1 hingga 0,3 menunjukkan bahwa model bersifat lemah, nilai antara 0,3 hingga 0,6 menunjukkan bahwa model bersifat moderat, dan nilai antara 0,6 hingga 1,0 menunjukkan bahwa model termasuk kuat. Berikut Tabel IV.4 untuk melihat besarnya nilai R-Square Pada penelitian ini.

Tabel IV.4 R-Square

Variabel	R-Square
Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	0,967

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPls, 2025

Berdasarkan tabel IV.4 di atas, dapat dilihat bahwa variabel Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.967 yang berarti dinyatakan model pada penelitian ini dinyatakan model kuat, yang mana dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, variabel promosi, dan variabel kepercayaan mampu menjelaskan variabel Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR sebesar 96,7% dan sisanya sebanyak 3,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

b. *F-Square*

Tabel IV.5 Hasil *effect size*

	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Promosi (X ₂)	Kepercayaan (X ₃)	Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y)
Kualitas Pelayanan (X ₁)				0,461
Promosi (X ₂)				0,003
Kepercayaan (X ₃)				0,922
Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y)				

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel IV.5 di atas, dapat dijelaskan bahwa:

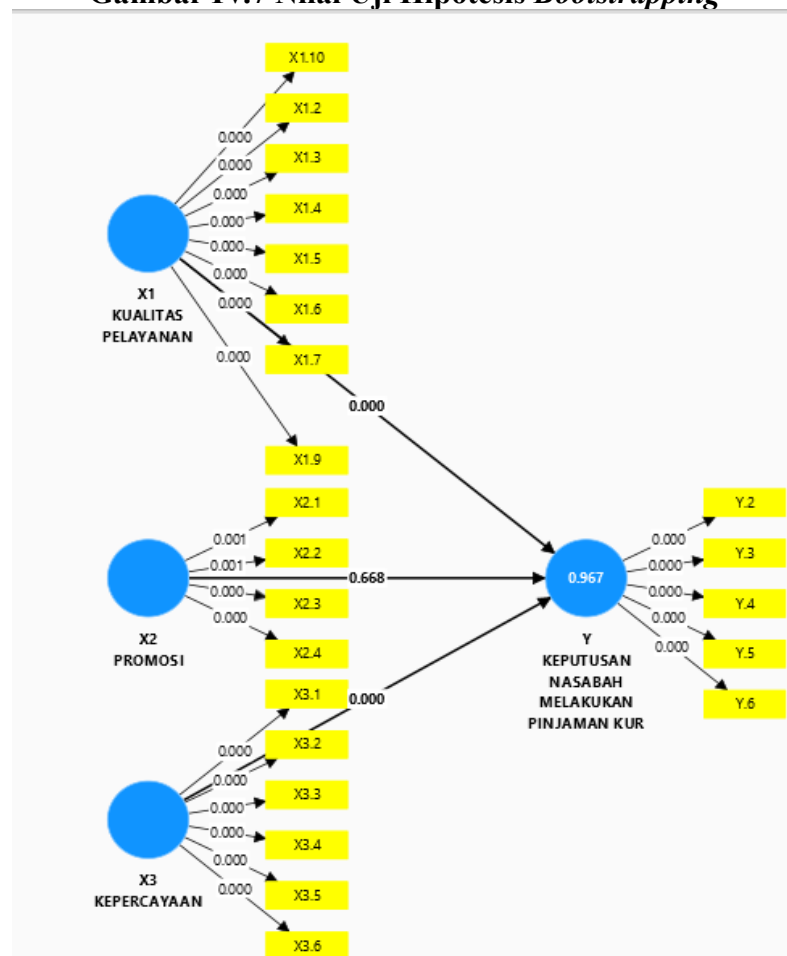
- 1) Nilai *F-Square* sebesar 0,052, maka pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y) termasuk dalam kategori besar.

- 2) Nilai F- *Square* sebesar 0,003, maka pengaruh Promosi (X_2) terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y) termasuk dalam kategori tidak signifikan.
- 3) Nilai F- *Square* sebesar 1,028, maka pengaruh Kepercayaan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y) termasuk dalam kategori besar.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat dilakukan dengan melakukan *bootstrapping*.

Gambar IV.7 Nilai Uji Hipotesis *Bootstrapping*



Sumber: SmartPLS, 2025

a. *Path Coeffisien***Tabel IV.6 Nilai *Path Coeffisien***

Variabel	<i>Original Sample</i>	<i>P-Values</i>
Kualitas Pelayanan -> Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	0,410	0,000
Promosi -> Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	-0,010	0,668
Kepercayaan -> Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	0,587	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPls, 2025

Berdasarkan tabel IV.6 di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) $X_1-Y = 0,140$ (positif). *P-Value* $0,000 < 0,1$, maka Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y).
- 2) $X_2-Y = -0,010$ (negatif). *P-Value* $0,672 > 0,1$ (tidak signifikan), maka Promosi (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y).
- 3) $X_3-Y = 0,587$ (positif). *P-Value* $0,000 < 0,1$ (signifikan), maka Kepercayaan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit

Usaha Rakyat (KUR) Di BSI KC Padangsidimpuan. Data diolah dengan menggunakan bantuan SmartPLS 3. Berdasarkan hasil analisis maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

Kualitas pelayanan dibangun atas dasar kemampuan suatu lembaga dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat atau pengguna jasa.¹¹⁷ Dalam konteks lembaga keuangan, kualitas pelayanan menjadi elemen penting karena dapat memengaruhi persepsi dan keputusan nasabah dalam memilih layanan pembiayaan. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR.

Hasil penelitian ini tidak menolak teori *Servqual* yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry serta teori *Customer Decision Making Process*. Dalam perspektif teori *Servqual*, kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Ketika kelima dimensi tersebut terpenuhi dengan baik oleh pihak penyedia jasa keuangan, maka kepercayaan dan kepuasan nasabah meningkat, sehingga mendorong mereka untuk mengambil keputusan pembiayaan.

¹¹⁷ Abdul Wahab Zein, *Manajemen Pelayanan Publik: Teori Dan Aplikasi*, 2015, hlm. 45.

Sementara itu, dalam perspektif teori *Customer Decision Making Process*, keputusan nasabah tidak hanya didasarkan pada kebutuhan akan modal usaha, tetapi juga pada pengalaman interaksi mereka dengan pelayanan yang diberikan. Jika pelayanan dianggap berkualitas dan memuaskan, maka nasabah cenderung mengambil keputusan secara positif terhadap pembiayaan KUR. Dengan demikian, meskipun terdapat banyak faktor yang memengaruhi keputusan pembiayaan, kualitas pelayanan menjadi salah satu elemen kunci yang tidak dapat diabaikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadya, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR di Bank BRI Unit Kuto Palembang.¹¹⁸ Hasil penelitian ini didukung oleh Atiek Elyghasyah, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.¹¹⁹

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Doni Marlius, menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan KUR.¹²⁰

¹¹⁸ Nadya, "Pengaruh, Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank Bri Unit Kuto Palembang," (Universitas Sriwijaya Palembang, 2022).

¹¹⁹ Atiek Elyghasyah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman, Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)," (Skripsi Uin syarif Hidayatullah Jakarta, 2024).

¹²⁰ Doni Marlius, "Keputusan Nasabah KUR Dilihat Dari Suku Bunga Dan Kualitas Pelayanan Pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang,," *Jurnal Pundi* 4, no. 3 (2020).

Dengan kualitas pelayanan yang baik, keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan KUR dapat terwujud secara lebih optimal. Kualitas pelayanan yang memenuhi lima dimensi Servqual, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, sehingga mendorong mereka untuk mengambil keputusan pembiayaan secara positif. Hal ini memperkuat posisi kualitas pelayanan sebagai elemen kunci dalam proses pengambilan keputusan nasabah. Dengan demikian, kualitas pelayanan berperan penting tidak hanya dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, tetapi juga dalam meningkatkan efektivitas program pembiayaan KUR secara keseluruhan. Kualitas pelayanan yang baik akan mempermudah akses dan mempercepat proses pembiayaan, sehingga manfaat pembiayaan dapat segera dirasakan oleh pelaku usaha kecil dan menengah sebagai sasaran utama program KUR. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi perhatian utama bagi lembaga keuangan penyalur KUR agar program ini dapat berjalan dengan lebih efektif dan berdampak positif.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

Promosi merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap produk atau jasa

yang ditawarkan.¹²¹ Dalam konteks lembaga keuangan, promosi digunakan untuk memperkenalkan produk pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) kepada calon nasabah serta membentuk persepsi positif terhadap produk tersebut. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR

Hasil penelitian ini menolak asumsi dasar dalam teori promosi pada bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menyatakan bahwa promosi selalu menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Dalam konteks pembiayaan KUR, hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan. Meskipun promosi dapat meningkatkan kesadaran akan produk, namun dalam praktiknya, keputusan nasabah lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kebutuhan mendesak atas modal usaha. Dalam perspektif teori pemasaran tradisional, promosi dianggap sebagai sarana utama untuk membentuk persepsi dan mendorong tindakan konsumen. Namun, dalam realitas lapangan, terutama pada sektor mikro dan UMKM, pendekatan personal dan hubungan kepercayaan justru lebih menentukan dibandingkan dengan paparan informasi promosi yang bersifat umum.

¹²¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 179.

Oleh karena itu, peran promosi dalam pembiayaan KUR dinilai tidak sekuat yang diasumsikan dalam teori pemasaran klasik.¹²²

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Roos Nana, Suprianto, Dedi Murtidiadi, menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR.¹²³ Hasil penelitian ini didukung oleh Nadya, menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan KUR.¹²⁴

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andy Prasetya Budy Nugroho, menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pengambilan KUR.¹²⁵

Berdasarkan wawancara dengan nasabah pembiayaan KUR, ada beberapa alasan kenapa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR.

- a. Beberapa nasabah KUR mengaku bahwa mereka jarang mendapatkan informasi promosi secara langsung dari lembaga penyalur. Informasi yang disampaikan melalui media sosial atau

¹²² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 185.

¹²³ Dedi Murtidiadi Roos Nana, Suprianto, "Analisis Pengaruh Promosi Lokasi Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bri Desa Jaya Makmul Kecamatan Labangka).," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 3 (2020).

¹²⁴ Nadya, "Pengaruh, Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank Bri Unit Kuto Palembang."

¹²⁵ A. Agus Priyono Andy Prasetya Budy Nugroho, Nurhidayah, "Pengaruh Promosi, Pelayanan, Dan Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan).," *Jurnal Riset Manajemen* 11, no. 11 (2022): 68–72.

iklan digital kurang efektif menjangkau mereka, yang mungkin disebabkan oleh rendahnya literasi digital dan kurangnya akses internet di kalangan pelaku UMKM. Meskipun promosi dilakukan secara masif, jika nasabah tidak aktif mencari informasi atau kurang familiar dengan media tersebut, maka promosi menjadi kurang berdampak pada keputusan mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa metode promosi yang kurang personal menjadi kendala dalam menjangkau sasaran utama KUR.

- b. Dari hasil wawancara juga terungkap bahwa sebagian besar nasabah lebih mengandalkan rekomendasi dari sesama pelaku usaha atau interaksi langsung dengan petugas lembaga keuangan. Mereka menyatakan bahwa pengalaman nyata dan kepercayaan yang terbangun melalui pendekatan personal lebih mempengaruhi keputusan pengajuan pembiayaan dibandingkan dengan informasi promosi formal. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang bersifat umum dan informatif tidak selalu mampu memengaruhi keputusan nasabah secara signifikan.

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR

Kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan.¹²⁶ Dalam konteks pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR), kepercayaan menjadi faktor penting yang

¹²⁶ Mardiasmo, *Kuntansi Sektor Publik* (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), hlm. 121.

memengaruhi keputusan nasabah untuk mengajukan pembiayaan. Ketika nasabah percaya bahwa lembaga penyalur KUR dapat memberikan kemudahan, keamanan, dan dukungan usaha, maka mereka akan cenderung mengambil keputusan untuk memanfaatkan layanan pembiayaan tersebut. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR.

Hasil penelitian ini tidak menolak teori kepercayaan menurut Kotler dan teori perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR. Dalam perspektif teori kepercayaan, hubungan antara lembaga keuangan dan nasabah dibangun atas dasar keyakinan bahwa lembaga akan bertindak jujur, konsisten, dan dapat diandalkan. Apabila nasabah merasa yakin terhadap integritas dan kredibilitas lembaga penyalur KUR, maka mereka akan lebih terbuka untuk mengambil keputusan pembiayaan. Menurut teori perilaku nasabah, keputusan pembiayaan tidak hanya ditentukan oleh faktor rasional seperti suku bunga atau prosedur teknis, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti rasa aman dan kepercayaan terhadap institusi keuangan. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi elemen emosional yang mampu mendorong

nasabah untuk merasa nyaman dan yakin dalam mengakses layanan pembiayaan.¹²⁷

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ismi Salamah dan Ajat Sudrajat, menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit usaha rakyat (KUR) bank BRI Unit Jalan Kabupaten Karawang.¹²⁸

Hasil penelitian ini didukung oleh Zikratu Ulya, menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa.¹²⁹

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadya, menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank BRI Unit Kuto Palembang.¹³⁰

Kepercayaan menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan yang kokoh antara nasabah dan lembaga keuangan penyalur KUR. Kepercayaan yang tinggi terhadap integritas, kredibilitas, dan konsistensi lembaga penyalur memberikan rasa aman dan keyakinan

¹²⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 109.

¹²⁸ Ismi Salamah & Ajat Sudrajat, "Pengaruh Word Of Mouth Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan KUR Bank BNI Unit Jalan Baru Karawang," *Jurnal of Economic, Bussenis and Accounting* 4, no. 2 (2021).

¹²⁹ Zikriatul Ulya, "Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 9, no. 3 (2020): 352–65.

¹³⁰ Nadya, "Pengaruh, Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank Bri Unit Kuto Palembang."

bagi nasabah dalam mengambil keputusan pembiayaan. Dengan demikian, kepercayaan tidak hanya menjadi faktor rasional, tetapi juga elemen emosional yang mendorong nasabah untuk memanfaatkan layanan KUR secara aktif.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masuk memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu lokasi, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Padangsidempuan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasi untuk seluruh nasabah BSI di wilayah atau daerah lain yang mungkin memiliki karakteristik sosial, ekonomi, atau budaya yang berbeda.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup tiga faktor, yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan. Padahal dalam kenyataannya, terdapat banyak faktor lain yang mungkin juga memengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KUR.
3. pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan kuesioner tertutup. Hal ini membatasi peneliti dalam menggali

pendapat atau alasan mendalam dari nasabah terkait keputusan mereka, karena respon yang diberikan hanya terbatas pada pilihan jawaban yang tersedia. Wawancara hanya dilakukan secara terbatas untuk pelengkap data, sehingga nuansa kualitatif belum tergali secara optimal.

Meskipun demikian peneliti tetap harus berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Akhirnya dengan doa dan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan semoga penelitian selanjutnya lebih disempurnakan lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai ”Pengaruh Kualitas pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha rakyat (KUR)”, berdasarkan latar belakang masalah, kajian teori, dan penngelolaan data serta pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidimpuan.
2. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidimpuan.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR pada BSI KC Padangsidimpuan.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada nasabah, khususnya dalam proses pembiayaan KUR. Pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif bagi nasabah dan mendorong mereka untuk melakukan pembiayaan. Jika kualitas pelayanan ditingkatkan secara konsisten, maka kepercayaan

nasabah terhadap bank juga akan meningkat. Hal ini akan berdampak langsung pada keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan syariah secara berkelanjutan.

2. Kepercayaan terbukti berperan penting dalam mendorong nasabah melakukan pembiayaan KUR. Oleh karena itu, pihak bank perlu menjaga transparansi dalam proses pembiayaan, menjelaskan secara rinci akad-akad yang digunakan, dan memastikan bahwa seluruh prosedur dilakukan sesuai prinsip syariah. Kepercayaan yang tinggi akan memperkuat loyalitas nasabah terhadap produk-produk bank syariah.
3. Temuan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh signifikan menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan selama ini masih belum efektif dalam menarik minat nasabah. Ini menjadi indikator bahwa strategi promosi perlu dievaluasi dan diarahkan tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk memberikan edukasi mengenai keunggulan dan kehalalan pembiayaan KUR syariah. Dengan strategi yang lebih tepat sasaran, promosi akan menjadi alat yang lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi nasabah.

C. Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian ini untuk pengguna penelitian ini:

1. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia, diharapkan dapat lebih fokus dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun kepercayaan

nasabah. Pelatihan karyawan, sistem pelayanan yang responsif, serta transparansi dalam menyampaikan informasi produk syariah merupakan hal penting yang harus diprioritaskan.

2. Bagi pengelola promosi BSI, sebaiknya mulai merancang bentuk promosi yang lebih edukatif dan langsung menyentuh kebutuhan masyarakat. Promosi dapat dilakukan melalui penyuluhan UMKM, pelatihan kewirausahaan berbasis syariah, serta pemanfaatan media sosial yang lebih interaktif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti religiusitas, kemudahan prosedur, atau persepsi risiko untuk mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh. Penelitian juga dapat dilakukan di cabang bank syariah lainnya untuk memperluas generalisasi hasil penelitian.
4. Bagi akademisi dan institusi pendidikan, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk pengembangan ilmu di bidang pemasaran perbankan syariah serta kontribusi dalam menumbuhkan minat mahasiswa terhadap topik keuangan Islam dan literasi keuangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianor, A., Karlina, K., & Nur Azizah, L. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Paser Tanah Grogot. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 339–352.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ayatulloh, M. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS*. Tangerang: Pascal Books.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Dzali. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Efelyna, F. (2022). Analisis pengaruh promosi lokasi pelayanan dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada BRI Cabang Kebumen. *Jurnal Investasi Penelitian*, 3(3AD).
- Elyghasyah, A. (2024). Pengaruh kualitas layanan, prosedur pinjaman, dan persepsi harga terhadap keputusan nasabah sebagai variabel intervening dalam melakukan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR). (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Firdaus, A. A., Karlina, K., & Nur Azizah, L. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Paser Tanah Grogot. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 339–352.
- Gautama, B. S. (2021). *Metode penelitian ekonomi dan bisnis*. Medan: CV Merdeka Kreasi Group.
- Gautama, B. S. (2018). Pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan Marhamah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v4i1.1060>
- Gefen, D. A. (2018). *E-commerce: The role of familiarity and trust*. New York: Springer.
- Hapsari, D., & Setiawan, M. (2021). *Kepercayaan dan keputusan pembiayaan pada UMKM di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hasibuan, A. N. (2018). Strategi pemasaran produk funding di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuan. *IJurnal MARA*, 2(1), 52.
- Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- KBBI. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (5th ed.). Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Harlow: Pearson Education.

- Kurniawan, A. (2022). *Manajemen risiko pembiayaan KUR dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Bandung: Alfabeta.
- Mardiasmo. (2009). *Akuntansi sektor publik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Marlius, D. (2020). Keputusan nasabah KUR dilihat dari suku bunga dan kualitas pelayanan pada Bank Mandiri Cabang Imam Bonjol Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3).
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS*. Tangerang: Pascal Books.
- Nadya. (2022). Pengaruh promosi, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank BRI Unit Kuto Palembang. (Skripsi, Universitas Sriwijaya Palembang).
- Noor, J. (2016). *Metodologi penelitian, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nurbani, I., & Djuanda, N. (2023). *Peran kepercayaan dalam pembiayaan mikro dan kecil: Studi kasus pada program KUR di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Nurhadi, et al. (2021). *Metode penelitian ekonomi Islam*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Nurholida, L. (2024). Pengaruh pengetahuan produk, citra merek, promosi dan lokasi terhadap minat pelaku UMKM menggunakan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Syariah Indonesia di Kota Pandeglang. (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Prasetya, A., Nugroho, B., Nurhidayah, & Priyono, A. A. (2022). Pengaruh promosi, pelayanan, dan trust terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(11).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2014). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New Delhi: Sage Publications.
- Roos, N., Suprianto, S., & Murtidiadi, D. (2020). Analisis pengaruh promosi lokasi pelayanan dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (studi kasus pada nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3).
- Salamah, I. (2021). Pengaruh word of mouth dan kepercayaan terhadap keputusan pengambilan KUR Bank BNI Unit Jalan Baru Karawang. *Jurnal of Economic, Business and Accounting*, 4(2).
- Santoso, B. (2020). *Kejelasan informasi dan transparansi, reputasi lembaga keuangan dan komitmen untuk mendukung nasabah*.
- Santoso, B. (2020). *Manajemen pembiayaan mikro*. Jakarta: Gramedia.
- Sri, D. R. (2022). *Pelayanan yang handal era digital*.
- Sri Widyastuti. (2021). *Perilaku nasabah dalam memilih KUR*.
- Sucihati, R. N., Suprianto, S., & Mustiadi, D. (2020). Analisis pengaruh promosi, lokasi, pelayanan dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (studi pada nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 8(3), 164–165. <https://doi.org/10.58406/jeb.v8i3.552>

- Sudrajat, I. S., & Ajat. (2021). Pengaruh word of mouth dan kepercayaan terhadap keputusan pengambilan KUR Bank BNI Unit Jalan Baru Karawang. *Jurnal of Economic, Business and Accounting*, 4(2).
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D* (Cet. ke-22). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, S. (2012). *Promosi kesehatan dan pendidikan*. Yogyakarta: CV. Sagung Seto.
- Supriyanto, B. (2022). *Keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KUR*.
- Suryadi, A. (2022). *Indikator kepercayaan dalam organisasi dan pengaruhnya terhadap kinerja*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ulya, Z. (2020). Pengaruh kepercayaan dan promosi terhadap minat UMKM mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(3), 352–365.
- Viddy, A. (2024). *SmartPLS untuk vokasi*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Wahyudi, S. T. (n.d.). *Statistik ekonomi konsep, teori dan penerapan*.
- Zein, A. W. (2015). *Manajemen pelayanan publik: Teori dan aplikasi*.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Rina Awhyuni

Jenis kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 16 September 2002

Anak ke : 3 dari 6 bersaudara

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Telepon, HP : 085261469820

Email : rinawahyuni160902@gmail.com

DATA ORANGTUA/WALI

Nama Ayah : Johar Les Simamora

Pekerjaan : Wiraswasta

Nama Ibu : Roida Marbun

Pekerjaan : Petani

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun (2008-2014) : SDN 200218 Padangsidempuan

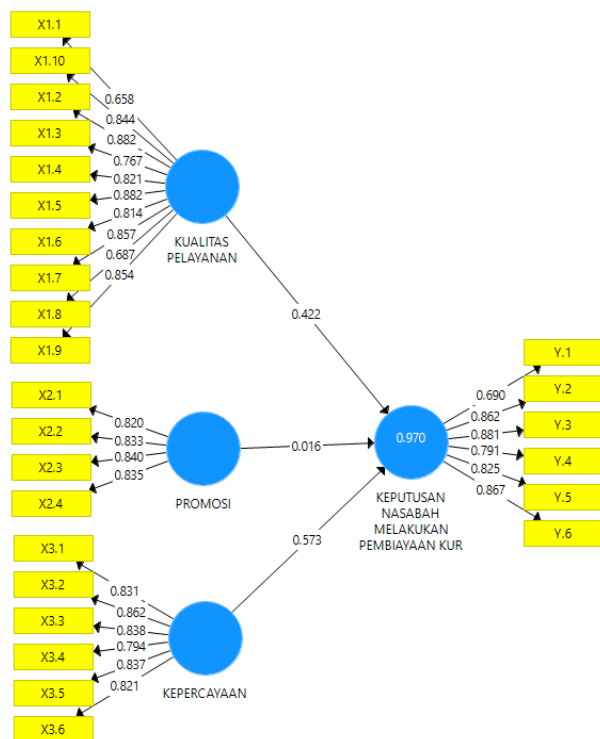
Tahun (2014-2017) : SMPN 4 Km 16 Banjar Aur Utara Mandailing Natal

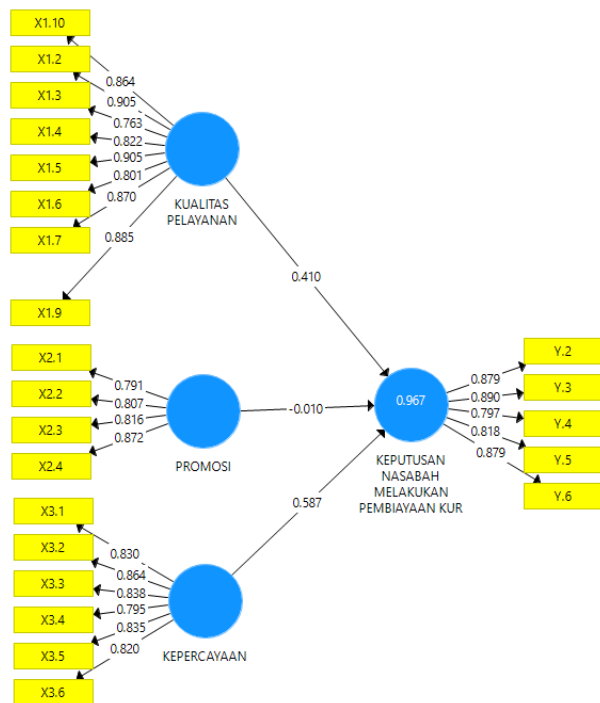
Tahun (2017-2020) : SMKN 3 Padangsidempuan

Tahun (2020-sekarang) : UIN SYAHADA Padangsidempuan

PENGALAMAN ORGANISASI

Pernah ikut organisasi Serikat Mahasiswa Tapanuli Selatan





Variabel	Kriteria	AVE
Kualitas Pelayanan	>0,5	0,728
Promosi		0,676
Kepercayaan		0,690
Keputusan Nasabah melakukan pembiayaan KUR		0,728

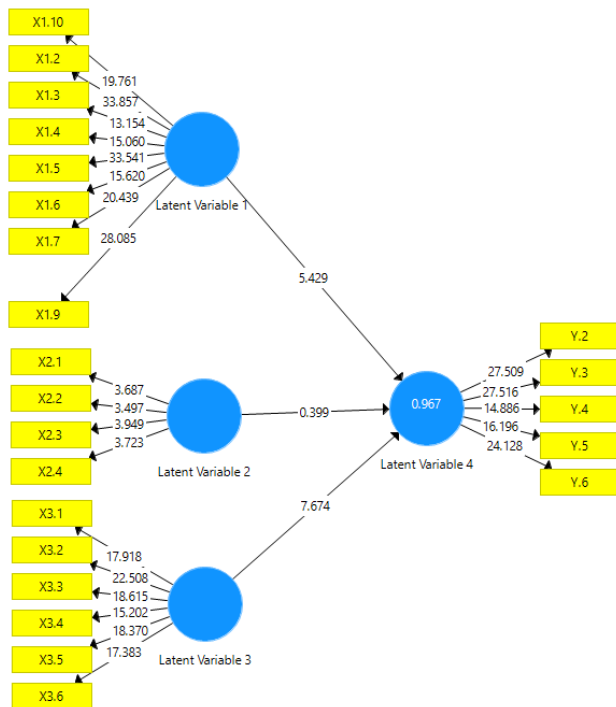
Indikator	X ₁	X ₂	X ₃	Y
X _{1.2}	0,905	0,052	0,848	0,861
X _{1.3}	0,763	0,220	0,750	0,720
X _{1.4}	0,822	0,172	0,704	0,727
X _{1.5}	0,905	0,011	0,848	0,861
X _{1.6}	0,801	0,103	0,759	0,791
X _{1.7}	0,870	0,176	0,037	0,788
X _{1.9}	0,885	0,059	0,132	0,836
X _{1.10}	0,864	0,157	0,779	0,100
X _{2.1}	0,071	0,791	0,132	0,046
X _{2.2}	0,034	0,807	0,072	0,098
X _{2.3}	0,079	0,816	0,147	0,203
X _{2.4}	0,173	0,872	0,229	0,825

X ₃ . 1	0,803	0,125	0,830	0,801
X ₃ . 2	0,805	0,036	0,864	0,810
X ₃ . 3	0,750	0,240	0,838	0,788
X ₃ . 4	0,759	0,161	0,795	0,775
X ₃ . 5	0,720	0,291	0,835	0,373
X ₃ . 6	0,696	0,092	0,820	0,803
Y.2	0,819	0,030	0,867	0,879
Y.3	0,763	0,220	0,850	0,890
Y.4	0,738	0,157	0,750	0,797
Y.5	0,801	0,103	0,810	0,818
Y.6	0,756	0,220	0,826	0,879

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X ₁ .Kualitas Pelayanan	0,955	0,946	Reliabel
X ₂ . Promosi	0,893	0,863	Reliabel
X ₃ . Kepercayaan	0,930	0,910	Reliabel
Y Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	0,930	0.906	Reliabel

Variabel	<i>R-Square</i>
Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	0,967

	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Promosi (X ₂)	Kepercayaan (X ₃)	Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y)
Kualitas Pelayanan (X ₁)				0,461
Promosi (X ₂)				0,003
Kepercayaan (X ₃)				0,922
Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Y)				



Variabel	Original Sample	P-Values
Kualitas Pelayanan -> Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	0,410	0,000
Promosi -> Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	-0,010	0,672
Kepercayaan -> Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR	0,587	0,000

PENGANTAR ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan, saya:

Nama : RINA WAHYUNI

NIM :20 401 00161

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh–sungguh.

Atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Rina Wahyuni
NIM. 20 401 00161

ANGKET PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN
KREDIT USAHA RAKYAT (KUR)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Pekerjaan :

Usia :

Jenis Kelamin :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

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

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

Kualitas Pelayanan (Variabel X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Fasilitas fisik seperti kantor, meja layanan, dan perlengkapan di BSI terlihat bersih dan tertata dengan baik.					
2.	Pegawai BSI dalam pelayanan KUR selalu berpakaian rapi, sopan, dan menggunakan atribut resmi.					
3.	Saya merasa BSI dapat diandalkan dalam menyelesaikan kebutuhan pembiayaan saya secara konsisten.					
4.	Informasi dan prosedur terkait pembiayaan KUR yang disampaikan oleh pegawai selalu akurat dan dapat dipercaya.					
5.	Petugas BSI cepat dalam merespons permintaan atau pertanyaan saya.					
6.	BSI memberikan bantuan secara aktif kepada nasabah selama proses pengajuan pembiayaan KUR.					
7.	Saya merasa aman dalam melakukan pembiayaan di BSI karena profesionalisme petugasnya.					
8.	Penjelasan mengenai hak dan kewajiban nasabah dalam pembiayaan KUR disampaikan dengan jelas dan meyakinkan.					
9.	Pihak BSI memahami kondisi dan situasi saya sebelum memberikan layanan pembiayaan.					
10.	Pegawai BSI memberikan perhatian secara pribadi kepada kebutuhan nasabah selama proses pengajuan pembiayaan KUR.					

Promosi (Variabel X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengetahui informasi tentang pembiayaan KUR di BSI melalui kampanye atau sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank.					
2.	Promosi dan iklan yang dilakukan BSI membantu saya memahami manfaat dari produk KUR.					
3.	Saya pernah mengikuti penyuluhan atau edukasi yang diselenggarakan BSI mengenai pembiayaan usaha.					
4.	Edukasi yang diberikan oleh BSI membantu saya memahami prosedur dan manfaat pembiayaan KUR.					

Kepercayaan (Variabel X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS

No		SS	S	KS	TS	STS
1.	BSI memberikan informasi yang jelas dan transparan terkait syarat dan ketentuan pembiayaan KUR.					
2.	Saya merasa tidak ada informasi yang disembunyikan oleh pihak BSI dalam proses pengajuan KUR.					
3.	Saya memilih BSI karena reputasinya yang baik sebagai lembaga keuangan syariah.					
4.	Reputasi BSI membuat saya merasa yakin untuk mengajukan pembiayaan KUR.					
5.	BSI menunjukkan komitmen dalam membantu pengembangan usaha saya melalui pembiayaan KUR.					
6.	Saya merasa BSI benar-benar peduli dan mendukung kebutuhan nasabahnya.					

Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan KUR (Variabel Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengajukan pembiayaan KUR di BSI karena usaha saya membutuhkan tambahan modal					
2.	Pembiayaan KUR dari BSI sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan modal usaha saya.					
3.	Proses pengajuan pembiayaan KUR di BSI mudah dan tidak berbelit-belit.					
4.	Saya memilih BSI karena proses pengajuan KUR yang cepat dan efisien.					
5.	Saya merasa mampu membayar angsuran KUR di BSI sesuai dengan ketentuan yang berlaku.					
6.	Jumlah angsuran KUR yang ditetapkan BSI sesuai dengan kemampuan finansial saya.					

Padangsidimpun, April 2025
Responden

(.....)

LEMBAR VALIDASI

ANGKET KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN KUR (Y)

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), TV (Tidak Valid) pada setiap butir soal.
3. Untuk tevisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kebutuhan Modal Usaha	1, 2,			
Kemudahan Proses Pengajuan	3,4			
Kemampuan Membayar Angsuran	5,6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsisimpulan, Mei 2025
Validator

Samsuddin Muhammad, M. Si.
NIP. 19861205 202012 1 007

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X₁)

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), TV (Tidak Valid) pada setiap butir soal.
3. Untuk tevisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
<i>Tangible</i> (berwujud)	1, 2			
<i>Reliability</i> (keandalan)	3, 4			
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	5, 6			
<i>Assurance</i> (jaminan)	7, 8			
<i>Emphaty</i> (empati).	9, 10			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsisimpuan, Mei 2025
Validator

Samsuddin Muhammad, M. Si.
NIP. 19861205 202012 1 007

LEMBAR VALIDASI ANGKET

PROMOSI (X₂)

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), TV (Tidak Valid) pada setiap butir soal.
3. Untuk tevisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kampanye Pemasaran dan Sosialisasi	1, 2			
Penyuluhan dan Edukasi Kepada Pelaku Usaha	3,4			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsisimpulan, Mei 2025
Validator

Samsuddin Muhammad, M. Si.
NIP. 19861205 202012 1 007

LEMBAR VALIDASI ANGKET KEPERCAYAAN (X₃)

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), TV (Tidak Valid) pada setiap butir soal.
3. Untuk tevisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kejelasan Informasi dan Transparansi	1, 2			
Reputasi Lembaga Keuangan	3,4			
Komitmen Untuk Mendukung nasabah	5,6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsisimpulan, Mei
2025
Validator

Samsuddin Muhammad, M. Si.
NIP. 19861205 202012 1 007

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Samsuddin Muhammad

NIP :19861205 202012 1 007

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Peomosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha rakyat (KUR)”**.

Yang disusun oleh :

Nama : Rina Wahyuni

Nim :20 402 00206

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan demikian masukan dan penilain yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, Mei 2025

Validator

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

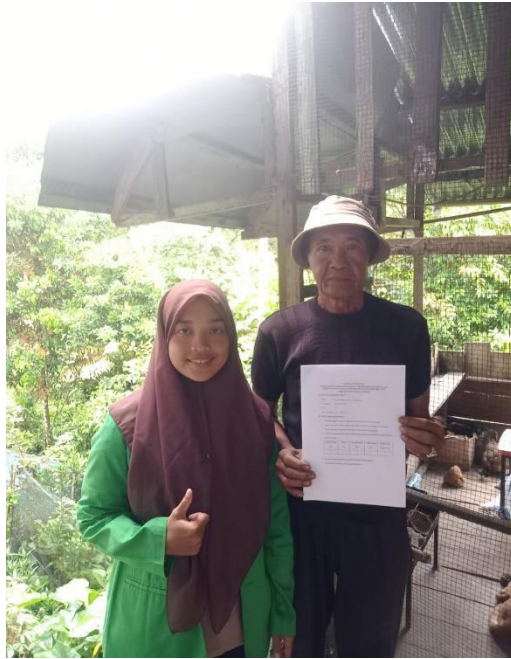
DOKUMENTASI SAAT PENYEBARAN ANGKET PENELITIAN



Keterangan: penyebaran angket dengan bapak Pahri Adi Harahap Pada Tanggal 22 Mei 2025.



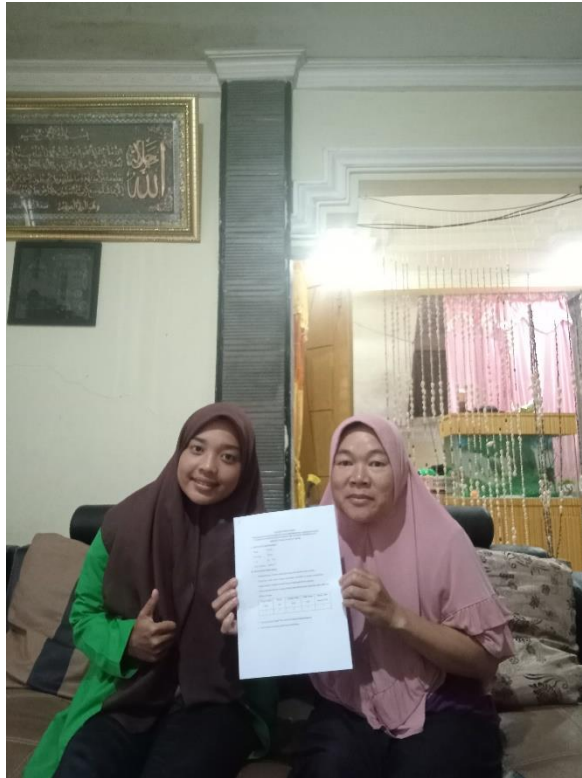
Keterangan: penyebaran angket dengan ibu Nurhotiah Pada Tanggal 22 Mei 2025.



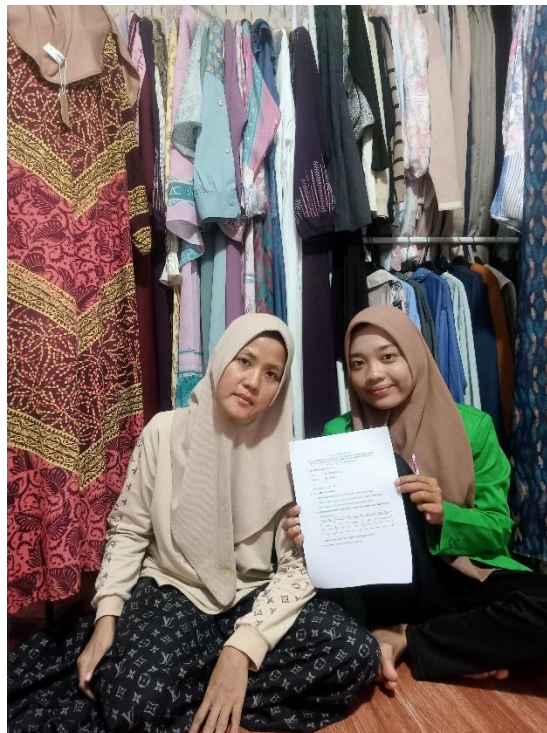
Keterangan: penyebaran angket dengan bapak Wan Kamaluddin harahap Pada Tanggal 18 Mei 2025.



Keterangan: penyebaran angket dengan Ibu Melidiana Pada Tanggal 18 Mei 2025



Keterangan: penyebaran angket dengan Ibu Yusna Pada Tanggal 20 Mei 2025



Keterangan: penyebaran angket dengan ibu Sri Ratna Dewi Pada Tanggal 23 Mei 2025.



Keterangan: penyebaran angket dengan Ibu Ermiana Pada Tanggal 22 Mei 2025.



Keterangan: penyebaran angket dengan ibu Ermila Sari Pada Tanggal 21 Mei 2025.



Keterangan: penyebaran angket dengan ibu Nur Lina Daulay Pada Tanggal 19 Mei 2025.



Keterangan: penyebaran angket dengan bapak Pahri Adi Harahap Pada Tanggal 22 Mei 2025.



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

Nomor : 744/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/08/2024

19 Agustus 2024

Lampiran : 1 berkas

Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Pimpinan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Rina Wahyuni
NIM : 2040100161
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan"**. Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

11 Februari 2025
No.05/230-3/043

Kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Padangsidempuan

Up : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal : **PERSETUJUAN RISET SDR RINA WAHYUNI**

Referensi : Surat no 1744/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/08/2024 Tanggal 19 Agustus 2024 Perihal Mohon Izin Riset

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat wal'afiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

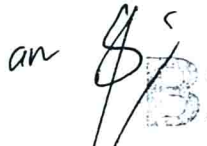
Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset Mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan dengan memperhatikan kode etik dan kerahasiaan bank, dan metode riset yang disetujui yaitu wawancara/kuisisioner, diberikan kepada:

Nama	: Rina Wahyuni
NIM	: 2040100161
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Tesis	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

Demikian disampaikan atas kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk.
KC PADANGSIDIMPUAN

an

Romeo Kamajaya
Branch Manager

 BANK SYARIAH
INDONESIA
KC Padangsidempuan

Muhammad Rifai
BCSM