

**PENGARUH PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN,
DAN MARGIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI
BMT KARIMA SEJAHTERA**

SKRIPSI



Oleh:

Sesilia Khurotul A'yuni

NIM 401200115

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2024

ABSTRAK

A'yuni, Sesilia Khurotul. 2024. Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Ajeng Wahyuni, M.Pd.

Kata Kunci: Pengetahuan, Pelayanan, Margin, Pembiayaan.

Koperasi syariah sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam memiliki peran krusial di masyarakat, khususnya sebagai solusi keuangan yang sejalan dengan nilai dan etika Islam. Salah satu bentuknya adalah BMT, yang bertujuan mendukung pengembangan usaha kecil dengan menyediakan pembiayaan dan pinjaman halal, mengelola simpanan, serta memberikan layanan konsultasi usaha tanpa semata-mata berorientasi pada keuntungan. BMT Karima Sejahtera, misalnya, memiliki dua peran utama, yaitu menghimpun dan menyalurkan dana, di mana kedua peran ini saling berhubungan. Dengan berpegang pada prinsip syariah, BMT Karima Sejahtera menjadi pendorong aktivitas ekonomi masyarakat kecil.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh faktor pengetahuan, kualitas pelayanan, serta margin terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Jumlah responden yang dilibatkan sebanyak 84 orang, dengan data dikumpulkan melalui angket atau kuesioner. Metode analisis data mencakup uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis menggunakan software SPSS versi 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam mengambil pembiayaan, begitu pula dengan kualitas pelayanan dan margin, yang juga memberikan pengaruh positif dan signifikan. Secara keseluruhan, ketiga variabel ini, yaitu pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin, secara simultan mempengaruhi keputusan pembiayaan, dengan koefisien determinasi sebesar 0,523 atau 52,3%. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga faktor tersebut berkontribusi sebesar 52,3% terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Sesilia Khurotul A'yuni	401200128	Ekonomi Syariah	Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Studi Kasus BMT Karima Sejahtera)

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 14 November 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP 197801122006041002

Menyetujui,


Ajeng Wahyuni, M.Pd.
NIP 199307072019032030

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Dan Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan di BMT Karima Sejahtera
Nama : Sesilia Khurotul A'yuni
NIM : 401200115
Jurusan : Ekonomi Syariah

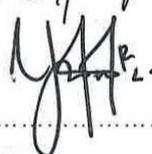
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.
NIP 198608082019032023

()

Penguji I :
Yunaita Rahmawati, M.Si.
NIP 198406042019032012

()

Penguji II :
Ajeng Wahyuni, M.Pd.
NIP 199307072019032030

()

Ponorogo, 28 November 2024

Mengesahkan
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sesilia Khurotul A'yuni
NIM : 401200115
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Dan Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan Di BMT Karima Sejahtera

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 28 November 2024

Penulis



Sesilia Khurotul A'yuni

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sesilia Khurotul A'yuni

NIM : 401200115

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN MARGIN
KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN
(Studi Kasus BMT Karima Sejahtera)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya.

Ponorogo, 14 November 2024

Pembuat Pernyataan



Sesilia Khurotul A'yuni

NIM 401200115

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada zaman yang semakin berkembang ini, permintaan masyarakat akan kebutuhan terkait jasa lembaga keuangan sudah sangat dibutuhkan. Pada dasarnya lembaga keuangan merupakan badan usaha yang aktivitasnya dibidang keuangan dimana melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama untuk membiayai perusahaan. Lembaga keuangan memiliki peran penting bagi suatu negara yaitu sebagai salah satu lembaga yang memiliki fungsi untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat secara efektif dan efisien salah satunya dijalankan oleh salah satu lembaga yang ada di Indonesia yaitu lembaga keuangan syariah.¹ Lembaga keuangan syariah yang dibentuk untuk memainkan peran sosial Islam serta untuk mencari keuntungan dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam. Sebagai negara dengan mayoritas warganya beragama Islam tentu membutuhkan lembaga keuangan mikro yang mematuhi hukum syariah. Selain terdapat bank syariah juga terdapat lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) yang sudah berkembang di Indonesia salah satunya koperasi syariah yang mana ini dianggap sebagai bukti awal diterimanya sistem ekonomi yang berlandaskan syariah dengan baik.²

Koperasi sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah mempunyai peran yang penting di masyarakat dalam memberi alternatif keuangan sesuai dengan nilai dan etika dalam Islam. Lahirnya koperasi syariah di Indonesia dilandasi dengan Keputusan Menteri Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 Tahun 2004 yang berisi Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah yang memfasilitasi

¹ Susilo, Sri Y, dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 3-5.

² Abu Bakar Akbar, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)”, *Edunomika* vol. 5(02), 2021, 1279.

berdirinya koperasi syariah menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang memiliki tujuan membantu koperasi serba usaha di Indonesia memiliki unit jasa keuangan syariah.³ Koperasi syariah memiliki peran penting untuk mengentaskan kesenjangan ekonomi di masyarakat, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Koperasi syariah juga memiliki fungsi dan peran diantaranya membangun potensi anggota maupun masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi, memperkuat kualitas SDM untuk menjadi lebih amanah dan konsisten dalam menerapkan prinsip ekonomi Islam, dan mengembangkan perekonomian serta menumbuhkembangkan usaha-usaha produktif anggota dan masyarakat. Hal ini tentu menguntungkan karena bisa menjadi salah satu bentuk penanaman modal yang mendukung perkembangan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) di Indonesia.⁴

Koperasi syariah yang sering ditemui di masyarakat adalah BMT yang diatur dalam UU No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro merupakan lembaga keuangan yang khusus didirikan guna memberikan pelayanan dalam pengembangan usaha dengan bentuk berupa pinjaman maupun pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada pengelola simpanan, Masyarakat dan pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan.⁵ BMT berlandaskan pada prinsip syariah dengan menerapkan sistem bagi hasil, serta berfokus pada pengembangan usaha kecil, khususnya bagi para pelaku usaha yang mengalami kesulitan mengakses layanan perbankan dan ingin menghindari transaksi riba. BMT menjalankan dua jenis kegiatan utama, yaitu kegiatan bisnis serta kegiatan sosial sebagai pendukung. Kegiatan bisnis meliputi *baitul tanwil*, yang berfokus pada pengembangan usaha produktif dan investasi untuk

³ Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro, 2013, 2.

⁴ Ummu Hany, "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di BMT An-Najah Kantor Cabang Waruangesem Kab. Batang", *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023), 1.

⁵ Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro, 2013, 2.

meningkatkan kualitas ekonomi melalui tabungan dan pembiayaan. Sedangkan, kegiatan sosial mencakup *baitul maal*, yang menerima zakat, infak, dan sedekah, kemudian menyalurkannya sesuai aturan dan amanat yang berlaku.

BMT Syariah Karima Sejahtera merupakan salah satu koperasi syariah yang usahanya halal tanpa riba. Riba secara bahasa berasal dari kata *robba-yarbuu* yang artinya bertambah dan tumbuh, atau tumbuh dan membesar, mengandung makna yaitu *ziyadah* yang berarti tambahan. Riba berarti mengambil harta tambahan dari modal pokok secara batil atau haram. Riba merupakan bagian dari transaksi yang dilarang dalam ajaran agama Islam dengan kata lain riba adalah tiap tambahan sebagai imbalan dari penangguhan waktu tertentu, baik pinjaman itu untuk kebutuhan konsumtif maupun untuk kebutuhan produktif hukumnya tetap haram.⁶ Riba or usury/interest is forbidden not only in Islam, but also in other religion and philosophy as well.⁷ Oleh karena itu, BMT Karima Sejahtera ialah koperasi syariah yang menjalankan transaksinya sesuai dengan syariat Islam.

BMT Karima Sejahtera pada awalnya sudah diinisiasi berdiri sejak tahun 2019, tetapi baru berdiri di tahun 2021 yang didasari dari maraknya riba di tengah-tengah masyarakat pada saat ini sehingga inilah alasan kepala kantor BMT Karima Sejahtera mendirikan koperasi yang berbasis prinsip syariah. Berdirinya BMT Karima Sejahtera menghadapi beberapa faktor diantaranya faktor permodalan yang pada saat itu cukup sulit sehingga pada saat itu, pendiri BMT bekerjasama dengan beberapa orang untuk mendirikan sebuah koperasi syariah yaitu BMT Karima Sejahtera. BMT Karima Sejahtera berdiri berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0011945.AH.01.26.Tahun 2021 tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum Koperasi Konsumen Syariah

⁶ Elif Pardiansyah, "Konsep Riba Dalam Fiqih Muamalah Maliyyah dan Praktikanya Dalam Bisnis Kontemporer", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.2., 2022, 2.

⁷ Luhur Prasetyo dan Khusniati Rofiah, "The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqashid Al-Sharia," *Justicia Islamica* 18, no. 2 (2021): 318-34, <https://doi.org/10.21154/justicia.v18i2.3163>.

Karima Sejahtera Utama. Dengan NIB 2709230085206 dan NPWP 39.476.418.7-646.000.⁸

BMT, atau *Baitul Maal wat Tamwil*, adalah lembaga keuangan syariah yang bertujuan untuk mengelola dan menyalurkan dana non-profit, seperti zakat, infak, dan sedekah. Selain itu, sebagai *bayt al tamwil*, BMT juga bergerak dalam pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Kedua peran ini dijalankan oleh BMT Karima Sejahtera untuk mendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil, berpedoman pada prinsip-prinsip syariah.⁹ Seperti yang telah diketahui bahwa BMT memiliki dua fungsi pokok yaitu sebagai penghimpun dana dan penyalur dana yang mana dua fungsi ini saling berkaitan. Keterkaitan ini berhubungan dengan terjadinya dana yang menganggur di satu sisi dan menghindari terjadinya likuiditas saat dibutuhkan.¹⁰ Upaya ini harus direncanakan dan dirancang dengan baik sehingga dapat menimbulkan ketertarikan untuk menjadi anggota di BMT Karima Sejahtera. Prinsip utamanya yaitu rasa percaya dimana kemauan dari masyarakat untuk menaruh dananya di BMT Karima Sejahtera sehingga pada akhirnya prinsip lembaga keuangan yang amanah berlaku dengan baik.

BMT Karima Sejahtera memiliki beberapa produk layanan yaitu, simpanan dan pembiayaan. Simpanan di BMT Karima Sejahtera terdiri dari simpanan/tabungan dan deposito. Simpanan syariah atau tabungan di BMT Karima Sejahtera merupakan tabungan yang utuh hingga berakhirnya masa anggota yang mana tabungan ini bebas dari potongan dan bebas dari bunga dengan akad *qard*, yakni pihak BMT hanya bertindak sebagai pemegang dana anggota tanpa ada pengurangan, potongan, maupun bunga. *Al-Qard al-Hasan* merupakan sebuah konsep dalam hukum Islam yang mengacu pada pemberian pinjaman tanpa bunga atau pinjaman yang diberikan sebagai imbalan atas kebaikan atau kebaikan. *Al-Qard al-Hasan* is a concept in

⁸ Budi Eko Cahyono, *Wawancara*, 22 Oktober 2024.

⁹ Nurul Huda, Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoris dan Praktis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 363.

¹⁰ Adiwarman A.Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 14.

Islamic law that refers to the provision of interest-free loans or loans given in return for good or kindness. The term comes from Arabic, where “*qard*” means loan and “*hasan*” means good or kind. In the context of Islamic economics, *qardhul hasan* is considered a form of benevolent charity that aims to help individuals or communities in need by providing interest-free loans.¹¹ Simpanan syariah berjangka atau deposito merupakan jenis simpanan yang memungkinkan nasabah untuk menyetor uang dalam jangka waktu tertentu. Simpanan berjangka atau deposito pada BMT Karima Sejahtera ini memiliki penempatan awal sebesar RP 500.000,00 dengan nisbah bagi hasil sebesar 15% dari laba bersih. Jangka waktu yang telah ditentukan oleh BMT Karima Sejahtera adalah 6 bulan dengan akad *mudharabah*. Kemudian, pembiayaan di BMT Karima Sejahtera disebut dengan kredit syar’i dengan akad *murabahah*. Dalam pembiayaan atau kredit syar’i ini merupakan jenis pembiayaan yang diberikan oleh BMT Karima Sejahtera dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah dan tidak menggunakan bunga melainkan dengan bagi hasil.

Perilaku konsumen berkaitan erat dengan pengambilan keputusan untuk menggunakan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhannya. Menurut Kotler, perilaku konsumen adalah proses di mana seseorang mengevaluasi dan memilih di antara berbagai alternatif berdasarkan kepentingan tertentu, dengan tujuan membuat keputusan yang dianggap paling menguntungkan.¹² Pengambilan keputusan merupakan langkah kognitif yang menggabungkan ingatan, pemikiran, pemrosesan informasi, dan evaluasi terhadap berbagai penilaian. Menurut Kotler dan Keller pengambilan keputusan ialah proses identifikasi dan pemilihan dari beberapa kemungkinan sebagai alternatif dalam pemecahan masalah sesuai dengan

¹¹ Iza Hanifuddin, Nur Kasanah, and Eficandra, “Al-Qard al-Hasan Program of Bankziska: Zakat Fund-Based Empowerment Mode for Victims of Loan Sharks”, *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 23, no .1 (2024): 3, <https://doi.org/10.31958/juris.v23i1.1099>.

¹² Kotler, P., & Armstrong, G., *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi VIII jilid 8*, (Jakarta: Penerbit Erlangga), 80.

situasi yang ada.¹³ Pada proses pengambilan keputusan dimulai ketika muncul kebutuhan yang mendesak untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan tersebut melibatkan beberapa pilihan sehingga diperlukan evaluasi atau seleksi untuk menentukan alternatif yang paling optimal dan berkualitas. Dalam konteks ini, konsumen membutuhkan informasi yang relevan dengan tingkat kepentingan sesuai kebutuhan serta situasi yang sedang dihadapi.¹⁴

Dalam penelitian ini terdapat tiga faktor yang dipilih oleh peneliti, yaitu faktor pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin, karena dinilai ketiga faktor tersebut lebih dominan dengan fakta di lapangan. Sehingga peneliti menggunakan ketiga faktor tersebut untuk mengetahui dan menganalisis pengaruhnya terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

Menurut Notoatmojo pengetahuan merupakan faktor yang paling penting dalam bertindak.¹⁵ Masyarakat yang berpengetahuan tentang hal tersebut secara tidak langsung maupun langsung akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk melakukan pembiayaan.¹⁶ Pengetahuan yang memadai dapat memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan yang sesuai dengan kebutuhan perekonomian mereka sehingga berdampak positif pada keberlanjutan operasional dan perkembangan koperasi syariah. Dengan demikian, pengetahuan yang dimiliki masyarakat mencakup semua informasi yang diterima tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah, serta pengetahuan dan informasi lainnya yang berkaitan dengan fungsi lembaga tersebut sebagai calon nasabah.¹⁷

Menurut Tjiptono dalam Malik Ibrahim menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

¹³ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 184.

¹⁴ Ibid., 82.

¹⁵ Notoatmodjo, S., *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003).

¹⁶ Novi Patmaningsih, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Di BMT Surya Abadi Ponorogo", *Skripsi*, (IAIN Ponorogo, 2018), 3.

¹⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 130.

konsumen serta menyampaikan layanan dengan tepat untuk memenuhi harapan konsumen.¹⁸ Kualitas pelayanan menjadi faktor yang cukup dominan terhadap keberhasilan suatu lembaga keuangan, baik lembaga keuangan profit maupun nonprofit. Saat ini, persaingan bisnis sangatlah sengit, sehingga kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memadai dapat mengurangi kepercayaan nasabah. Kondisi ini dapat menyebabkan perusahaan kehilangan nasabahnya.¹⁹ Perilaku konsumen berkaitan erat dengan pengambilan sebuah keputusan guna memakai jasa atau barang untuk memuaskan kebutuhannya. Perilaku konsumen menurut Kotler merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai pilihan yang ada, sesuai dengan kebutuhan tertentu, dengan menentukan opsi yang dianggap paling menguntungkan.²⁰

Margin adalah peningkatan aset bersih yang diperoleh dari kepemilikan aset selama periode waktu tertentu, yang tercermin dalam laporan laba rugi dan kenaikan nilai aset tersebut. Tingkat perbedaan antara biaya produksi dan harga jual di pasar disebut sebagai margin.²¹ Menurut Karim secara teknis, margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan setiap tahun, dengan perhitungan margin dilakukan secara harian dalam periode satu tahun atau 360 hari.²² BMT Karima Sejahtera sebagai lembaga keuangan yang berorientasi pada profit tentu membutuhkan keuntungan maksimal untuk menutupi biaya operasional yang dikeluarkan, serta memberikan bagi hasil yang optimal kepada anggota koperasi. Semakin besar keuntungan yang diperoleh, semakin tinggi pula bagi hasil yang dapat

¹⁸ Malik Ibrahim and Sitti Marijam Thawil, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4.1 (2019), 177.

¹⁹ Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 87.

²⁰ Kotler, P., & Armstrong, G., *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi VIII jilid 8, (Jakarta: Penerbit Erlangga).

²¹ Syifa Tonik Santosa, "Pengaruh Margin, Promosi, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Sarana Aneka Jasa KCP Wedi)", *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), 17.

²² A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Keuangan*, Edisi Kelima, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 279.

diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu, banyaknya jumlah pengajuan pembiayaan sangat mempengaruhi tingkat return yang diperoleh.²³

Berdasarkan hasil pra survey pada BMT Karima Sejahtera diperoleh data anggota dari Oktober 2021 hingga Oktober 2024. Data anggota pada bulan Oktober 2021 sebanyak 39 anggota, pada Oktober 2022 sebanyak 125 anggota, Oktober 2023 sebanyak 207 anggota, dan pada Oktober 2024 sebanyak 236. Meskipun terhitung baru dalam pendirian BMT ini, dapat dilihat dari data tersebut bahwasannya jumlah anggota di BMT Karima Sejahtera terbilang sudah banyak. BMT Karima Sejahtera ini menjadi koperasi yang cukup diminati oleh sekelompok orang tertentu. Menurut Bapak Budi Eko Cahyono selaku Kepala Kantor BMT Karima Sejahtera sekaligus pendiri BMT Karima Sejahtera, mengatakan bahwa target pasar dari BMT ini memang dikhususkan kepada orang-orang yang paham agama dan paham bahwasannya riba itu haram seperti sekelompok orang yang mengaji di pondok pesantren, ibu-ibu pengajian, dan kelompok lainnya. Dengan memasarkan produk dengan cara seperti itu maka kesadaran akan haramnya riba mudah untuk dilakukan dalam lembaga keuangan lainnya.²⁴ Namun, cara seperti itu terdapat kekurangannya diantaranya jumlah nasabah yang sedikit dalam waktu tiga tahun dan persaingan antar koperasi syariah dan bank syariah di sekitar lokasi tersebut. Selain itu, pengetahuan mereka terhadap koperasi syariah baik pengetahuan produk maupun tata cara pengajuan pembiayaan atau produk lainnya belum sepenuhnya faham. Kualitas pelayanan yang dimiliki di BMT Karima Sejahtera dari segi tempat, sarana dan prasarana kurang sehingga perlu untuk ditingkatkan. Selain itu, margin yang rendah cukup menjadi pertimbangan oleh anggota.

Semua bentuk strategi yang dilakukan oleh BMT Karima Sejahtera tidak lain untuk menarik minat anggota dalam mengambil pembiayaan di koperasi syariah tersebut. Dengan penggunaan strategi tersebut dengan baik maka akan meningkatkan jumlah anggota pembiayaan. Namun pada

²³ Ummi Sholihah, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah", *Skripsi*, 2016, 2.

²⁴ Budi Eko Cahyono, *Wawancara*, 22 Oktober 2024.

kenyataannya tidak demikian karena belum tentu dengan meningkatkan pengetahuan anggota, kualitas pelayanan yang ditingkatkan akan meningkatkan profit yang tinggi juga.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maya Saragih menunjukkan hasil bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk melakukan pembiayaan paket masa depan (PMD) di BTPN Syariah.²⁵ Pengetahuan tentang produk PMD ini sangat diperlukan oleh nasabah dengan pemahaman apa itu PMD, bagaimana prosesnya hingga berakhirnya pembiayaan PMD ini juga membuat amunisasi masyarakat yang tinggi sehingga jika pengetahuan masyarakat tinggi maka keputusan untuk melakukan PMD juga meningkat. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Yesi Fauziah menunjukkan hasil bahwa pengetahuan nasabah tidak berpengaruh terhadap keputusan mengambil pembiayaan pada Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Banjarsari.²⁶ Dampak yang mengakibatkan nasabah menetapkan untuk mengambil pembiayaan pada Koperasi Mitra Dhuafa atas dasar untuk mencukupi kebutuhan modal atau konsumtif yang dimana nasabah tidak terlalu menghiraukan tentang pengetahuan terkait pembiayaan di KOMIDA.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ummu Hany menunjukkan hasil terkait kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di BMT An-Najah.²⁷ Kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan membuat seseorang yakin untuk menggunakan produk tersebut. Adanya pelayanan yang baik dari perusahaan akan memunculkan rasa simpati anggota sehingga memunculkan rasa kepercayaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kelvinia, M.Umar

²⁵ Maya Sari Saragih, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan Dan Sosialisasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) Di BTPN Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Silau Merawan Kecamatan Dolok Masihul)", *Skripsi*, 2020, 81.

²⁶ Yesi Fauziah, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Nasabah Dan Motivasi Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Pada Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Banjarsari (Studi Kasus Perempuan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kecamatan Banjaranyar, Kabupaten Ciamis)", *Skripsi*, 2023, 75.

²⁷ Ummu Hany, "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem Kab. Batang", *Skripsi*, 2023, 53.

Maya Putra, dan Nasrul Efendi menunjukkan hasil terkait kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.²⁸ Pelayanan yang kurang maksimal membuat PT Alexa Medika mengambil langkah strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khiliatul, Sofi, dan Indana menunjukkan bahwa margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kalibaru.²⁹ Apabila margin keuntungan yang diambil BMT maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta masyarakat, maksudnya semakin besar pula pembiayaan yang dapat disalurkan oleh BMT. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hastuti, Dika, dan Sugianto menunjukkan bahwa variabel margin keuntungan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah pembiayaan KPR Syariah pada PT Bank Sumut Syariah.³⁰

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan, penelitian ini mengambil sampel dari nasabah BMT Karima Sejahtera yang telah mengajukan pembiayaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ketiga variabel, yaitu pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin, berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Dengan demikian, penulis mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan di BMT Karima Sejahtera”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan mempengaruhi keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera?

²⁸ Kelvinia, M.Umar Maya Putra, dan Nasrul Efendi, “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian”, *JWEM: Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11.2., 2021, 96.

²⁹ Khiliatul Jannah, Sofi Faiqotul Hikmah, dan Indana Almas Azhar, “Pengaruh Margin Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah Di BMT Mumalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi”, *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 2.2., 2022, 215.

³⁰ Hastuti Olivia, Dika Fadillah Tanjung, dan Sugianto, “Pengaruh Margin Keuntungan Dan Biaya Administrasi Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan KPR Syariah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai”, *Seminar Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 2020.

2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera?
3. Apakah margin mempengaruhi keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera?
4. Apakah pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.
3. Untuk mengetahui pengaruh margin terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

D. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta dijadikan acuan dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan lembaga keuangan syariah non-bank. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan dan pemahaman mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo mengenai lembaga keuangan syariah non-bank, terutama BMT Karima Sejahtera.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang berguna dan sebagai sarana untuk memperdalam pemahaman mengenai BMT Karima Sejahtera, serta pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.

3. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi bagi BMT Karima Sejahtera dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan minat masyarakat dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di koperasi tersebut. Selain itu, mampu menjadi sumber referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya terkait dengan pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan keuntungan terhadap keputusan masyarakat dalam mengambil pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika ini bertujuan untuk mempermudah penulis dalam memberikan gambaran secara menyeluruh terhadap penelitian yang dilakukan yaitu terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang diajukan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang mencakup desain penelitian, variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis serta sumber data, metode pengumpulan data, serta metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan yang mencakup gambaran umum lokasi penelitian, hasil uji instrumen, hasil uji deskriptif, hasil uji hipotesis, serta pembahasan terkait temuan-temuan tersebut.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Keputusan Pembiayaan

a. Pengertian Keputusan Pembiayaan

Perilaku pemakai/konsumen dalam mengambil sebuah Keputusan pembelian sering dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup. Keputusan merupakan langkah awal yang diambil sebelum melaksanakan suatu tindakan secara terarah dan sadar, baik secara individu, kelompok, maupun institusional. Keputusan itu sendiri adalah proses pemilihan satu solusi dari berbagai alternatif yang tersedia.¹ Keputusan selalu melibatkan pemilihan di antara berbagai alternatif yang berbeda, dan semua faktor yang memengaruhi akan dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Namun, pada dasarnya, pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang melibatkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif perilaku dan memilih salah satunya. Hasil dari proses ini adalah pilihan yang diambil secara kognitif sebagai bentuk keinginan untuk bertindak.

Pengambilan keputusan adalah langkah kognitif yang menggabungkan ingatan, pemikiran, pemrosesan informasi, dan evaluasi terhadap berbagai penilaian. Pengambilan keputusan juga merupakan proses identifikasi dan pemilihan dari beberapa kemungkinan sebagai alternatif dalam pemecahan masalah sesuai dengan situasi. Menurut Kotler dan Keller dalam mengambil sebuah keputusan terdapat proses atau tahapan yang meliputi pengenalan

¹ Muhammad Isa, Aswadi dan Ilma, "Pengaruh Religiusitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 1, 2020, 4.

kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan, dan perilaku setelah pembelian, yang dapat dijelaskan sebagai berikut.²



Gambar 2.1
Proses Keputusan Pembelian Konsumen

- 1) **Pengenalan Kebutuhan**
Pengenalan kebutuhan diketahui saat terdapat kebutuhan yang belum terpenuhi sehingga konsumen memahami dan segera memenuhi kebutuhan tersebut jika itu kebutuhan primer.
- 2) **Pencarian Informasi**
Merupakan tahapan proses pembelian dengan memperoleh informasi yang lebih banyak dari beberapa sumber sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan tersebut.
- 3) **Evaluasi Alternatif**
Evaluasi alternatif adalah proses di mana konsumen membuat keputusan pembelian dengan menggunakan informasi untuk menilai berbagai merek.
- 4) **Keputusan Pembelian**
Keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen memutuskan apakah akan membeli produk atau tidak. Jika konsumen memilih untuk membeli, maka keputusan tersebut melibatkan berbagai pertimbangan, seperti jenis produk, bentuk produk, merek, lokasi pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran.
- 5) **Perilaku Pascapembelian**
Merupakan tahap dalam proses keputusan pembelian di mana konsumen mengambil tindakan lanjutan setelah melakukan pembelian, berdasarkan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan

² Kotler dan Keller, 184.

yang dirasakan. Tahap ini juga berpengaruh terhadap kemungkinan pembelian ulang.

Sedangkan pembiayaan sendiri merupakan kegiatan atau aktivitas yang menyediakan modal untuk kerjasama antara lembaga keuangan dengan anggota maupun dengan masyarakat yang dilakukan berdasarkan persetujuan antara pihak yang bersangkutan. Pembiayaan adalah pemberian uang atau tagihan yang setara berdasarkan kesepakatan antara bank dan pihak lain, dengan kewajiban untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah periode waktu yang disepakati, beserta bagi hasil yang telah disetujui sebelumnya.³ Sharia on banks in financing includes prudence carried out by upholding the principles of 5 C (Character, Capacity, Capital, Collateral and Condition), not strictly sharia being the basis of the part that becomes prudential.⁴ Dalam melaksanakan pembiayaan terdapat penilaian yang berguna untuk menilai calon debitur karena risiko yang akan diberikan cukup besar sehingga diperlukan beberapa penilaian sebelum melakukan suatu pembiayaan, antara lain:

1. *Character*

Pemberian pembiayaan berdasar pada rasa kepercayaan dan yang mendasari kepercayaan adalah keyakinan dari pihak nasabah dengan pihak koperasi yang terkait.

2. *Capacity*

Prinsip yang menilai nasabah dari kemampuan dalam menjalankan keuangan yang ada di usaha miliknya. Dengan arti lain, kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan apakah terdapat permasalahan atau tidak sehingga hal ini menjadi penilaian bahwa seseorang itu sanggup untuk membayar kredit terhadap koperasi.

³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004), 92.

⁴ Amin Wahyudi, Binti Nur Asiyah, and Husnul Haq, "The Urgency of Sharia Division in Indonesia and Malaysian Islamic Bank", *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 7, no 1. (2023): 84, <https://doi.org/10.26740.aluqud.v7n1.p8294>.

3. *Capital*

Prinsip ini berkaitan dengan jumlah aset yang dimiliki terutama nasabah yang memiliki usaha, capital diketahui dari laporan tahunan perusahaan yang dikelola oleh nasabah sehingga dengan ini koperasi mampu untuk menilai apakah nasabah tersebut layak melakukan pembiayaan atau mendapat pinjaman atau kredit di koperasi

4. *Collateral*

Prinsip yang perlu diperhatikan oleh nasabah untuk memenuhi kewajibannya dalam mengembalikan pinjaman dari pihak koperasi. Jika tidak mampu dalam mengembalikan kredit dari pihak koperasi maka nasabah harus siap untuk menanggung risikonya.

5. *Condition*

Kondisi perekonomian suatu daerah memang sangat berpengaruh kepada nasabah dan pihak lembaga keuangan, dimana nasabah sangat bergantung pada kondisi perekonomian sedangkan pihak koperasi menghadapi permasalahan yang sama. Dibutuhkan kerjasama kedua belah pihak yang kuat untuk memperlancar komunikasi antara nasabah dengan pihak koperasi.⁵

Dari adanya kegiatan pembiayaan juga terdapat tujuan dan fungsi dengan diberikannya pembiayaan, diantaranya untuk memaksimalkan laba, upaya untuk meminimalisir risiko, sebagai pendayagunaan sumber ekonomi, sebagai penyaluran kelebihan dana, dan menghindari terjadinya dana yang menganggur. Sedangkan fungsi pembiayaan secara umum ialah meningkatkan daya guna uang, meningkatkan daya guna, meningkatkan peredaran uang, stabilitas ekonomi, sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional, sebagai alat hubungan ekonomi internasional.

⁵ Andini Puspita Sari, "Penilaian Calon Debitur *Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition*", *Wadiah*, 3.2 (2019), 194.

Dengan demikian, keputusan pengambilan pembiayaan dapat didefinisikan sebagai proses identifikasi dan pemilihan yang menyediakan modal untuk kerjasama antara lembaga keuangan dengan anggota maupun dengan masyarakat. Untuk memaksimalkan pengelolaan dana pada koperasi syariah maka manajemen koperasi perlu memperhatikan aspek penting dalam pembiayaan, yaitu:

1. Aman, yaitu keyakinan bahwa dana yang dipinjamkan akan dikembalikan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
2. Lancar, ialah anggapan bahwasannya dana yang diusahakan mengalami perputaran yang lancar.
3. Menguntungkan, pembiayaan akan menghasilkan keuntungan dan mampu meminimalisir risiko.⁶

b. Indikator Keputusan Pembiayaan

Indikator dalam pengambilan keputusan menurut Kotler antara lain:

1. Kemantapan pada sebuah produk.

Ketika akan melakukan pembelian, konsumen akan memilih salah satu dari berbagai alternatif yang ada. Keputusan tersebut didasarkan pada mutu, kualitas, dan faktor lain yang memberikan rasa percaya untuk membeli atau menggunakan produk tersebut. Kualitas yang baik akan menciptakan kepuasan bagi konsumen.

2. Kebiasaan dalam membeli produk.

Kebiasaan adalah tindakan yang diulang secara terus-menerus dalam membeli atau menggunakan suatu produk. Setelah konsumen membuat keputusan pembelian dan merasakan manfaat dari produk tersebut, mereka cenderung untuk tidak beralih ke produk atau jasa lain.

3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

⁶ Vivie Susanty, "Pengaruh Pengetahuan, Jumlah Pendapatan, Aksesibilitas Dan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Milenial Menggunakan Produk Keuangan Di Koperasi Syariah Malang", *Jurnal Ilmiah*, 2021, 4.

Saat melakukan pembelian produk, jika konsumen telah merasakan manfaat yang diinginkan, mereka cenderung akan merekomendasikannya kepada orang lain. Mereka ingin orang lain juga merasakan manfaat dari produk tersebut karena produk itu dianggap sangat baik dan lebih unggul dibandingkan produk lain.⁷

Indikator lain dalam pengambilan keputusan diantaranya sebagai berikut:

1) Tujuan

Tujuan ini harus disesuaikan dengan kebutuhan dan relevansi .

2) Identifikasi alternatif

Identifikasi alternatif dimaksudkan untuk mencapai tujuan dengan melibatkan beberapa alternatif pilihan sehingga dapat dianggap pilihan yang tepat dan sesuai.

3) Faktor yang tidak dapat diprediksi sebelumnya

Faktor ini dimaksudkan untuk mengetahui keberhasilan pemilihan alternatif setelah putusan itu dilaksanakan.

4) Dibutuhkan sarana untuk mengukur hasil yang dicapai

Beberapa alternatif perlu disertai dengan dampak positif dan dampak negatif. Pilihan atau opsi alternatif tersebut dapat menggunakan sarana atau alat untuk mengukur hasil yang diperoleh.

c. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Menurut Kotler faktor keputusan pembelian konsumen terbagi menjadi faktor internal, faktor eksternal.

- 1) Faktor Internal, merupakan faktor yang ada dalam diri setiap individu yang meliputi persepsi, motivasi, pengetahuan, pembelajaran, sikap, gaya hidup.

⁷ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi-12, (Jakarta: Erlangga, 2012), 36.

2) Faktor Eksternal, merupakan faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan maupun suatu lembaga. Ini juga dapat diartikan sebagai informasi yang diberikan kepada konsumen melalui berbagai upaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, seperti kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi, margin keuntungan, dan promosi.⁸

Terdapat pula faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Pertama adalah konsumen itu sendiri. Adapun unsur-unsur yang mereka pikirkan untuk dapat membuat keputusan yaitu motivasi, persepsi, sikap, dan karakteristik konsumen meliputi demografi, gaya hidup, serta kepribadian konsumen dan yang kedua adalah faktor lingkungan. Schiffman dan Kanuk berpendapat bahwa faktor eksternal yang berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan ialah bentuk usaha yang dilakukan pemasar melalui strategi yang baik dan melalui bauran pemasaran serta faktor eksternal juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial.⁹

2. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan dapat diartikan sebagai segala hal yang diketahui atau berkaitan dengan suatu topik. Pengetahuan adalah informasi yang telah digabungkan dengan pemahaman untuk mengambil tindakan terhadap hal yang ada di pikiran seseorang. Pengetahuan mencakup pemahaman, pengertian, dan penjelasan mengenai produk syariah dan lembaga keuangan syariah yang bebas dari unsur riba. Oleh karena itu, ketika masyarakat memiliki pemahaman yang baik tentang produk syariah dan lembaga keuangan syariah, hal ini akan memunculkan ketertarikan untuk melakukan pembiayaan.¹⁰ Notoatmojo berpendapat bahwa pengetahuan atau kognitif adalah

⁸ Kotler P., *Manajemen Pemasaran*, (Jilid 1), (Jakarta: PT. Indeks, 2005), 203.

⁹ Schiffman dan Kanuk, *Consumer Behaviour*, (Canada: Pearson, 2010), 483.

¹⁰ Nur Azizah, 20.

faktor yang sangat menentukan dalam mempengaruhi tindakan.¹¹ Pengetahuan yang memadai dapat memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan yang sesuai dengan kebutuhan perekonomian mereka sehingga berdampak positif pada keberlanjutan operasional dan perkembangan koperasi syariah.

Pengetahuan konsumen dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti apa yang akan dibeli, seberapa banyak yang dibeli, di mana produk tersebut dibeli, dan kapan waktu pembeliannya, yang semuanya bergantung pada pengetahuan konsumen. Pengetahuan konsumen mencakup semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai produk, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan perannya sebagai konsumen.¹² Secara umum, konsumen dapat diartikan sebagai bagian dari informasi keseluruhan yang berkaitan dengan peran konsumen dalam pasar.¹³ Tingkat pengetahuan produk yang dimiliki oleh konsumen itu berbeda-beda sehingga akan memberikan informasi baru dan membuat pilihan pembelian yang baru pula. Pengetahuan nasabah penting untuk pemasar karena pengetahuan nasabah akan digunakan sebelum melakukan keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.¹⁴

d. Indikator Pengetahuan

Menurut Engel dan Minor dalam Vinna pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga tingkatan, sebagai berikut:¹⁵

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah sekumpulan informasi yang mencakup berbagai aspek tentang suatu produk, seperti

¹¹ Notoatmodjo, S., *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, 2003.

¹² Mowen dan Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2008), 106.

¹³ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 129-130.

¹⁴ Shinta Agustina, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 110-111.

¹⁵ Vinna, *Perilaku Konsumen*, 133.

karakteristik produk, merek, kategori, terminologi, ciri-ciri, dan sebagainya. Pengetahuan yang dimiliki setiap konsumen dapat berbeda, misalnya dalam hal bentuk, merek, dan model produk.¹⁶

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian mencakup berbagai informasi yang dimiliki konsumen terkait cara memperoleh suatu produk. Dalam hal ini, implikasi bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen mengenai tempat untuk membeli produk tersebut. Dimensi dari pengetahuan pembelian meliputi informasi tentang lokasi dan waktu pembelian. Pengetahuan mengenai waktu yang tepat untuk membeli dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian, terutama untuk produk-produk inovatif.¹⁷

3) Pengetahuan Penggunaan

Pengetahuan penggunaan meliputi informasi tentang suatu produk yang diperlukan untuk dapat menggunakan produk tersebut dengan tepat sehingga memberikan manfaat kepada konsumen dan mencapai kepuasan yang tinggi. Pengetahuan penggunaan penting karena berbagai hal, salah satunya produk akan memberikan manfaat kepada konsumen baik saat digunakan maupun setelah digunakan.¹⁸

Menurut Notoatmodjo, pengetahuan yang cukup dalam domain kognitif memiliki enam tingkat, yaitu:

1. Tahu (*Know*)

Tahu adalah proses mengingat materi yang telah dipelajari sebelumnya. Pada tingkat ini, pengetahuan berfokus pada mengingat kembali hal-hal yang spesifik, sehingga "tahu" dianggap sebagai tingkat pengetahuan yang rendah.

¹⁶ James F. Engel, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2002), 35.

¹⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 136.

¹⁸ Vinna, *Perilaku Konsumen*, 134.

2. Memahami (*Chomprehention*)

Tahu merujuk pada proses mengingat informasi yang telah dipelajari sebelumnya. Pada tingkat ini, pengetahuan berfokus pada mengingat hal-hal tertentu, sehingga "tahu" dianggap sebagai tingkat pengetahuan yang dasar, ketika orang sudah paham akan sesuatu objek maka dapat menjelaskan secara detail, menyebutkan contohnya, menyimpulkan terhadap suatu objek yang telah dipelajari.

3. Aplikasi (*Application*)

Aplikasi adalah kemampuan untuk menerapkan materi dalam situasi nyata dan praktis, serta dapat menggunakan hukum-hukum, rumus, dan metode yang terkait di dalamnya.

4. Analisis (*Analysis*)

Analisis diartikan sebagai kemampuan untuk menguraikan materi suatu objek ke dalam komponen-komponen, namun tetap dalam satu struktur yang saling terkait.

5. Sintesis (*Syntesis*)

Tingkat ini mengacu pada kemampuan untuk melaksanakan atau menghubungkan bagian-bagian menjadi suatu keseluruhan yang baru. Dengan kata lain, ini berarti kemampuan untuk menyusun formulasi baru berdasarkan formulasi yang sudah ada sebelumnya.

6. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan untuk menilai suatu objek. Penilaian tersebut dapat dilakukan menggunakan kriteria yang sudah ada atau dengan menyusun kriteria baru.¹⁹

e. Faktor Pengaruh Pengetahuan

1) Faktor Internal

(a) Pendidikan

¹⁹ Jeane Betty Kurnia Jusuf and Andri Tria Raharja, "Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Program Studi Pendidikan Olahraga Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Terhadap Permainan Tennis", *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 15.2 (2019), 72.

Pendidikan mempengaruhi pengetahuan seseorang dalam hal sikap, etika, dan partisipasi dalam pembangunan. Secara umum, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin mudah bagi mereka untuk memperoleh dan menerima informasi.

(b) Pekerjaan

Salah satu cara mencari nafkah adalah bekerja dan bekerja pada umumnya merupakan kegiatan yang paling banyak menyita waktu.

(c) Umur

Semakin bertambah umur seseorang maka tingkat berpikir akan lebih kuat dan matang.

2) Faktor Eksternal

(a) Faktor lingkungan

Seluruh keadaan di sekitar individu dan dampaknya terhadap perkembangan serta perilaku seseorang.

(b) Sosial budaya

Sikap sosial dan budaya yang berkembang dalam masyarakat dapat memengaruhi cara seseorang dalam memperoleh dan menerima informasi.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah kondisi yang sangat dinamis dan dipengaruhi oleh produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan, yang mampu memenuhi bahkan melebihi harapan.²⁰ Pelayanan adalah usaha untuk memberikan bantuan dengan sepenuh hati, yang bertujuan memenuhi harapan konsumen atau masyarakat. Secara sederhana, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan mencapai kepuasan yang diinginkan. Secara

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 274.

umum, pelayanan yang berkualitas tinggi akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi dan mendorong pembelian ulang yang lebih sering. Pelayanan ini merujuk pada jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam bentuk kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dalam melayani untuk kepuasan nasabah. Layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menciptakan kepemilikan. Dengan kata lain, layanan adalah kinerja dalam kegiatan ekonomi yang tidak menghasilkan produk fisik, tetapi menciptakan rasa puas pada konsumen dan memberikan nilai tambah bagi perkembangan perusahaan.²¹

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menyampaikan layanan dengan tepat untuk memenuhi harapan mereka. Pelayanan yang spesifik harus mencerminkan kebutuhan dan keinginan konsumen secara langsung, dan kemudian dievaluasi apakah sesuai dengan harapan atau tidak.²² Menurut Kotler dan Keller, kualitas pelayanan adalah sifat dan karakter keseluruhan dari suatu produk atau layanan produk berdasarkan pada kemampuan mereka untuk mengekspresikan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung.²³ Kotler menyatakan bahwa kualitas layanan adalah gambaran dari kondisi pelanggan yang dikemas dalam bentuk harapan terhadap layanan, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan, dengan membandingkan pelayanan yang diharapkan dengan yang diterima. Kualitas pelayanan itu sendiri merujuk pada tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian

²¹ Windha Trisetya Wati, Imelda Aprileny, and Jayanti Apri Emarawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta", *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17.02 (2020), 40.

²² Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), 24.

²³ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, (Jakarta: PT. Indeks, 2012), 145.

atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.²⁴

Menurut Lewis dan Booms, kualitas pelayanan atau jasa adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dibangun berdasarkan perbandingan antara dua faktor utama, yaitu persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diterima dan pelayanan yang diharapkan dari produk-produk layanan suatu perusahaan jasa.²⁵ Kualitas pelayanan adalah faktor krusial yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan agar sebuah perusahaan atau lembaga keuangan dapat bertahan dan menjadi pilihan utama bagi banyak nasabah. Sebagian besar perusahaan jasa atau lembaga keuangan mengungkapkan bahwa tujuan pendirian perusahaan berkaitan dengan pencapaian kepuasan pelanggan yang tinggi. Namun, pertanyaannya adalah apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan nasabah, atau hanya mengikuti SOP lembaga itu sendiri, mengingat setiap nasabah memiliki penilaian yang berbeda terhadap kualitas pelayanan yang diterima.

Kepuasan nasabah yang optimal tercapai melalui kualitas pelayanan yang baik, sementara kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan penurunan kepercayaan dan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah akan berdampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap kemajuan dan perkembangan perusahaan yang bergerak di bidang bisnis termasuk juga pada lembaga keuangan. Dapat dikatakan bahwa lembaga keuangan baik lembaga keuangan konvensional maupun mampu memberikan kepuasan maksimal kepada nasabah akan memiliki daya saing yang kuat, serta dapat bertahan dan berkembang di masa depan.

²⁴ Kotler dan Keller, *Marketing Management*, Edisi Kelima Belas, (Pearson Education, Inc, 2016), 153.

²⁵ Fandy Tjiptono dan Gregodius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 121.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Kotler menjelaskan dimensi dan indikator dari kualitas pelayanan yang meliputi:

- 1) Keandalan (*Reliability*) merujuk pada kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan dengan tepat dan dapat dipercaya. Dalam konteks ini, kinerja perusahaan atau lembaga keuangan harus sesuai dengan harapan nasabah, yang meliputi ketepatan waktu, kesetaraan pelayanan untuk semua nasabah, serta sikap ramah dengan tingkat akurasi yang tinggi.
- 2) Daya tanggap (*Responsiveness*), merupakan kemampuan karyawan untuk memberikan jasa layanan yang dibutuhkan oleh konsumen termasuk mengatasi keluhan dari setiap nasabah. Dengan adanya respon atau kesiapan dari pihak koperasi dalam memberikan pelayanan dan penanganan keluhan nasabah serta kecepatan pegawai koperasi dalam menangani transaksi pembiayaan. Kesiediaan pegawai dalam membantu nasabah jika ada kesulitan dalam menggunakan jasa lembaga keuangan.
- 3) Jaminan (*Assurance*), merupakan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa aman dan percaya kepada konsumen bahwasannya perusahaan mampu mewujudkan setiap janji yang telah disampaikan. *Assurance* ini mencakup tentang kognitif, sopan santun, dan bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan pada nasabah.
- 4) Empati (*Empathy*), merupakan kemudahan karyawan dalam melakukan interaksi yang baik dengan konsumen dan berusaha memenuhi kebutuhan para konsumen. Hal ini, diharapkan perusahaan atau lembaga keuangan memiliki perhatian terhadap nasabahnya berupa kemudahan untuk menghubungi perusahaan

atau lembaga, usaha perusahaan atau lembaga memahami keinginan dari nasabah, dan memiliki jam operasional yang nyaman dan fleksibel bagi nasabah.

- 5) Bukti fisik (*Tangibles*) merujuk pada keberadaan fasilitas fisik, peralatan, perlengkapan, dan sarana komunikasi yang mendukung proses pelayanan. Fasilitas dan kondisi lingkungan sekitar perusahaan menjadi bukti nyata dari kualitas pelayanan yang diberikan, yang pada gilirannya mempengaruhi persepsi dan respons pelanggan. Aspek tampilan fisik mencakup berbagai elemen seperti desain gedung, ruang depan kantor, area parkir yang tersedia, kebersihan dan kenyamanan ruang, serta penampilan karyawan.²⁶

Dalam kualitas pelayanan terdapat enam prinsip utama yang membentuk dan mempertahankan lingkungan yang sesuai untuk melaksanakan kualitas secara berkesinambungan, yaitu:

- 1) Kepemimpinan

Pimpinan tertinggi perusahaan harus memandu organisasi untuk meningkatkan kinerja dan kualitasnya sehingga manajemen puncak harus selalu berinisiatif dan berkomitmen terhadap keputusan yang dibuat.

- 2) Pendidikan

Aspek-aspek yang perlu ditekankan dalam pendidikan tersebut mencakup pemahaman tentang kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik untuk menerapkan strategi kualitas, serta peran penting eksekutif dalam melaksanakan strategi kualitas.

- 3) Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup penetapan pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan untuk membimbing perusahaan dalam mencapai visinya.

²⁶ Kotler dan Keller, *Marketing Management*, 15th edition, (Pearson Education, Inc, 2016). 442.

4) *Review*

Proses tinjauan merupakan alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi.

5) Komunikasi

Pelaksanaan strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi di perusahaan, yang melibatkan karyawan, pemangku kepentingan, dan masyarakat luas.

6) Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan adalah elemen penting dalam penerapan strategi kualitas, karena dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, kebanggaan, dan rasa memiliki di antara setiap individu dalam organisasi.²⁷

c. **Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Menurut Moenir, secara umum terdapat beberapa faktor yang mendukung jalannya kualitas pelayanan dengan baik antara lain:

- 1) Faktor kesadaran petugas yang terlibat dalam pelayanan publik
- 2) Faktor peraturan yang menjadi dasar dalam memberikan pelayanan
- 3) Faktor organisasi yang mengelola sistem untuk memastikan kelancaran proses pelayanan
- 4) Sarana dan prasarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan²⁸

4. **Margin Keuntungan**

a. **Pengertian Margin Keuntungan**

Secara teknis, margin keuntungan adalah persentase yang ditentukan setiap tahun dan dihitung berdasarkan margin harian dalam satu tahun, yang dihitung dengan asumsi 360 hari.²⁹ Menurut

²⁷ Wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan : Teori Dan Aplikasinya, Edisi Pertama*, (Sidoarjo: UMSIDA PRESS, 2018), 30-31.

²⁸ Moenir, H.A.S., *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 88.

²⁹ A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Keuangan, Edisi Kelima*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 279.

Gozali, margin adalah selisih antara harga beli dan harga jual yang berupa keuntungan kotor dalam transaksi jual beli. Berbeda dengan bunga, margin biasanya ditetapkan pada awal perjanjian transaksi dan tidak dapat diubah selama proses transaksi berlangsung.³⁰

Margin diperoleh melalui akad yang disepakati oleh kedua pihak berdasarkan prinsip keadilan. Penetapan bagi hasil dan margin ini dipengaruhi oleh jenis barang, pembanding, reputasi mitra, serta alat ukur yang digunakan. Umumnya, nasabah pembiayaan membayar secara angsuran, dan tagihan yang muncul dari transaksi jual beli atau sewa dalam murabahah disebut sebagai piutang. Jumlah piutang yang diterima bergantung pada plafond pembiayaan, yaitu jumlah yang tercantum dan telah disepakati dalam perjanjian pembiayaan.³¹

Margin dalam murabahah adalah jumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas transaksi yang terjadi dengan nasabah, berdasarkan jadwal pembayaran yang telah disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Keuntungan yang diperoleh oleh bank ini disebut pendapatan margin *murabahah*. Margin ini bertujuan untuk menciptakan keadilan dalam memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak, baik bank maupun nasabah.³² Margin adalah peningkatan aset bersih yang diperoleh dari kepemilikan aset selama periode waktu tertentu, yang tercermin dalam laporan laba rugi dan kenaikan nilai aset tersebut. Tingkat perbedaan antara biaya produksi dan harga jual di pasar disebut sebagai margin.³³ Keuntungan bank dalam akad murabahah diukur

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2008), 280.

³¹ Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE UGM. Baswir,R., 2000), 134.

³² Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008), 160.

³³ Syifa Tonik Santosa, "Pengaruh Margin, Promosi, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Sarana Aneka Jasa KCP Wedi)", *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), 17.

sebagai persentase margin yang ditentukan oleh bank sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Menurut Kasmir, margin adalah kemampuan manajemen dalam mengarahkan bisnis sehingga biaya barang atau jasa, biaya operasional, penyusutan, bunga pinjaman, dan pajak dapat dikendalikan dengan efektif melalui hubungan antara laba bersih setelah pajak dan penjualan. Pelanggan atau nasabah dapat menentukan harga yang tepat untuk barang atau jasa yang mereka gunakan dari koperasi syariah dengan mempertimbangkan margin ini. Besarnya margin keuntungan akan memengaruhi seberapa besar beban pembiayaan yang ditanggung masyarakat, yang akan mempengaruhi minat mereka untuk mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Sebaliknya, jika lembaga keuangan syariah menetapkan margin yang tinggi, masyarakat akan lebih berhati-hati dalam mengajukan pembiayaan di lembaga tersebut.

Menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, margin merupakan keuntungan yang diperoleh koperasi dari hasil transaksi penjualan dengan pihak pembeli.³⁴

b. Indikator Margin Keuntungan

Terdapat beberapa indikator pada margin keuntungan yang perlu dipertimbangkan menurut Kotler, antara lain:

- 1) Tidak memberatkan, yaitu margin yang ditetapkan tidak membuat nasabah merasa terbebani saat melakukan pembiayaan dan margin yang ditetapkan sesuai dengan akad diawal perjanjian.
- 2) Margin yang ditetapkan cukup rendah.
- 3) Memudahkan perhitungan, yaitu margin yang ditetapkan tidak susah untuk dihitung harganya.

³⁴ Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia, "Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia"..., 5.

- 4) Sebanding, margin yang ditetapkan sebanding dengan harga yang ditetapkan di pasaran.
- 5) Mudah mengajukan pembiayaan, dengan tingkat margin yang diberikan oleh pihak lembaga memudahkan konsumen untuk mengambil pembiayaan kembali dikarenakan kemudahan akses dan fasilitas yang memadai.
- 6) Kelancaran, kemudahan dalam melakukan angsuran mempermudah nasabah untuk mengajukan dan memperoleh pembiayaan lagi.
- 7) Karakteristik yang berbeda, yaitu penetapan harga jual memiliki karakteristik yang berbeda dengan pembiayaan konvensional.³⁵

Beberapa indikator lain pada margin keuntungan yang perlu dipertimbangkan menurut Sri Wulandari saat menetapkan margin pada lembaga keuangan, antara lain:

- 1) Komposisi Pendanaan

Penentuan besar kecilnya margin keuntungan dalam pembiayaan di lembaga keuangan syariah sangat bergantung pada tingkat persaingan.

- 2) Tingkat Persaingan

Tingkat persaingan yang tinggi akan mengurangi margin keuntungan bagi lembaga keuangan, sementara jika persaingan rendah, lembaga keuangan dapat memperoleh margin yang lebih besar.

- 3) Risiko Pembiayaan

Memberikan pinjaman kepada sektor yang memiliki risiko tinggi dapat memungkinkan lembaga keuangan untuk memperoleh pengembalian yang lebih tinggi dibandingkan dengan sektor yang memiliki risiko menengah.

- 4) Kondisi Perekonomian

³⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), 54.

Siklus ekonomi meliputi tahap pemulihan, puncak ekonomi, dan resesi. Ketika ekonomi kedua negara tersebut dalam kondisi baik dan bisnis berjalan lancar, lembaga keuangan dapat mengimplementasikan kebijakan profit yang lebih moderat.

- 5) Tingkat Keuntungan yang Diharapkan Lembaga Keuangan
Secara kondisional, hal ini sangat dipengaruhi oleh situasi ekonomi secara keseluruhan serta tingkat risiko yang terkait dengan pemberian kredit kepada sektor keuangan atau debitur.³⁶

c. Faktor Pengaruh Margin Keuntungan

Menurut Sumiyanto, penentuan margin dalam sistem syariah, berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No. 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 dan Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah, dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut ini:

- a) Jenis barang
Selisih harga jual atau margin pada barang yang bersaing di pasar cenderung lebih rendah dibandingkan dengan investasi.
- b) Terdapat pembanding
Pembanding adalah faktor yang digunakan untuk menentukan harga barang yang setara dengan aktivitas transaksi yang dilakukan oleh koperasi syariah MSI dengan supplier.
- c) Reputasi mitra pada pembiayaan sebelumnya
Reputasi mitra dinilai berdasarkan kelancaran dalam pembayaran angsuran, perkembangan dan prospek usaha, serta tujuan dari usaha tersebut.
- d) Alat ukur
Pada akhir periode, koperasi syariah MSI akan menghitung harga jual menggunakan rumus tertentu sebagai alat ukur untuk menentukan harga. Namun, karena harga di pasar sangat

³⁶ Fasa dan Darmawan, *Manajemen Lembaga Keuangan*, Edisi Ketiga, (Jakarta: LPEE UI, 2020).

kompetitif, diperlukan strategi yang tepat untuk menentukan harga yang optimal.³⁷

A. Keterkaitan Antara Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Margin Keuntungan, dan Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Pengetahuan adalah informasi yang telah dipadukan dengan pemahaman untuk melaksanakan suatu hal yang ada dalam pikiran seseorang. Pengetahuan konsumen mencakup semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai produk serta pengetahuan lain yang berkaitan dengan peranannya sebagai konsumen. Pengaruh pada konsumen atau nasabah dapat terjadi karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk syariah. Selain itu, faktor pendidikan yang rendah dan kurangnya sosialisasi mengenai produk syariah di kalangan masyarakat turut mempengaruhi. Mereka yang memahami produk syariah cenderung memilih untuk mengambil pembiayaan atau menabung di lembaga tersebut, dengan alasan perhitungan yang transparan, bebas dari unsur riba, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu lembaga atau perusahaan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih pembiayaan. Kualitas pelayanan merujuk pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menyampaikan pelayanan yang tepat untuk memenuhi harapan mereka. Pelayanan yang spesifik harus dapat menunjukkan kebutuhan dan keinginan konsumen secara langsung dan dievaluasi berdasarkan kesesuaiannya dengan harapan konsumen. Kualitas pelayanan adalah faktor penting yang harus diperhatikan dan ditingkatkan agar perusahaan atau lembaga keuangan dapat bertahan dan menjadi pilihan utama bagi banyak nasabah.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengambil pembiayaan adalah margin keuntungan. Margin dalam murabahah merupakan sejumlah uang yang dibayarkan sebagai

³⁷ Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008), 161.

keuntungan bank atas transaksi yang dilakukan dengan nasabah, dengan jadwal pembayaran yang telah disepakati sebelumnya. Keuntungan ini menjadi lebih mudah diakses karena salah satu indikatornya adalah margin yang ditentukan tidak memberatkan konsumen atau nasabah, sehingga tidak menyulitkan mereka dalam memperoleh pembiayaan. Dengan kata lain, jika lembaga tersebut tidak mempersulit nasabah atau konsumen maka masyarakat akan semakin yakin dengan keputusan yang diambil. Keputusan pengambilan pembiayaan atau pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa layanan yang diyakini akan memuaskan dan kesediaan konsumen dalam menanggung segala risiko yang mungkin terjadi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasannya ketiga variabel tersebut memiliki keterkaitan dimana pengetahuan yang dimiliki masyarakat terkait dengan produk atau jasa layanan yang diberikan oleh koperasi syariah mampu untuk mempengaruhi keputusan mengambil pembiayaan, pelayanan yang diberikan dengan baik juga akan berdampak dengan rasa percaya masyarakat terhadap koperasi syariah sehingga menarik minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan di koperasi syariah serta margin keuntungan yang sesuai juga akan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengambil pembiayaan di lembaga keuangan syariah.

B. Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka ini penulis mengemukakan hasil penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama/Tahun/Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
Nilam Ardyaningrum (2020) “Pengaruh Pengetahuan dan	Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan	1. Lokasi penelitian 2. Variabel bagi hasil dan	Variabel pengetahuan

Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BMT Surya Kencana Balong” ³⁸	terhadap keputusan menabung di BMT Surya Kencana Balong.	keputusan menabung 3. Teknik pengambilan sampel yang berbeda	
Ummu Hany (2023) “Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota di BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem Kab. Batang” ³⁹	Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota di BTM An Najah. Hasil ini mendukung pengaruh parsial variabel kualitas pelayanan terhadap minat menjadi anggota.	1. Lokasi penelitian 2. Variabel persepsi kepercayaan 3. Variabel jaminan rasa aman 4. Variabel minat (Y)	Variabel kualitas pelayanan
Nurul Dewi Andriani, Lu’lu’il Maknuun, Moch. Ichiyak Ulumudin (2021) “Pengaruh Pengetahuan	Hasil penelitian untuk variabel pengetahuan nasabah tidak berpengaruh signifikan	1. Lokasi penelitian 2. Variabel religiusitas 3. Fokus penelitian	1. Variabel margin keuntungan 2. Variabel pengetahuan

³⁸ Nilam Ardyaningrum, "Pengaruh Pengetahuan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT Surya Kencana Balong", 2020.

³⁹ Ummu Hany, "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem Kab. Batang", 2023.

Nasabah, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto” ⁴⁰	terhadap pengambilan keputusan, sedangkan variabel margin keuntungan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan..		3. Variabel keputusan pengambilan pembiayaan
Windha Trisetya Wati, Imelda Aprileny, Jayanti Apri Emarawati (2020) “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel and Towers Jakarta” ⁴¹	Hasil uji hipotesis signifikan t 0,000 <0,05 yang berarti bahwa secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di The	1. Variabel kepuasan konsumen 2. Variabel kepuasan konsumen 3. Variabel promosi 4. Variabel loyalitas pelanggan (Y) 5. Lokasi penelitian	Variabel kualitas pelayanan

⁴⁰ Nurul Dewi Andriani, Lu’lu’il Maknuun, dan Moch Ichiyak Ulumudin, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto", *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 3.2 (2021).

⁴¹ Windha Trisetya Wati, Imelda Aprileny, and Jayanti Apri Emarawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta", *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17.02 (2020).

	Media Hotel & Tower Jakarta.		
Maya Sari Saragih (2020) "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan, dan Sosialisasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di BTPN Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Silau Merawan Kecamatan Dolok Masihul)" ⁴²	Variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan pembiayaan PMD.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Sosialisasi 2. Variabel kepercayaan 3. Lokasi penelitian 4. Objek yang dikaji berfokus di Pembiayaan Masa Depan (PMD) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel pengetahuan produk 2. Variabel melakukan pembiayaan
Yuliatul Muzammil (2021) "Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan	Pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan masyarakat desa Pucanganom menggunakan produk tabungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel religiusitas 2. Variabel minat menggunakan produk 3. Lokasi penelitian 4. Objek penelitian 	Variabel pengetahuan

⁴² Maya Sari Saragih, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan Dan Sosialisasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) Di BTPN Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Silau Merawan Kecamatan Dolok Masihul)", 2020.

Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom) ⁴³	haji di BRIS KC Madiun	5. Terdapat variabel intervening	
Syifa Tonik Santosa (2023) "Pengaruh Margin, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Sarana Aneka Jasa KCP Wedi) ⁴⁴	Variabel margin (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih murabahah di KSPS	1. Variabel promosi 2. Variabel religiusitas 3. Lokasi penelitian 4. Objek penelitian berfokus pada murabahah	1. Variabel pengetahuan 2. Variabel keputusan pengambilan pembiayaan
Khiliatul Jannah, Sofi Faiqotul Hikmah, Indana Almas Azhar (2022) "Pengaruh Margin dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan	Margin dan kualitas pelayanan islami secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada	1. Variabel kepuasan anggota 2. Objek penelitian 3. Lokasi penelitian	1. Variabel margin 2. Variabel kualitas pelayanan

⁴³ Yuliatul Muzammil, "Tabungan Haji Di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)", 2021.

⁴⁴ Syifa Tonik Santosa, "Pengaruh Margin, Promosi, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Sarana Aneka Jasa KCP Wedi)", 2023.

Murabahah di BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi” ⁴⁵	pembiayaan murabahah di BMT Muamalat Kalibaru		
Muhammad Majduddin, Munirul Abidin, Muhammad Anas (2023) “Efek Pelayanan Prima dan Tingkat Keuntungan Pada Sikap Anggota Memilih Pembiayaan di Koperasi Syariah di Kabupaten Malang” ⁴⁶	Variabel tingkat keuntungan (X2) berefek positif substansial senilai 47,5% pada variabel sikap anggota (Y) memilih pembiayaan di koperasi syariah di Kabupaten Malang.	1. Variabel pelayanan prima 2. Variabel sikap anggota 3. Lokasi penelitian 4. Jenis pendekatan dengan metode asosiatif bentuk kausal	1. Variabel tingkat keuntungan 2. Variabel memilih pembiayaan di koperasi syariah
Fajar Apriliani (2022) “Analisis Pengaruh Kecukupan Modal, <i>Financing To Deposit Ratio</i> , dan Margin Keuntungan Terhadap Pembiayaan	Variabel margin keuntungan berpengaruh positif terhadap pembiayaan murabahah.	1. Variabel kecukupan modal 2. Variabel FDR 3. Variabel risiko pembiayaan sebagai variabel <i>moderating</i>	Variabel margin keuntungan

⁴⁵ Khiliatul Jannah, Sofi Faiqotul Hikmah, dan Indana Almas Azhar, “Pengaruh Margin Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah Di BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi”, *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 2.2 (2022).

⁴⁶ Muhammad Majduddin, Munirul Abidin, dan Muhammad Anas, "Efek Pelayanan Prima Dan Tingkat Keuntungan Pada Sikap Anggota Memilih Pembiayaan Di Koperasi Syariah Di Kabupaten Malang", *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5.I (2023).

Murabahah dan Risiko Pembiayaan Sebagai Variabel Moderating” ⁴⁷			
Yorica Rahma (2020) “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Central Asia Syariah” ⁴⁸	Pengetahuan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada BCA Syariah. Margin keuntungan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada BCA Syariah	1. Variabel pendapatan nasabah 2. Objek yang diteliti berfokus pada pembiayaan murabahah 3. Lokasi penelitian	1. Variabel pengetahuan 2. Variabel margin keuntungan

⁴⁷ Fajar Apriliani, "Analisis Pengaruh Kecukupan Modal, *Financing To Deposit Ratio*, Margin Keuntungan Terhadap Pembiayaan Murabahah Dengan Risiko Pembiayaan Sebagai Variabel Moderating", 2022.

⁴⁸ Yorica Rahma, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Central Asia Syariah", 2020.

<p>Warda Nurhilda Shofia (2021) "Pengaruh Penetapan Harga Jual, Modal, dan Tingkat Margin Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Syariah"⁴⁹</p>	<p>Tingkat Margin (X3) menunjukkan bahwa variabel Tingkat Margin (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada Lembaga Keuangan Syariah.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel penetapan harga jual 2. Variabel modal 3. Objek penelitian berfokus pada pembiayaan murabahah 4. Lokasi penelitian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel tingkat margin 2. Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan
<p>Jumratul Hasanah (2023) "Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal dan Tingkat Margin Terhadap Proses Keputusan Pengambilan</p>	<p>Variabel tingkat margin (X3) secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel pelayanan 2. Variabel kebutuhan modal 3. Lokasi penelitian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel keputusan pengambilan pembiayaan 2. Variabel margin

⁴⁹ Warda Nurhilda Shofia, "Pengaruh Penetapan Harga Jual, Modal Dan Tingkat Margin Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Syariah", 2021.

Pembaiayaan Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Gumarang Kabar Syari'ah Mataram" ⁵⁰	keputusan pengambilan pembiayaan murabahah (Y).	4. Objek penelitian yang diteliti	
Hastuti Olivia, Dika Fadillah Tanjung, Sugianto (2020) "Pengaruh Margin Keuntungan dan Biaya Administrasi Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan KPR Syariah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai" ⁵¹	Dari tabel <i>coefficients</i> variabel margin keuntungan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan KPR syariah.	1. Variabel biaya administrasi 2. Variabel minat nasabah pembiayaan 3. Lokasi penelitian 4. Objek yang diteliti	Variabel margin keuntungan
Meira Heny Dwi Putri, Apriyanti, Dian Citaningtyas Ari Kadi (2023) "Pengaruh Penerapan	Variabel tingkat margin berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan	1. Variabel pemasaran syariah 2. Variabel kualitas pelayanan	1. Variabel tingkat margin 2. Variabel keputusan pengambilan pembiayaan

⁵⁰ Jumratul Hasanah, "Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal, Dan Tingkat Margin Terhadap Proses Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Gumarang Kabar Syari'ah Mataram", 2023.

⁵¹ Hastuti Olivia, Dika Fadillah Tanjung, and Sugianto, "Pengaruh Margin Keuntungan Dan Biaya Administrasi Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Kpr Syariah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai", *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 2020.

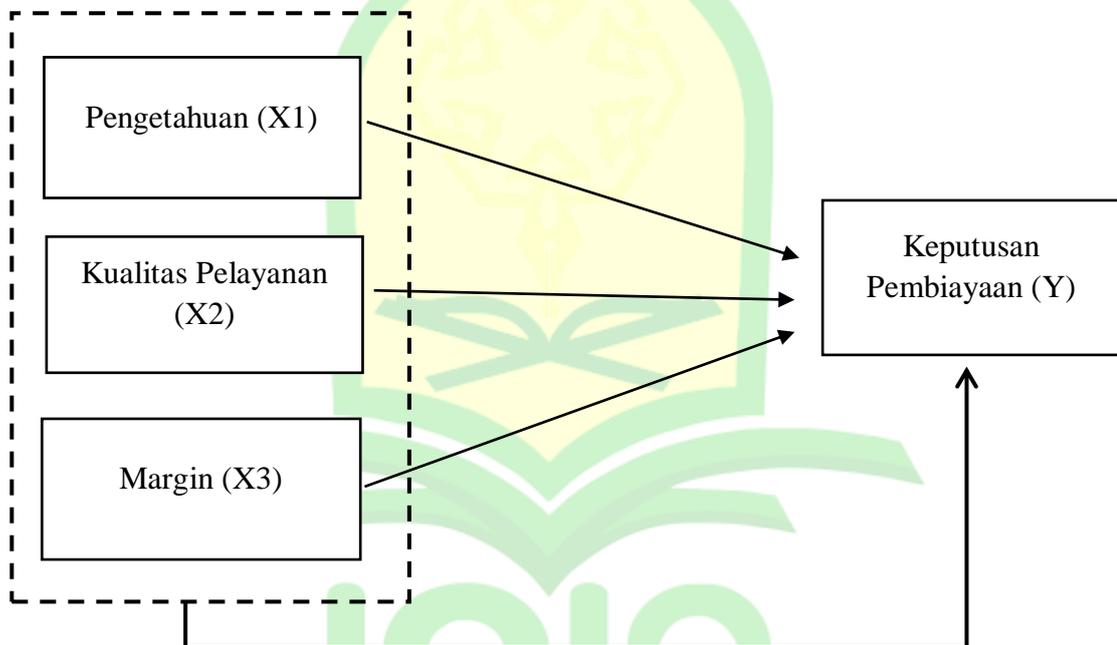
<p>Pemasaran Syariah, Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Koperasi BMD Syariah KC Karangjati Ngawi”⁵²</p>	<p>pembiayaan murabahah pada koperasi BMD syariah KC Karangjati Ngawi</p>	<p>3. Lokasi penelitian</p>	
<p>Yesi Fauziah (2023) “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Nasabah Dan Motivasi Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Pada Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Banjarsari (Studi Kasus Perempuan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Banjaranyar,</p>	<p>Pengetahuan Nasabah tidak berpengaruh terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan pada Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Banjarsari.</p>	<p>1. Variabel motivasi 2. Studi kasus penelitian 3. Lokasi penelitian</p>	<p>1. Variabel pengetahuan 2. Variabel keputusan mengambil pembiayaan</p>

⁵² Meira Heny Dwi Putri, Apriyanti, dan Dian Citaningtyas Ari Kadi, "Pengaruh Penerapan Pemasaran Syariah, Tingkat Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Koperasi BMD Syariah KC Karangjati Ngawi", *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5)*, 2023.

Kabupaten Ciamis) ⁵³			
------------------------------------	--	--	--

C. Kerangka Pemikiran

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan terdiri dari tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin, dengan adanya tujuan penelitian dan kajian teori maka kerangka pikiran dapat dijelaskan dengan gambar sebagai berikut



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- : Pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen
- - - - - : Pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen secara simultan

⁵³ Yesi Fauziah, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Nasabah Dan Motivasi Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Pada Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Banjarsari (Studi Kasus Perempuan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kecamatan Banjaranyar, Kabupaten Ciamis)", 2023.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah kesimpulan atau jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang disusun secara rasional berdasarkan kerangka berpikir dan penelitian sebelumnya. Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dibuat, penelitian ini merumuskan hipotesis untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Pengetahuan adalah pemahaman dan penjelasan mengenai produk syariah serta lembaga keuangan syariah yang bebas dari unsur riba. Pengetahuan konsumen mencakup semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai produk, serta pengetahuan lain yang berhubungan dengan perannya sebagai konsumen.⁵⁴ Tingkat keputusan seseorang dalam mengambil pembiayaan berkaitan erat dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya. Artinya, semakin baik pemahaman seseorang mengenai pembiayaan syariah, semakin besar kemungkinan dia untuk mengambil pembiayaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Nilam Ardyaningrum menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Surya Kencana Balong.⁵⁵ Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{o1} : Tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

H_{a1} : Terdapat pengaruh variabel pengetahuan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menyampaikan pelayanan dengan tepat agar

⁵⁴ Mowen dan Minor, *Perilaku Konsumen*, 106.

⁵⁵ Nilam Ardyaningrum, "Pengaruh Pengetahuan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BMT Surya Kencana Balong", *Skripsi*, (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO), 2020.

sesuai dengan harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan harus dapat memenuhi secara langsung kebutuhan dan keinginan konsumen, dan kemudian dievaluasi apakah sesuai atau tidak dengan harapan mereka.⁵⁶ Secara umum, pelayanan berkualitas tinggi akan menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang. Kualitas pelayanan yang baik dan memadai akan mendorong masyarakat untuk memilih mengambil pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Penelitian yang dilakukan oleh Ummu Hany menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi anggota di BMT An-Najah.⁵⁷ Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

H_{a2} : Terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

3. Pengaruh Margin Keuntungan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Margin (keuntungan) dalam murabahah adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas transaksi yang dilakukan dengan nasabah, dengan jadwal pembayaran yang telah disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Margin ini bertujuan untuk menciptakan keadilan dalam pembagian keuntungan antara pihak bank dan nasabah.⁵⁸ Besarnya margin keuntungan akan memengaruhi jumlah pembiayaan yang menjadi beban bagi masyarakat, yang dapat meningkatkan minat mereka untuk mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Sebaliknya, jika margin yang ditetapkan oleh lembaga keuangan syariah terlalu tinggi, masyarakat cenderung lebih berhati-hati dalam

⁵⁶ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, 24.

⁵⁷ Ummu Hany, "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di BMT An-Najah Kantor Cabang Waruangesem Kab. Batang", *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan), 2023.

⁵⁸ Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, 160.

mengajukan pembiayaan. Penelitian yang dilakukan oleh Syifa Tonik Santosa menunjukkan bahwa margin keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam memilih murabahah di KSPS Sarana Aneka Jasa KCP Wedi.⁵⁹ Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

H_{a3} : Terdapat pengaruh variabel margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

4. Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Keputusan pengambilan pembiayaan didasari oleh banyak faktor, yakni faktor internal yang meliputi pengetahuan masyarakat terkait dengan pembiayaan di koperasi syariah dan faktor eksternal yang meliputi margin keuntungan dan kualitas pelayanan yang ada di koperasi syariah. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat, kualitas pelayanan yang diberikan memadai dan baik, serta margin keuntungan yang telah sesuai sehingga Keputusan Masyarakat akan meningkat dalam pengambilan biaya di koperasi syariah. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh secara simultan pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

H_{a4} : Terdapat pengaruh secara simultan pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

⁵⁹ Syifa Tonik Santosa, "Pengaruh Margin, Promosi, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Sarana Aneka Jasa KCP Wedi)", *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta), 2023.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian didefinisikan sebagai tata cara pengumpulan dan pemeriksaan data penelitian dalam arti sempit dan secara garis besar mengacu pada proses pengorganisasian dan pelaksanaan penelitian. Tujuan dari rancangan penelitian ini adalah untuk memastikan bahwa penelitian dapat dilakukan secara akurat dan efisien.¹ Secara khusus, rancangan penelitian melibatkan proses pengumpulan dan analisis data, sementara secara umum, rancangan penelitian mencakup seluruh tahapan penelitian mulai dari perencanaan hingga pelaporan hasil penelitian.²

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden.³ Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan pada populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data melalui kuesioner, diikuti dengan analisis statistik kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang sedang terjadi saat ini.⁴

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.

Variabel penelitian merujuk pada segala hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan dipelajari, dengan tujuan memperoleh informasi yang kemudian dapat disimpulkan. Hubungan antar variabel terjadi ketika ada dua jenis variabel yang berbeda, yaitu variabel dependen dan variabel

¹ Sigit Hermawan, *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Malang: MNC Publishing, 2021), 22.

² Efrianto dan Gusman Lesmana, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Medan: UMSU Press, 2022).

³ Niken Ayu Wulandari and Yunaita Rahmawati, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah Terhadap Kepuasan Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Karyawan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo)", *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 7.2 (2023), 200.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 8.

independen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari perubahan yang disebabkan oleh variabel independen. Sementara itu, variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel dependen.⁵

Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah pengetahuan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan margin keuntungan (X3). Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan mengambil pembiayaan (Y). Adapun definisi operasionalnya sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Pengetahuan (X1)	Semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai produk serta pengetahuan lainnya yang relevan dengan perannya sebagai konsumen.	1. Pengetahuan produk	Vinna Sri Yuniarti, <i>Perilaku Konsumen Teori dan Praktik</i> , (Bandung: Pustaka Setia, 2015)
		2. Pengetahuan pembelian	
		3. Pengetahuan penggunaan	
Kualitas Pelayanan (X2)	Upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menyampaikan pelayanan dengan tepat agar sesuai dengan harapan konsumen, di mana pelayanan yang spesifik harus mencerminkan kebutuhan dan keinginan	1. <i>Reliability</i> (keandalan)	Kotler dan Keller, <i>Marketing Management</i> , Edisi 15, (Pearson Education Inc., 2016)
		2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	
		3. <i>Assurance</i> (jaminan)	
		4. <i>Emphaty</i> (empati)	

⁵ Ika Ristanti, "Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di Bmt Nurul Ummah Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro", *Skripsi*, (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021), 25.

	konsumen secara langsung dan dinilai apakah sesuai atau tidak dengan harapan mereka.	5. <i>Tangibles</i> (bukti fisik)	
Margin Keuntungan (X3)	Jumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas transaksi dengan nasabah, berdasarkan jadwal pembayaran yang telah disepakati sebelumnya dalam perjanjian sebelum transaksi dilakukan.	1. Tidak membebankan nasabah 2. Memudahkan perhitungan 3. Mudah mengajukan pembiayaan 4. Kelancaran angsuran	Philip Kotler, <i>Manajemen Pemasaran</i> , (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002)
Keputusan Mengambil Pembiayaan (Y)	Proses identifikasi dan pemilihan yang menyediakan modal untuk kerjasama antara lembaga keuangan dengan anggota maupun dengan masyarakat	1. Kemantapan pemilihan produk. 2. Pembelian produk yang menjadi pembiasaan. 3. Merekomendasikan kepada orang lain.	Kotler dan Keller, <i>Manajemen Pemasaran</i> , Edisi 12, (Jakarta: Erlangga)

C. Lokasi dan Periode Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis mengambil lokasi penelitian di BMT Karima Sejahtera yang beralamatkan di Jalan Raya Takeran No. 101, RT 11/01, Sawo, Sawojajar, Takeran, Magetan. Penelitian ini dilaksanakan pada saat jam operasional kerja.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada kumpulan data yang menjadi sumber informasi dalam penelitian, yang memiliki jumlah yang besar dan cakupan yang luas.⁶ Populasi adalah semua objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, dan lain-lain sebagai sumber data yang mempunyai ciri-ciri tertentu dalam sebuah penelitian.⁷ Populasi juga dapat diartikan sebagai area untuk melakukan generalisasi, yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis, kemudian disimpulkan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah 531 anggota yang melakukan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸ Jika populasi terlalu besar, peneliti mungkin tidak dapat mempelajari dan mengolah seluruh data karena keterbatasan dana, waktu, dan faktor lainnya. Oleh karena itu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Berdasarkan pengamatan, pengambilan sampel perlu dilakukan untuk mempelajari populasi dengan jumlah karakteristik yang banyak adalah tidak mungkin dilakukan. Oleh karenanya, pengambilan sampel dari masyarakat harus representatif.

Sampling merupakan suatu metode untuk memilih sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Terdapat banyak metode untuk memilih sampel, metode tersebut secara umum dibagi menjadi dua kategori, yakni *probability sampling* dan *non probability sampling*.⁹ Dalam penelitian

⁶ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 137-138.

⁷ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group), 361

⁸ Sugiyono, 81.

⁹ Sugiyono, 288.

ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu.¹⁰ Hal ini karena tidak semua sampel memenuhi kriteria dan fenomena yang relevan untuk diteliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah di BMT Karima Sejahtera yang pernah atau sedang mengambil pembiayaan di lembaga tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. yaitu:¹¹

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel (10%)

Dengan batas toleransi atau pertimbangan eror sebesar 10%, sehingga jumlah sampel yang akan diteliti berjumlah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+(N \cdot e^2)} = \frac{531}{1+(531(0,1^2))} = \frac{531}{1+(531(0,01))} = \frac{531}{6,31} \\ &= 84,15 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel penelitian sebesar 84,15 yang dibulatkan menjadi 84 nasabah BMT Karima Sejahtera.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data kuantitatif yang merupakan data yang disediakan dalam bentuk angka.¹² Dalam data kuantitatif dapat diambil kesimpulan dengan beragam macam hitungan misalnya total nasabah.

Untuk pengumpulan data, penulis mengambil data dari sumber primer yang diperoleh langsung dari objek penelitian atau sumbernya, yang diukur

¹⁰ Yustina Wahyu Cahyaningrum dan Tiara Widya Antikasari, "The Influence of Earning Per Share, Price to Book Value, Return on Asset, and Return on Equity to Stock Price in Finance Company", *Jurnal Economia* 13, no. 2 (2017): 195, <https://doi.org/10.21831/economia.v13i2.13961>.

¹¹ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 180

¹² Mohammad Farhan Qudratullah, dkk, *Statistika*, (Yogyakarta: Suka Press, 2012), 8.

secara langsung oleh pihak yang berkepentingan.¹³ Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penggunaan kuesioner atau angket penelitian. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti juga melakukan pendekatan langsung dengan karyawan BMT Karima Sejahtera, yang memerlukan sumber daya yang cukup seperti biaya, waktu, tenaga, dan lainnya.

F. Metode Pengumpulan Data

Penelitian adalah kegiatan yang melibatkan pengukuran, sehingga diperlukan alat ukur atau instrumen penelitian yang tepat. Dalam hal ini, peneliti menggunakan kuesioner atau angket sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan atau pernyataan yang disusun oleh peneliti untuk mengungkap pendapat responden mengenai variabel yang sedang diteliti.¹⁴ Pengumpulan data dilakukan melalui pernyataan yang disertai dengan pilihan jawaban untuk setiap item yang diajukan. Kuesioner ini digunakan untuk menggali ide, perasaan, sikap, dan perilaku responden. Kuesioner diberikan kepada nasabah di BMT Karima Sejahtera yang telah atau sedang mengambil pembiayaan di koperasi syariah tersebut. Tujuan penggunaan kuesioner dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Margin terhadap Keputusan Pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. The questionnaires through various mediums, such as WhatsApp and Google form.¹⁵

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena baik yang bersifat alamiah maupun sosial yang sedang diobservasi.¹⁶ Instrumen penelitian juga disebut sebagai alat dipakai untuk

¹³ Ibid., 9.

¹⁴ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*, (Medan: UMSU Press, 2014), 69.

¹⁵ Siti Amaroh, Husnurrosyidah, Ely Masykuroh, "Financial Attitude, Trust, and ROSCA's Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor", Juni 2023, 39, <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.

¹⁶ Sugiyono, 102.

mengukur variabel dan mengumpulkan data. Hipotesisi yang dinyatakan dalam sebuah penelitian akan diuji dengan deskriptif, lampiran, atau kombinasi data yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian.¹⁷ Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angket yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait anggota koperasi yang mengambil pembiayaan secara syariah. Angket ini digunakan untuk memperoleh data mengenai pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan yang didapatkan saat mengambil pembiayaan di koperasi syariah. Angket dibagikan kepada anggota koperasi syariah BMT Karima Sejahtera, yang diminta untuk mengisi sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan empat pilihan jawaban. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. Dengan skala ini, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator yang digunakan sebagai dasar untuk menyusun instrumen dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan.¹⁸

Pada penelitian ini, penulis memakai skala 4 dikarenakan memiliki variabilitas respon lebih baik dibandingkan dengan skala tiga sehingga lebih maksimal dalam mengungkapkan perbedaan sikap responden.¹⁹ Penggunaan skala empat dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari adanya pilihan netral bagi responden, sehingga mereka dipaksa untuk mengambil sikap dan memberikan penilaian terhadap fenomena sosial yang diajukan dalam instrumen penelitian.²⁰ Adapun skala likert empat jawaban ditunjukkan sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) : skor 4
2. Tidak Setuju (TS) : skor 3

¹⁷ Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2021), 57.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 93.

¹⁹ Erni Suprianti and Ajeng Wahyuni, "Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Alumni Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar)", *Falahiya: Journal of Islamic ...*, 2.2 (2023), 13.

²⁰ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 104-106.

3. Setuju (S) : skor 2
 4. Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Data tentang pengetahuan nasabah di BMT Karima Sejahtera yang diambil dari angket atau kuesioner.
2. Data tentang kualitas pelayanan di BMT Karima Sejahtera yang diambil dari angket atau kuesioner.
3. Data tentang margin di BMT Karima Sejahtera yang diambil dari angket atau kuesioner.
4. Data tentang keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera yang diambil dari angket atau kuesioner.

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Isi

Alat yang digunakan untuk mengukur kevalidan atau tidaknya sebuah kuesioner disebut dengan uji validitas. Instrumen dikatakan valid jika instrumen itu dapat dijadikan alat ukur untuk mengukur apa yang harus diukur.²¹ Validitas isi merupakan pengujian kelayakan instrument penelitian oleh ahli. Validitas kriteria merupakan uji kelayakan dengan membandingkan ekor tes dengan acuan kriteria. Validitas konsep adalah pengujian kelayakan instrument penelitian dengan menghubungkan hasil tes dengan teori yang digunakan.²² Uji validitas isi dapat dilakukan dengan pendekatan kualitatif, kuantitatif, atau penggabungan keduanya. Validitas isi juga merupakan uji validitas untuk mengukur sejauh mana komponen alat ukur relevan mencerminkan subjek dan prosedur yang diteliti.²³

²¹ Danang Sunyoto, *Praktik Spss Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 110

²² Wahyu Dwi Puspitasari and Filda Febrinita, "Pengujian Validasi Isi (*Content Validity*) Angket Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembelajaran Daring Matakuliah Matematika Komputasi", *Journal Focus Action of Research Mathematic (Factor M)*, 4.1 (2021), 77-78.

²³ Adi Kusumastuti dan Ahmad Mustmil Khoiron, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020), 80.

Hal yang menjadi pokok utama ialah uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner, daftar pertanyaan ini untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Kriteria uji validitas konstruk dengan taraf signifikansi 0,05 (5%), sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut dianggap valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut dianggap tidak valid.²⁴

Rumus yang digunakan untuk uji validitas isi dalam penelitian ini menggunakan indeks Aiken's V, yaitu:

$$V = \sum s / [n(C-1)]$$

Keterangan:

$S = R - Lo$

V = indeks Aiken's

S = skor yang diberikan oleh penilai dikurangi skor terendah

R = skor yang diberikan penilai

Lo = skor terendah (1)

C = skor tertinggi (4)

n = jumlah validator

Tabel 3.2
Kriteria Validitas

Rentang Skor (V)	Tingkat Kevalidan
$V < 0,35$	Lemah
$0,35 - 0,70$	Sedang
$V > 0,70$	Tinggi

2. Uji Reliabilitas

Setelah semua item pernyataan dinyatakan valid, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana kestabilan alat ukur, yaitu untuk mengetahui konsistensi kuesioner sebagai indikator dari setiap variabel. Menurut

²⁴ Ristanti, 35.

Sugiyono, instrumen yang reliabel adalah instrumen yang, jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang konsisten.²⁵ Instrumen yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah koefisien *Alpha Cronbach*. Instrumen ini dianggap reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

$$r_i = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

r_i : koefisien reliabilitas *cronbach alpha*

k : jumlah item soal

$\sum Si$: jumlah varians skor tiap item

S_t : varians total

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

a. Pemeriksaan data

Proses ini dilakukan untuk memeriksa dan memastikan kebenaran dalam pengisian kuesioner yang telah dibagikan kepada responden.²⁶

b. Klasifikasi data

Klasifikasi data merupakan proses pengelompokan semua data mentah yang telah diperoleh dari kuesioner yang disebar dan ditelaah yang kemudian dikelompokkan sesuai kebutuhan.²⁷

c. Tabulasi data

Tabulasi data yaitu langkah terakhir pengolahan data yang pada nantinya data mentah yang telah diolah akan menjadi sebuah data terkait dengan objek penelitian.²⁸

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 121.

²⁶ Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), 85.

²⁷ L. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1995), 104-105.

²⁸ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, (Jakarta: KENCANA, 2017), 20.

2. Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengubah data mentah menjadi informasi yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Data yang diperoleh dari survei sering kali memiliki variasi nilai observasi, sehingga peneliti mungkin kesulitan dalam menganalisis atau menginterpretasikan setiap nilai observasi yang telah dikumpulkan.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi dalam model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Residual dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 atau jika dilihat dari *Histogram Regression Standardized Residual*, di mana residual yang normal akan membentuk kurva seperti lonceng atau titik-titik yang mengikuti garis diagonalnya.²⁹

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengidentifikasi apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Jika terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat terganggu.³⁰ Dalam pengambilan keputusan untuk uji multikolinieritas, hal ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas dan sebaliknya jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

²⁹ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2011), 69.

³⁰ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 120.

2) Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factory*) > 10 maka terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.³¹

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Hipotesis yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas ini yaitu:

H_0 = varians residual homogen (tidak terjadi heteroskedastisitas)

H_1 = varians residual tidak homogen (terjadi heteroskedastisitas)

Jika nilai signifikan (*p-value*) untuk semua variabel independen > 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti varians residual bersifat homogen (tidak terjadi heteroskedastisitas).³²

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini merupakan pengembangan dari analisis regresi linier sederhana, yang bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y serta untuk menentukan variabel X mana yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap Y . Adapun rumus regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pengambilan Pembiayaan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Pengetahuan

b_2 = Koefisien Kualitas Pelayanan

b_3 = Koefisien Margin

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Margin

³¹ Ibid.

³² Maulida Nur Hidayati, *Model Statistika*, (Ponorogo, 2018), 9.

$e = \text{Error Term}$, dengan asumsi $e = 0$

d. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial atau Uji T

Uji t adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah masing-masing variabel independen (X_i) mempengaruhi variabel dependen (Y) secara individual.³³

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan variabel lain dianggap konstan. Hipotesis diterima jika nilai signifikansi (α) $< 0,05$, dan ditolak jika nilai signifikansi (α) $> 0,05$. Kriteria uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji f

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut sesuai atau memenuhi kriteria. Kriteria uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ dan $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ dan $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

³³ Maulida Nur Hidayati, *Model Statistika*, 14-15.

c. Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi menggambarkan sejauh mana kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Alat ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Koefisien determinasi biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase(%).³⁴



³⁴ Suliyanto, 55.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BMT Karima Sejahtera

BMT Syariah Karima Sejahtera adalah koperasi syariah yang mengusung prinsip “halal tanpa riba”, yang didirikan untuk memberikan solusi keuangan syariah di tengah maraknya praktik riba dalam lembaga keuangan saat ini. Riba secara bahasa berasal dari kata *robba-yarbuu* yang artinya bertambah dan tumbuh, atau tumbuh dan membesar, mengandung makna yaitu ziyadah yang berarti tambahan. Riba berarti mengambil harta tambahan dari modal pokok secara batil atau haram. Riba merupakan bagian dari transaksi yang dilarang dalam ajaran agama Islam dengan kata lain riba adalah tiap tambahan sebagai imbalan dari penangguhan waktu tertentu, baik pinjaman itu untuk kebutuhan konsumtif maupun untuk kebutuhan produktif hukumnya tetap haram. Meskipun pendirian koperasi ini diinisiasi sejak tahun 2019, koperasi ini resmi berdiri sejak tahun 2021 yang berlandaskan Keputusan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor AHU-0011945.AH.01.26.Tahun 2021. Mereka percaya bahwasannya dengan adanya BMT berbasis prinsip syariah, masyarakat akan mendapatkan kemudahan akses ke produk keuangan yang lebih adil, amanah, dan berkah. BMT Karima Sejahtera menghadapi tantangan modal awal yang sempat menjadi penghambat yang mana waktu itu dengan modal 20-50 juta rupiah sudah cukup untuk mendirikan BMT tetapi pada zaman sekarang dengan modal sekian juta tersebut tidak cukup, namun pendiri BMT Karima Sejahtera tidak pantang menyerah. Mereka memutuskan bekerja sama dengan beberapa pihak yang memiliki visi dan misi yang sama, yaitu membangun lembaga keuangan yang berlandaskan dengan prinsip syariah.

Proses pendirian BMT Karima Sejahtera menghadapi lika-liku yang tidak mudah, namun berhasil untuk melewatinya dengan bukti telah mengantongi izin berusaha yakni bukti kepemilikan NIB 2709230085206

dan NPWP 39.476.418.7-646.000. Izin resmi ini menjadi langkah awal yang besar bagi BMT Karima Sejahtera dalam memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat menengah ke bawah. Meskipun pada awalnya didirikan dengan keterbatasan, semangat pendirinya yang kuat untuk menyediakan jasa layanan keuangan yang bebas dari riba menjadikan BMT Karima Sejahtera mampu bertahan dan terus bertumbuh hingga saat ini. Koperasi ini menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat yang ingin bertransaksi secara syariah dan turut mendorong ekonomi berbasis keadilan.

Dengan misi meningkatkan kesejahteraan anggota melalui kegiatan ekonomi yang halal sesuai syariah Islam dan bebas dari riba, BMT Karima Sejahtera berfokus pada penyedia layanan keuangan syariah yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, seperti simpanan dan pembiayaan yang halal. Koperasi ini memiliki komitmen untuk membantu anggotanya menghindari praktik riba yang sering kali memberatkan masyarakat. Melalui produk-produk yang dirancang agar transparan dan adil, BMT Karima Sejahtera memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggotanya, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang membutuhkan akses pendanaan yang terjangkau dan bebas dari unsur bunga atau riba.

Selain bebas dari bunga atau riba, BMT Karima Sejahtera juga memiliki keunggulan lain yang menjadikan koperasi syariah terpercaya bagi anggotanya. Koperasi ini menawarkan layanan keuangan yang ramah bagi masyarakat menengah ke bawah dengan proses simpanan dan pembiayaan yang sederhana dan cepat, tanpa persyaratan yang memberatkan. BMT Karima Sejahtera juga berkomitmen pada transparansi dalam setiap transaksinya, sehingga anggota bisa melihat dengan jelas bagaimana dana mereka dikelola. Selain itu, koperasi ini memiliki margin keuntungan dan nisbah bagihasil yang adil dan jujur, dimana keuntungan yang diperoleh dibagikan sesuai dengan kesepakatan bersama, sehingga baik anggota maupun pemilik

mendapatkan manfaat yang sebanding dengan kontribusi yang telah dilakukan. BMT Karima Sejahtera juga memberikan pendampingan dan edukasi bagi anggota dan masyarakat tentang manajemen keuangan yang baik sesuai dengan prinsip syariah dan sebagai ajang dakwah agar terhindar dari belenggu riba.¹

2. Visi, Misi, dan Tujuan BMT Karima Sejahtera

a. Visi

Visi yang dijalankan pada BMT Karima Sejahtera adalah “MENGENTASKAN UMMAT DARI BELENGGU RIBA”.

b. Misi

Misi yang dilakukan oleh BMT Karima Sejahtera hanya satu yaitu “Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Melalui Kegiatan Ekonomi yang Halal Sesuai Syariah Islam dan Bebas Dari Riba”.

c. Tujuan

Tujuan dari didirikannya BMT Karima Sejahtera, diantaranya:

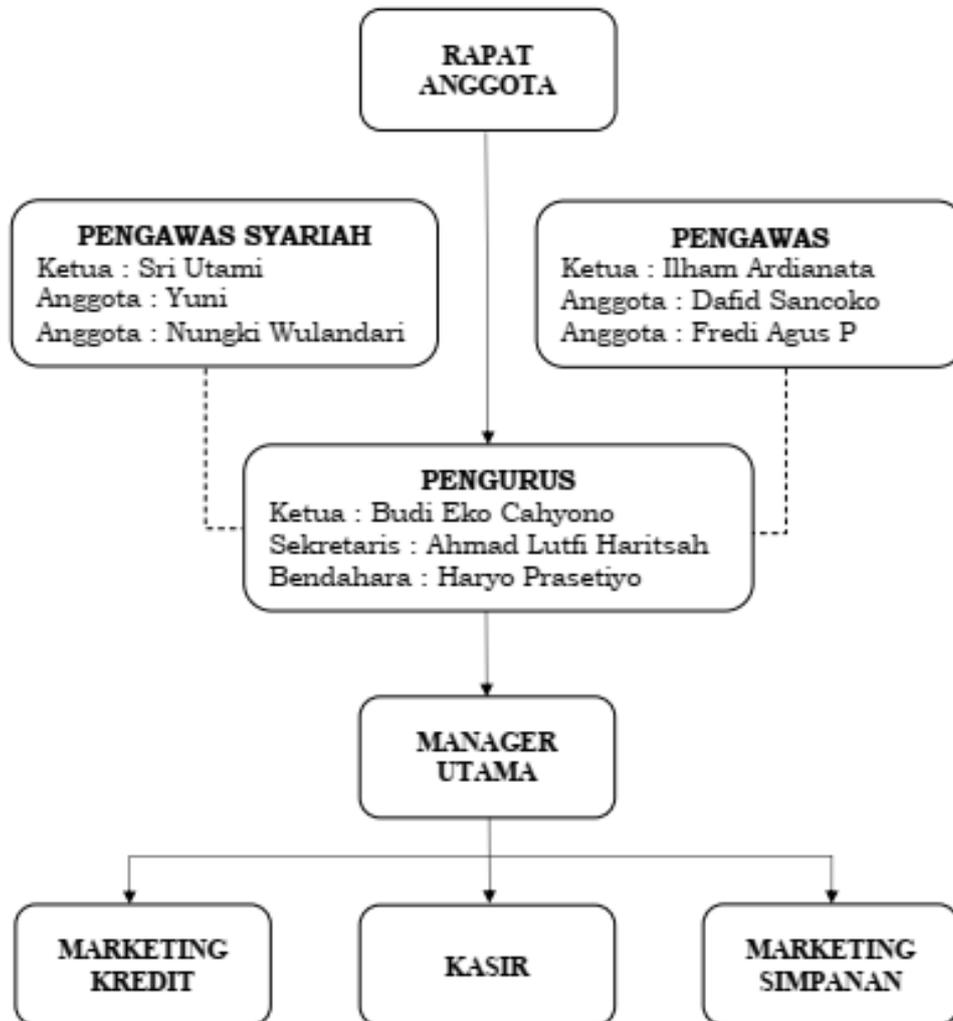
1. Menjalankan kewajiban sebagai mukmin atas dakwah muamalah sekaligus memberikan solusi atas permasalahan riba.
2. Memenuhi kebutuhan ummat terhadap produk keuangan yang halal tanpa riba, cepat, mudah, murah, fleksibel.
3. Menjalankan industri keuangan dengan tata kelola yang baik sehingga menghasilkan profitabilitas halal yang tinggi.
4. Meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi syariah.
5. Menjalin kerjasama usaha dengan berbagai pihak untuk meningkatkan manfaat bagi anggota.

3. Lokasi BMT Karima Sejahtera

Kantor BMT Karima Sejahtera berlokasi di Jalan Raya Takeran No. 101, RT 11/01, Dusun Sawo, Desa Sawojajar, Kecamatan Takeran, Kabupaten Magetan. Kontak kantor: 082133353359, sosial media Instagram: @bmtkarimasejahtera.

¹ Budi Eko Cahyono, *Wawancara*, 22 Oktober 2024.

4. Struktur Organisasi BMT Karima Sejahtera



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kantor BMT Karima Sejahtera

PONOROGO

5. Produk-Produk BMT Karima Sejahtera

Ragam produk jasa yang ada di BMT Karima Sejahtera terbagi menjadi dua, antara lain simpanan atau tabungan dan pembiayaan.

a. Penghimpunan Dana (*funding*)

1) Simpanan syariah

Simpanan syariah merupakan simpanan dari nasabah atau anggota BMT Karima Sejahtera besarnya bisa ditentukan sendiri dengan menyesuaikan kemampuan yang dimiliki dan bisa disetor ataupun diambil kapanpun. Dalam simpanan syariah ini, jika baru membuka tabungan maka setoran awal minimal Rp 20.000. Simpanan ini bersifat *qardh* karena sesuai dengan prinsip BMT Karima Sejahtera adalah tanpa adanya bunga, tanpa adanya potongan, dan tabungan akan utuh hingga pemilik mengambilnya.

BMT Karima Sejahtera memberikan kemudahan melalui produk simpanan syariah yang dirancang agar nasabah dapat menyimpan dana dengan nyaman dan sesuai ketentuan syariah. Kriteria simpanan bersifat *qardh* dimana BMT hanya bertindak sebagai pemegang dana nasabah tanpa ada pengurangan, potongan, maupun bunga sehingga memungkinkan nasabah untuk menyimpan dana dengan aman. Dengan produk ini, BMT Karima Sejahtera bukan hanya membantu nasabah dalam pengelolaan keuangan sesuai syariat Islam, tetapi juga mendorong budaya menyimpan dana yang bebas unsur *riba*.

2) Simpanan syariah berjangka atau deposito

Simpanan syariah berjangka atau yang dikenal dengan deposito di BMT Karima Sejahtera merupakan produk yang mengedepankan prinsip syariah dengan pengelolaan dana secara aman dalam jangka waktu tertentu. Simpanan ini memiliki jangka waktu 6 bulan dengan penempatan minimal Rp 500.000. Berdasarkan akad mudharabah, BMT Karima Sejahtera dan nasabah berbagi hasil keuntungan dari pengelolaan dana,

dimana nasabah mendapatkan nisbah sebesar 15% dari laba bersih yang dihasilkan dari seluruh deposito. Dengan sistem bagi hasil ini, simpanan syariah berjangka tidak hanya aman secara syariah tetapi juga memberi keuntungan yang transparan bagi nasabah.

Melalui simpanan ini, BMT Karima Sejahtera memberikan alternatif investasi halal bebas riba dan menguntungkan bagi nasabah yang ingin memperoleh bagi hasil sesuai dengan syariat Islam. Dengan akad mudharabah, nasabah berperan menjadi pemilik dana (shahibul maal) sementara BMT bertindak sebagai pengelola dana (mudharib) yang mengelola dana secara produktif dan transparan. Dengan jangka waktu dan nisbah bagi hasil yang jelas, simpanan syariah berjangka ini menjadi pilihan yang praktis bagi mereka yang mencari keamanan investasi sekaligus keberkahan dalam setiap nisbah yang diterima.

b. Penyaluran Dana (*Lending*)

Selain penghimpun dana, BMT juga memiliki fungsi untuk penyaluran dana. BMT Karima Sejahtera memiliki produk penyaluran dana yang disebut kredit syar'i. Kredit syar'i merupakan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara halal. Dalam kredit ini, pembiayaan bersifat *murabahah* dan *ijarah* dimana jika kredit dengan akad *murabahah*, pembiayaan tidak diberikan berupa uang melainkan barang yang diperlukan oleh nasabah. Margin keuntungan bagi lembaga keuangan ditentukan di awal sesuai dengan jangka waktu angsuran yang dipilih. Kredit syar'i memiliki banyak keunggulan diantaranya angsuran ringan, tanpa biaya administrasi, tanpa denda, serta proses mudah dan cepat. Dengan prinsip yang syariah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yakni bebas dari riba, sehingga lebih aman bagi nasabah yang ingin menjaga transaksi keuangan sesuai dengan syariat Islam.²

² Budi Eko Cahyono, *Wawancara*, 22 Oktober 2024.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan kelayakan butir pernyataan dalam instrumen atau kuesioner penelitian. Uji validitas konstruk dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel melalui analisis SPSS, sementara validitas isi diuji menggunakan indeks Aiken's V. Pengujian validitas isi dalam penelitian ini dilakukan oleh dua dosen ahli, Ajeng Pipit Fitriani, M.S.A., dan Nurma Fitrianna M.SM., yang diminta untuk memeriksa dan memberikan penilaian dengan rentang nilai 1-4. Berdasarkan perhitungan menggunakan indeks Aiken's V, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas Isi Aiken's V

Variabel	Total Nilai Koefisien	Keterangan
X1	0,916667	Tinggi
X2	0,916667	Tinggi
X3	0,979167	Tinggi
Y	0,916667	Tinggi

Sumber: Data diolah tahun 2024.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diperoleh nilai total koefisien pada setiap butir variabel X1 sebesar 0,916667, variabel X2 sebesar 0,916667, variabel X3 sebesar 0,979167, dan variabel Y sebesar 0,916667. Dapat disimpulkan bahwa sudah dianggap valid dan layak karena memiliki validitas isi yang tinggi dan memadai dengan indeks Aiken's V berkisar 0-1.

Data yang digunakan dalam uji validitas konstruk penelitian ini ialah 30 responden. Data dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan hasil perhitungannya menggunakan $\alpha = 0,05$ (5%). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Pengetahuan

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,762	0,361	Valid
	X1.2	0,767	0,361	Valid
	X1.3	0,672	0,361	Valid
	X1.4	0,817	0,361	Valid
	X1.5	0,657	0,361	Valid
	X1.6	0,815	0,361	Valid

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat disimpulkan bahwa pada setiap pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga keseluruhan pernyataan terkait dengan indikator pengetahuan dinyatakan valid.

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,814	0,361	Valid
	X2.2	0,759	0,361	Valid
	X2.3	0,595	0,361	Valid
	X2.4	0,626	0,361	Valid
	X2.5	0,626	0,361	Valid
	X2.6	0,503	0,361	Valid
	X2.7	0,657	0,361	Valid
	X2.8	0,832	0,361	Valid
	X2.9	0,490	0,361	Valid
	X2.10	0,722	0,361	Valid

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat disimpulkan bahwa pada setiap pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga keseluruhan pernyataan terkait dengan indikator kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Margin

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Margin Keuntungan (X3)	X3.1	0,647	0,361	Valid
	X3.2	0,755	0,361	Valid
	X3.3	0,669	0,361	Valid
	X3.4	0,771	0,361	Valid
	X3.5	0,832	0,361	Valid
	X3.6	0,791	0,361	Valid
	X3.7	0,766	0,361	Valid
	X3.8	0,610	0,361	Valid

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat disimpulkan bahwa pada setiap pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga keseluruhan pernyataan terkait dengan indikator margin dinyatakan valid.

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembiayaan

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Keputusan Pembiayaan (Y)	Y.1	0,827	0,361	Valid
	Y.2	0,862	0,361	Valid
	Y.3	0,777	0,361	Valid
	Y.4	0,706	0,361	Valid
	Y.5	0,881	0,361	Valid
	Y.6	0,770	0,361	Valid

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa pada setiap pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga keseluruhan pernyataan terkait dengan indikator keputusan pembiayaan dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran secara statistik. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Alat ukur dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* dalam penelitian ini lebih dari 0,6. Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas	Keterangan
Pengetahuan	0,842	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,857	0,6	Reliabel
Margin Keuntungan	0,870	0,6	Reliabel
Keputusan Pengambilan Pembiayaan	0,891	0,6	Reliabel

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari uji reliabilitas untuk variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, margin, dan keputusan pembiayaan berturut-turut adalah 0,842; 0,857; 0,870; dan 0,891. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai lebih dari 0,6, yang berarti bahwa data dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Penelitian ini menerapkan metode penelitian lapangan, di mana data dikumpulkan melalui angket atau kuesioner yang diisi oleh responden. Jumlah nasabah BMT Karima Sejahtera yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 84 orang, yang kemudian dideskripsikan secara umum berdasarkan kategori jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 7
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	37	44.0	44.0	44.0
	Wanita	47	56.0	56.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Pada tabel 4.7 di atas, terdapat 47 responden wanita dengan persentase 44%, sementara 37 responden pria dengan persentase 56%. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 8
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26-30 tahun	32	38.1	38.1	38.1
	31-35 tahun	12	14.3	14.3	52.4
	36-40 tahun	11	13.1	13.1	65.5
	41-50 tahun	29	34.5	34.5	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Pada tabel 4.8 di atas, terdapat 32 responden berusia 26-30 tahun dengan persentase 38,1%, sementara 11 responden berusia 36-40 tahun dengan persentase 13,1%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 26-30 tahun.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4. 9
Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	38	45.2	45.2	45.2
	Petani	13	15.5	15.5	60.7
	Ibu rumah tangga	20	23.8	23.8	84.5
	Pedagang	13	15.5	15.5	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Pada tabel 4.9 di atas, terdapat 38 responden yang berprofesi sebagai wiraswasta dengan persentase 45,2%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya (sig) lebih besar dari 0,05, sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, residual dianggap tidak berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Normalitas

Monte Carlo Sig	Standar Normalitas	Keterangan
0,071	>0,05	Residual Normal

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, diperoleh nilai signifikansi (sig) sebesar 0,071, yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi linier berganda. Adapun kriteria dalam uji multikolinieritas, yaitu jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan	0,533	1,877	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,659	1,517	Tidak terjadi multikolinieritas
Margin Keuntungan	0,563	1,775	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat dilihat bahwa setiap variabel independen yang diuji memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, yang berarti tidak terdapat multikolinieritas antara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika nilai signifikan (*p-value*) semua variabel independen lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Standart	Keterangan
Pengetahuan	0,330	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,764	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Margin keuntungan	0,068	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel pengetahuan adalah 0,330, untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,764, dan untuk variabel margin keuntungan adalah 0,068. Karena nilai signifikansi ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur dampak variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Hasil dari pengujian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 13
Hasil Regresi Linier Berganda Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.067	2.009		1.029	.307
	Pengetahuan	.162	.105	.163	1.539	.128
	Kualitas Pelayanan	.249	.061	.387	4.062	.000
	Margin Keuntungan	.254	.085	.307	2.984	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Sumber: SPSS Versi 22 Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat dibuat persamaan linier dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = 2,067 + 0,162X_1 + 0,249X_2 + 0,254X_3 + e$$

Berdasarkan model persamaan regresi diatas, sehingga dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (b_0) sebesar 2,067 menunjukkan bahwa jika variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin tidak berpengaruh atau bernilai nol, maka keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera akan berada pada angka 2,067.
2. Nilai konstanta (b_1) sebesar 0,162 untuk variabel X_1 (Pengetahuan) menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel pengetahuan, keputusan pembiayaan (Y) akan meningkat sebesar 0,162 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
3. Nilai konstanta (b_2) sebesar 0,249 untuk variabel X_2 (Kualitas Pelayanan) berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan, keputusan pembiayaan (Y) akan meningkat sebesar 0,249 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
4. Nilai konstanta (b_3) sebesar 0,254 untuk variabel X_3 (Margin) menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel margin keuntungan akan menyebabkan keputusan pembiayaan (Y) meningkat sebesar 0,254 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, dengan menganggap variabel lain tetap konstan. Uji ini menilai apakah terdapat pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika nilai signifikansinya

kurang dari 0,05. Berdasarkan tabel t, nilai signifikansi 0,05 memiliki nilai t-tabel sebesar 1,990, sehingga hipotesis diterima jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel. Hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

1) Uji t Variabel Pengetahuan

Tabel 4. 14
Hasil Uji t Variabel Pengetahuan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.173	1.871		4.902	.000
	Pengetahuan	.564	.090	.568	6.244	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar $6,244 > t_{tabel}$ 1,990. Jika dilihat dari nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembiayaan (Y).

2) Uji t Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 15
Uji t Variabel Kualitas Pelayanan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.735	1.918		3.511	.001
	Kualitas Pelayanan	.406	.055	.631	7.365	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar $7,365 > t_{tabel}$ 1,990. Jika dilihat dari nilai sig $0,000 < 0,05$.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembiayaan (Y).

3) Uji t Variabel Margin

Tabel 4. 16
Hasil Uji t Variabel Margin

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.397	1.951		3.791	.000
	Margin	.501	.073	.606	6.897	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar $6,897 > t_{tabel} 1,990$. Jika dilihat dari nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel margin (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembiayaan (Y).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Jika hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan, maka persamaan regresi tersebut dianggap sesuai atau memenuhi kriteria. Dalam uji ini, H_0 diterima jika nilai F-hitung lebih kecil dari F-tabel, yang berarti tidak ada pengaruh simultan antara variabel independen dan variabel dependen. Sebaliknya, H_1 diterima jika nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel, yang menunjukkan adanya pengaruh simultan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 17
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302.652	3	100.884	29.180	.000 ^b
	Residual	276.586	80	3.457		
	Total	579.238	83			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Margin, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 29,180 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat diketahui $F_{hitung} 29,180 > F_{tabel} 3,11$. Jika dilihat dari nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu pengetahuan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan margin (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembiayaan (Y).

c. Koefisien Determinasi (*R square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel X1, X2, dan X3 dalam mempengaruhi variabel Y. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 18
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.505	1.859

a. Predictors: (Constant), Margin Keuntungan, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan

Sumber: SPSS Versi 22 diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat dilihat bahwa nilai R square sebesar 0,523 atau 52,3%. Sehingga disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan sebesar 52,3% sedangkan 47,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji t yang didapatkan menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel pengetahuan terhadap keputusan pembiayaan. Pada nilai t_{hitung} sebesar $6,244 > t_{tabel}$ 1,990 artinya variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan. Dengan demikian tingginya pengetahuan nasabah, banyak nasabah yang mengambil keputusan dan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Pengetahuan yang tinggi terkait dengan konsep koperasi syariah, produk-produk syariah yang ditawarkan di BMT Karima Sejahtera, dan pengajuan pembiayaan yang bebas dari bunga menjadikan langkah yang baik untuk mementaskan masyarakat dari belenggu *riba*.

Dengan pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang baik tentang bahaya *riba* akan menjadikan langkah yang besar masyarakat dalam memajukan perekonomian Indonesia melalui produk-produk ekonomi syariah serta dapat memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan yang sesuai dengan kebutuhan perekonomian mereka dan berdampak positif pada keberlanjutan perkembangan koperasi syariah.

Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yaitu Nilam Ardyaningrum dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BMT Surya Kencana Balong” yang menunjukkan bahwa variabel kognitif/pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Surya Kencana Balong. Hal ini ditunjukkan dengan

hasil uji t dimana nilai $t_{hitung} 8,846 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.³

Penelitian lain oleh Maya Sari Saragih yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan, dan Sosialisasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD)” Yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk melakukan pembiayaan PMD.. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t dimana nilai $t_{hitung} 3,204 > t_{tabel} 1,682$ dengan nilai sig $0,003 < 0,05$.⁴

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan

Dari hasil uji t (parsial) didapatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembiayaan. Sedangkan pada nilai $t_{hitung} 7,365 > t_{tabel} 1,990$ artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembiayaan. Dengan demikian adanya kualitas pelayanan yang baik di BMT Karima Sejahtera menjadikan nasabah untuk memutuskan mengambil pembiayaan yang dapat dilihat pada indikator kualitas pelayanan yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Kualitas pelayanan yang baik dilihat dari bagaimana sikap petugas koperasi dalam melayani anggotanya, ruang pelayanan ataupun jaminan kerahasiaan data nasabah yang mana akan membuat masyarakat memutuskan untuk mengambil produk yang ada di koperasi tersebut. Kualitas pelayanan yang baik juga menjadi harapan atas keinginan anggotanya.

³ Nilam Ardyaningrum, "Pengaruh Pengetahuan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT Surya Kencana Balong", *Skripsi*, (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO, 2020), 66.

⁴ Maya Sari Saragih, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan dan Sosialisasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di BTPN Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Silau Merawan Kecamatan Dolok Masihul)", *Skripsi*, (Universitas Negeri Sumatera Barat, 2020), 81.

Pembahasan ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Windh Trisetya, dkk. Dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel and Towers Jakarta” yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di The Media Hotel and Towers Jakarta. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis statistik data pada koefisien determinasi parsial X1 dan Y sebesar 32,14% yang berarti berpengaruh positif sedangkan 67,86% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain dan nilai sig pada uji hipotesis $0,000 < 0,05$.⁵

Penelitian lain oleh Ummu Hany yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota di BMT An-Najah Kantor Cabang Warangasem Kab. Batang” Yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat untuk menjadi anggota di BMT An-Najah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t dimana nilai $t_{hitung} 2,294 > t_{tabel} 1,985$ dengan nilai sig $0,009 < 0,05$.⁶

3. Pengaruh Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, didapatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel margin terhadap keputusan pembiayaan. Sedangkan pada nilai $t_{hitung} 6,897 > t_{tabel} 1,990$ artinya Variabel margin memiliki pengaruh terhadap keputusan pembiayaan. Dengan demikian margin yang tidak memberatkan nasabah dan kemudahan dalam mengajukan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera menjadi pilihan tersendiri masyarakat. Dengan margin yang telah sesuai dengan kesepakatan antara dua belah pihak menjadikan nasabah untuk memutuskan mengambil pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Margin

⁵ Windha Trisetya Wati, Imelda Aprileny, dan Jayanti Apri Emarawati, 44.

⁶ Ummu Hany, 53.

ini digunakan untuk menciptakan suatu rasa yang adil dalam mendapatkan laba baik pihak koperasi maupun nasabah.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khiliatul Jannah, dkk. yang berjudul “Pengaruh Margin dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah di BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi” yang dinyatakan bahwa margin secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Muamalat Kalibaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t dimana nilai $t_{hitung} 5,420 > t_{tabel} 2,025$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.⁷

Penelitian lain oleh Syifa Tonik Santoso yang berjudul “Pengaruh Margin, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Sarana Aneka Jasa KCP Wedi)” yang menyatakan bahwa variabel margin keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih murabahah di KSPS Saranas Aneka Jasa KCP Wedi. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t dimana nilai $t_{hitung} 3,837 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.⁸

4. Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan

Secara simultan bila melihat dari uji F menyatakan pada variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembiayaan yang dapat dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 29,180 > F_{tabel} 3,11$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

⁷ Khiliatul Jannah, Sofi Faiqotul Hikmah, and Indana Almas Azhar, "Pengaruh Margin Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah Di BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi", *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 2.2 (2022), 215.

⁸ Syifa Tonik Santosa, 60.

Diketahui hasil koefisien determinasi bahwa nilai R square sebesar 0,523 atau 52,3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kognitif/pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan sebesar 52,3% sedangkan 47,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

Keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan yang syariah dan sesuai dengan ketentuan Islam menjadi langkah awal yang besar dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dan perkembangan koperasi syariah di Indonesia. Salah satu hal yang menjadikan masyarakat memutuskan untuk mengambil pembiayaan di BMT Karima Sejahtera adalah pengetahuan masyarakat terkait dengan koperasi syariah, pengetahuan terkait dengan produk dan jasa layanan yang ditawarkan di BMT Karima Sejahtera serta proses pengajuan pembiayaan yang bebas dari *riba*. Hal ini menjadi alternatif yang baik dalam pengentasan *riba* di tengah-tengah masyarakat sehingga masyarakat banyak merekomendasikan produk dan jasa layanan BMT Karima Sejahtera. Meskipun banyak koperasi lain atau bank syariah yang lain, masyarakat senantiasa mengambil transaksi halal di koperasi BMT Karima Sejahtera karena hanya koperasi tersebut yang berani memberi jaminan atas kehalalan transaksi mereka. BMT Karima Sejahtera selalu hadir dalam permasalahan ekonomi masyarakat menengah kebawah ataupun pada masyarakat yang memiliki usaha kecil dengan memberikan produk dan layanan yang sesuai dengan syariat Islam dan bebas dari *riba*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan terkait pengaruh variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin terhadap keputusan pembiayaan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel pengetahuan (X1) dan variabel keputusan pembiayaan (Y).
2. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan adanya hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan (X2) dan variabel keputusan pengambilan pembiayaan (Y).
3. Secara parsial margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah antara variabel margin keuntungan (X3) dengan variabel keputusan pembiayaan (Y).
4. Secara simultan variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera. Dibuktikan dengan hasil uji F secara bersama-sama dengan nilai $F_{hitung} 29,180 > F_{tabel} 3,11$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Diketahui hasil koefisien determinasi bahwa nilai R square sebesar 0,523 atau 52,3%. Sehingga disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan sebesar 52,3% sedangkan 47,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang menunjukkan pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin terhadap keputusan pembiayaan di BMT Karima Sejahtera, maka saran yang dapat memberikan manfaat bagi semua pihak sebagai berikut:

1. Bagi BMT Karima Sejahtera
 - a. BMT Karima Sejahtera sebelum menjadikan calon anggota koperasi hendaknya meningkatkan pengetahuan calon anggota koperasi dengan cara memberikan penjelasan terkait koperasi syariah yaitu BMT Karima Sejahtera itu sendiri, produk dan jasa layanan yang ada di BMT beserta kegunaannya, dan fitur-fitur lainnya sehingga calon anggota tidak kebingungan saat akan mengambil pembiayaan di BMT Karima Sejahtera.
 - b. BMT Karima Sejahtera hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap anggota atau nasabahnya dengan menambah fasilitas kantor atau keramahan para petugas, serta lebih semangat untuk melakukan sosialisasi pros mosi baik melalui media sosial maupun media cetak sehingga nasabah akan merasa nyaman dalam melakukan transaksi.
 - c. BMT Karima Sejahtera sebaiknya meningkatkan pemahaman nasabah maupun transparansi mengenai margin secara optimal dan efektif sehingga calon anggota atau nasabah akan tertarik terkait dengan margin keuntungan yang diterapkan di koperasi syariah tersebut.
2. Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah referensi dan menjadi bahan masukan terkait informasi tentang koperasi syariah dan transaksi halal tanpa riba sesuai dengan syariat Islam.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini membahas tentang pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan dengan studi kasus di BMT Karima Sejahtera. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang keputusan pengambilan pembiayaan di koperasi syariah terutama BMT, diharapkan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel bebas lainnya atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Cholid Narkubo. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2005.
- Agustina, Shinta. *Manajemen Pemasran*. Malang: Universitas Brawijaya Press. 2011.
- Akbar, Abu Bakar. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Koperasi Syariah Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)". *Edunomika*. 5.2. 2021. 47-61.
- Amaroh, Siti, Husnurrosyidah, and Ely Masykuroh. "Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor", Juni 2023, 39, <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.
- Andriani, Nurul Dewi, Lu'lu'il Maknuun, dan Moch Ichiyak Ulumudin. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto". *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*. 3.2. 2021. 41–51.
- Apriliani, Fajar. "Analisis Pengaruh Kecukupan Modal, *Financing To Deposit Ratio*, Margin Keuntungan Terhadap Pembiayaan Murabahah Dengan Risiko Pembiayaan Sebagai Variabel *Moderating*". *Skripsi*. 2022.
- Ardyaningrum, Nilam. "Pengaruh Pengetahuan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT Surya Kencana Balong". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2020.
- Aswadi, Muhammad Isa dan Ilma. "Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan". *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 1. 2020.
- Aziz Rivai, dan Dwi Setya Nugrahini. "Pengaruh Upah Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Para Pekerja Buruh Tani Dusun Pandean, Desa Banjarsari Wetan, Kecamatan Dagangan, Kabupaten Madiun". *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*. 2.1. 2022. 1–22.
- Cahyaningrum, Yustina Wahyu dan Tiara Widya Antikasari. "The Influence of Earning Per Share, Price to Book Value, Return on Asset, and Return on Equity to Stock Price in Finance Company." *Jurnal Economia* 13, no. 2 (2017): 191200. <https://doi.org/10.21831/economia.v13i2.13961>.
- Darmawan, Deni. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2013.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2019.
- Efrianto dan Gusman Lesmana. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Medan: UMSU Press. 2022.

- Engel, James F. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara. 2002.
- Fasa dan Darmawan. *Manajemen Lembaga Keuangan. Edisi 3*. Jakarta: LPEE UI. 2020.
- Fauziah, Yesi. "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Nasabah Dan Motivasi Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Pada Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Banjarsari (Studi Kasus Perempuan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kecamatan Banjaranyar, Kabupaten Ciamis)". *Skripsi*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. 2023.
- Hanifuddin, Iza, Nur Kasanah, and Eficandra. "Al-Qarḍ al-Ḥasan Program of Bankziska: Zakat Fund-Based Empowerment Model for Victims of Loan Sharks." *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)* 23, no.1 (2024): 1-12. <https://doi.org/10.31958/juris.v23i1.1099>.
- Hany, Ummu. "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di BMT An-Najah Kantor Cabang Warungasem Kab. Batang". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. 2023.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.
- Hasanah, Jumratul. "Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal, Dan Tingkat Margin Terhadap Proses Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Gumarang Kabar Syari'ah Mataram". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Mataram. 2023.
- Hermawan, Sigit. *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*. Malang: MNC Publishing. 2021.
- Hidayati, Maulida Nur. *Model Statistika*. Ponorogo. 2018.
- Huda, Nurul, Mohammed Heykal. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010.
- Ibrahim, Malik, dan Sitti Marijam Thawil. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. 4.1. 2019.
- Jannah, Khiliatul, Sofi Faiqotul Hikmah, dan Indana Almas Azhar. "Pengaruh Margin Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah Di BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi". *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*. 2.2. 2022. 208–19.
- Jusuf, Jeane Betty Kurnia, dan Andri Tria Raharja. "Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Program Studi Pendidikan Olahraga Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Terhadap Permainan Tennis". *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*. 15.2. 2019.
- Karim, Adiwarmen A. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja

- Grafindo Persada. 2006.
- Karim, Adiwarmarman A. *Bank Islam Analisis Fiqih Keuangan. Edisi Kelima*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2004.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2004.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009.
- , *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2012.
- , *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 12 Jilid 1*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks. 2012.
- , *Marketing Management. Edisi 15*. Pearson Education. 2016.
- Koptler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks. 2005.
- , *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo. 2002.
- , *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat. 2002.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2006.
- Majduddin, Muhammad, Munirul Abidin, dan Muhammad Anas. "Efek Pelayanan Prima Dan Tingkat Keuntungan Pada Sikap Anggota Memilih Pembiayaan Di Koperasi Syariah Di Kabupaten Malang". *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*. 5.1. 2023. 257–80.
- Moenir, H.A.S. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2002.
- Moleong, L.J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 1995.
- Mowen dan Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara. 2008.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2008.
- Muzammil, Yuliatul. "Tabungan Haji Di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2021.
- Notoatmodjo, S. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2003.
- Olivia, Hastuti, Dika Fadillah Tanjung, dan Sugianto. "Pengaruh Margin Keuntungan Dan Biaya Administrasi Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Kpr Syariah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai". *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*. 2020. 521–29.
- Patmaningsih, Novi. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Produk

- Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Di BMT Surya Abadi Ponorogo". *Skripsi*. IAIN Ponorogo.
- Prasetyo, Luhur, dan Khusniati Rofiah. "The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqashid Al-Sharia." *Justicia Islamica* 18, no. 2 (2021): 318-34. <https://doi.org/10.21154/justicia.v18i2.3163>.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Puspitasari, Wahyu Dwi, dan Filda Febrinita. "Pengujian Validasi Isi (*Content Validity*) Angket Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembelajaran Daring Matakuliah Matematika Komputasi". *Journal Focus Action of Research Mathematic (Factor M)*. 4.1. 2021.
- Putri, Meira Heny Dwi, Apriyanti, dan Dian Citaningtyas Ari Kadi. "Pengaruh Penerapan Pemasaran Syariah, Tingkat Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Koperasi BMD Syariah KC Karangjati Ngawi". *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5)*. 2023.
- Qadratullah, Mophammad Farhan, dkk. *Statistika*. Yogyakarta: Suka Press. 2012.
- Rahma, Yorica. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Central Asia Syariah". *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah. 2020.
- Ristanti, Ika. "Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di Bmt Nurul Ummah Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2021.
- Schiffman dan Kanuk. *Consumer Behavior*. Canada: Pearson. 2010.
- Santosa, Syifa Tonik. "Pengaruh Margin, Promosi, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Sarana Aneka Jasa KCP Wedi)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. 2023.
- Saragih, Maya Sari. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan Dan Sosialisasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) Di BTPN Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Silau Merawan Kecamatan Dolok Masihul)". *Skripsi*. Universitas Negeri Sumatera Barat. 2020.
- Sari, Andini Puspita. "Penilaian Calon Debitur Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition". *Wadiah*. 3.2. 2019.
- Shofia, Warda Nurhilda. "Pengaruh Penetapan Harga Jual, Modal Dan Tingkat Margin Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Syariah". *Skripsi*. UIN Maulana Malik Ibrahim. 2021.
- Siregar, Sofyan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan-*

- Perbandingan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Sulistiyowati, Wiwik. *Buku Ajar Kualitas Layanan : Teori Dan Aplikasinya*, ed. by Septi Budi Sartika and M.Tanzil Multazam. *Umsida Press*. 1st edn. Sidoarjo: Umsida Press. 2018.
- Sulyanto. *Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta. 2011.
- Sumiyanto, Ahmad. *BMT Menuju Koperasi Modern*. Yogyakarta: ISES Publishing. 2008.
- Suprianti, Erni, dan Ajeng Wahyuni. "Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Alumni Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar)". *Falahiya: Journal of Islamic ...* 2.2. 2023. 10–20.
- Susanty, Vivie. "Pengaruh Pengetahuan, Jumlah Pendapatan, Aksesibilitas Dan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Milenial Menggunakan Produk Keuangan Di Koperasi Syariah Malang". *Jurnal Ilmiah*. 2021.
- Susilo, Sri Y, dkk. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat. 2000.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM. 2000.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Pemasran Strategik*. Yogyakarta: ANDI. 2012.
- . *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI. 2005.
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro. 42. 2013.
- Utomo, Danang Prio, dkk. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB". *IQTISHADUNA: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. 12.2. 2021.
- Wati, Windha Trisetya, Imelda Aprileny, dan Jayanti Apri Emarawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta". *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*. 17.02. 2020. 39–47.
- Wahyudi, Amin, Binti Nur Asiyah, and Husnul Haq. "The Urgency of Sharia Division in Indonesia and Malaysian Islamic Bank". *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2023): 82-94. <https://>

doi.org/10.26740.aluqud.v7n1.p8294.

Wulandari, Niken Ayu, dan Yunaita Rahmawati. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah Terhadap Kepuasan Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Karyawan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo)". *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*. 7.2. 2023.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori da Praktik*. Bandung: Pustaka Setia. 2015.

