PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN RELIGIUS TERHADAP MINAT PEMBIAYAAN ULANG PRODUK *MURABAHAH* PADA USPPS-KSU JABAL RAHMAH SIDOARJO

SKRIPSI

Oleh:

YULI DWI QURRATA A'YUN
NIM : G74214075

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA
2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama	:	Yuli Dwi Qurrata A'yun
NIM	:	G74214075
Fakultas/Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi		Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Religius terhadap Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 12 Januari 2018

Saya yang menyatakan,

Yuli Dwi Qurrata A'yun

NIM. G74214075

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Yuli Dwi Qurrata A'yun NIM. G74214075 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 12 Januari 2018

Pembimbing,

Dr. H. Fatmah, ST. MM

NIP. 197507032007012020

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yuli Dwi Qurrata A'yun NIM. G74214075 ini telah dipertahankan di depan Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 30 Januari 2018 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji I

Dr.Hj. Fatmah, ST, MM
NIP. 197507032007012020

Penguji II

Dr. Iskandar Ritonga, M.Ae.
NIP. 196506151991021001

Penguji III

Siti Rumilah, M.Pd
NIP. 197607122007102005

Penguji IV

Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si
NIP. 198209052015031002

Surabaya, 31 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : YULI DWI QURRATA A'YUN
NIM : G74214075
Fakultas/Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH
E-mail address : yulidwiqa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN RELIGIUS TERHADAP MINAT PEMBIAYAAN ULANG PRODUK *MURABAHAH* PADA USPPS-KSU JABAL RAHMAH SIDOARJO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Febuari 2018

Penulis

(Yuli Dwi Qurrata A'yun)

ABSTRAK

Koperasi syariah merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menjalankan usaha di bidang simpan pinjam dan pembiayaan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dengan pedoman al-Quran dan as-Sunnah. USPPS-KSU Jabal Rahmah merupakan salah satu koperasi syariah yang berlokasi di Sidoarjo. Pembiayaan *murabahah* merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah USPPS-KSU Jabal Rahmah. Dari jumlah 160 nasabah aktif yang melakukan pembiayaan produk *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah, terdapat sebanyak 112 nasabah yang melakukan pembiayaan ulang. Melihat dari hal tersebut, terbentuklah variabel dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius dalam penelitian ini dimana kedua variabel tersebut merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat pembiayaan ulang.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 112 nasabah dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 reponden. Teknik Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan (X1) tidak terdapat pengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* (Y) dengan t hitung lebih kecil dari t tabel (0,597 < 2,280). Untuk variabel kepuasan religius (X2) secara parsial menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* (Y) dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (9,258 > 2,280). Dan yang terakhir secara simultan (bersama-sama) menunjukkan hasil berpengaruh signifikan antara variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) dengan nilai F hitung > F tabel (47,460 > 3,101) dan nilai probabilitasnya 0,000 < 0,05 dengan sumbangsih persentase variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 52,2% dan sisanya 47,8% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Dimensi Kualitas Pelayanan, Kepuasan Religius, Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian 12
D. Manfaat Hasil Penelitian 12
BAB II KAJIAN PUSTAKA 14
A. Landasan Teori 14
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan 30
C. Kerangka Konseptual 35
D. Hipotesis 36
BAB III METODE PENELITIAN 38
A. Jenis Penelitian 38
B. Waktu dan Tempat Penelitian 38
C. Populasi dan Sampel Penelitian 39
D. Variabel Penelitian 40
E. Definisi Operasional 40
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 43
G. Data dan Sumber Data 46
1. Jenis Data 46
2. Sumber Data 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Teknik Pengumpulan Data 47
I. Teknik Analisis Data 47
BAB IV HASIL PENELITIAN 52
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 52
B. Analisis Data 62
BAB V PEMBAHASAN 74
BAB VI PENUTUP 94
A. Simpulan 94
B. Saran 95
DAFTAR PUSTAKA 96
LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan mikro di Indonesia saat ini sedang berkembang dan mempunyai peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pemerintah sendiri belum mempunyai data pasti mengenai jumlah lembaga keuangan mikro di Indonesia, namun untuk data lembaga keuangan mikro di Indonesia yang sudah terdaftar pada OJK dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

Tabel Perkembangan Jumlah Pelaku *Growth of Number of Entities*						
Jenis LKM	Sep-15	Okt-15	Nov-15	Des-15	Jan-16	*Types of MFIs*
Konvensional						***Conventional***
Koperasi	8	9	13	15	15	*Cooperative*
PT	-				10	*Limited Company*
Total	8	9	13	15	25	

Perkembangan Jumlah Pelaku LKM di Indonesia[1]

Dari data statistik OJK, terlihat bahwa terdapat peningkatan jumlah pelaku lembaga keuangan mikro di Indonesia meskipun tidak banyak. Lembaga keuangan mikro bisa dikatakan sebagai salah satu pilar penting dalam proses keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat kecil dan menengah guna untuk konsumsi maupun produksi serta juga menyimpan

[1] www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/statistik-lkm/documents/statistik%20LKM%20Indonesia%20Januari%202016.pdf diakses pada 27 Oktober pukul 20:18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasil usaha mereka. Lembaga keuangan mikro merupakan lembaga keuangan yang bertujuan tidak semata-mata mencari keuntungan saja, tetapi ada tujuan sosial di dalamnya.

Selain menjalankan aktivitas secara konvensional, lembaga keuangan mikro juga beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang bisa disebut dengan lembaga keuangan mikro syariah. Lembaga keuangan mikro syariah merupakan lembaga keuangan mikro yang bergerak dalam kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip atau berdasarkan prinsip-prinsip syariah.[2] Sejalan dengan perkembangan ekonomi mikro dan mencermati semakin banyaknya lembaga keuangan di Indonesia, termasuk telah dikembangkannya sistem ekonomi syariah, maka lahir lembaga-lembaga keuangan mikro dengan sistem syariah. Kegiatan lembaga keuangan mikro syariah secara prinsip hampir sama dengan lembaga keuangan mikro konvensional. Tetapi, ada beberapa kegiatan yang berbeda dalam hal akad dan transaksinya, yaitu dengan sistem syariah dan tidak memperkenankan adanya bunga.

Koperasi syariah merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menjalankan usaha di bidang simpan pinjam dan pembiayaan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dengan pedoman al-Quran dan as-Sunnah. Keberadaan koperasi syariah didasarkan pada surat al-Maidah ayat 2, yang menganjurkan kita untuk tolong menolong dalam kebaikan dan melarang yang sebaliknya

[2] Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2009), 74.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ى الإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

الْعِقَابِ

Artinya: Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

Pada Rapat Koordinasi Terbatas (Rakorta) bidang Koperasi dan UMKM 21 Februari 2017, diperoleh data jumlah koperasi sebanyak 212.315 (31 Desember 2015) unit dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.2

Kondisi	Unit
1. Koperasi Aktif	**150.223**
✓ Koperasi aktif melaksanakan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	58.107
✓ Koperasi aktif tidak melaksanakan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	92.116
2. Koperasi Tidak Aktif	**61.912**
Jumlah	**212.135**

Jumlah Koperasi di Inonesia[3]

Tabel 1.3

[3] www.depkop.go.id diakses pada 29 Oktober 2017 pukul 10:17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahun	Jumlah
2011	25.052
2012	25.154
2013	25.552
2014	27.140
2015	27.472

Jumlah Koperasi Aktif Provinsi Jawa Timur[4]

Menurut data BPS Jumlah Koperasi aktif Provinsi Jawa Timur dari tahun ke tahun terus meningkat. Sehingga dari banyaknya jumlah koperasi tersebut menandakan bahwa koperasi mempunyai potensi untuk berkembang lebih baik dan tetap harus berupaya sebaik mungkin dalam meningkatkan kinerja pelayanan lembaganya, agar dapat mempertahankan eksistensi atau keberadaan koperasi serta dapat mengantisipasi persaingan dan pertumbuhan perusahaan yang semakin meningkat, sehingga membuat koperasi mampu berkembang dan bersaing dengan perusahaan internasional maupun domestik.

Sebuah koperasi syariah yang memiliki usaha produktif dalam bidang simpan pinjam, seluruh produk serta operasionalnya dilaksanakan berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) dari MUI. Mengingat dari aspek tersebut, maka sistem koperasi syariah tidak diperbolehkan memiliki usaha dalam bidang yang didalamnya terdapat hal yang dilarang agama. Pada dasarnya, sebuah transaksi finansial dianggap valid jika

[4] www.bps.go.id/statictable/2014/01/15/1314/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi-2006-2016.html diakses pada 29 Oktober 2017 pukul 12.06

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

transaksi tersebut tidak mengandung beberapa elemen tertentu seperti *riba* (bunga), *gharar* (kekurangan penyingkapan informasi), *qimar* (berjudi), dan *maisir* (mengandung unsur penipuan).[5] Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Fatwa MUI no.1 tahun 2004 tentang bunga dan *riba*. Disebutkan dengan jelas jika hukum praktek pembungaan adalah *riba nasiah* yang hukumnya haram.

Di masa lalu koperasi syariah identik dengan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT), namun dalam perkembangannya koperasi syariah tumbuh dengan beragam variasi nama, sejak disahkannya Peraturan Menteri Koperasi Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi, maka semua kegiatan usaha yang berbadan hukum koperasi syariah harus mengubah namanya menjadi Koperasi Simpan Pinjam (KSPPS) atau Unit Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (USPPS).

USPPS-KSU Jabal Rahmah yang terletak di Jl. Melati no.12 Pulosari Waru Sidoarjo, merupakan koperasi yang menjalankan usaha dibidang simpan pinjam dan pembiayaan syariah. Unit usaha ini diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi dan keuangan yang ada sesuai dengan prinsip ekonomi berlandaskan syariah Islam demi peningkatan taraf hidup anggota, calon anggota dan masyarakat luas.

[5] Zamir Iqbal dan Abbas Mirakhor, *Pengantar Keuangan Islam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2008), 69.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

USPPS-KSU Jabal Rahmah memiliki produk sebagaimana lembaga keuangan mikro syariah pada umumnya. Penghimpunan dana menurut Islam dilakukan dalam bentuk tabungan, deposito, dan giro dengan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.[6] Sedangkan penyaluran dana dilakukan dengan beberapa macam akad seperti *murabahah, salam, istisna', mudharabah, musyarakah, ijarah,* dan *qard.*[7] Namun tidak semua akad tersebut digunakan dalam USPPS-KSU Jabal Rahmah, mereka hanya menggunakan akad *mudharabah*, *murabahah* dan *wadiah*. Yang paling diminati oleh nasabah USPPS-KSU Jabal Rahmah adalah produk pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah bil wakalah*. *Murabahah* merupakan istilah dalam Fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan yang diinginkan.[8]

Fungsi USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam *murabahah* adalah sebagai penjual barang untuk kepentingan nasabah, dengan cara membeli barang yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga jual yang setara dengan harga beli ditambah keuntungan pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah. Namun demikian sebagai penyedia barang USPPS-KSU Jabal Rahmah terkadang tidak ingin dipusingkan dengan masalah pembelian barang. Karenanya USPPS-KSU

[6] Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2009), 118.
[7] Ibid., 167.
[8] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 81

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jabal Rahmah menggunakan media "akad *wakalah*" dengan memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang tersebut. Pembiayaan *murabaha bil wakalah* merupakan salah satu produk penyaluran dana yang mudah dalam penerapannya serta mempunyai resiko yang ringan, sehingga pembiayaan ini sangat diminati oleh nasabah USPPS-KSU Jabal Rahmah. Dari banyaknya nasabah yang berminat tersebut, harus benar-benar dijaga agar nasabah tidak lari ke koperasi syariah yang lain dan tetap berminat untuk melakukan pembiayaan ulang pada produk *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah.

Minat pembiayaan ulang menunjukkan keinginan nasabah untuk melakukan transaksi ulang di masa yang akan datang. Perilaku tersebut sering dikaitkan dengan loyalitas, namun keduanya berbeda. Perilaku pembiayaan ulang hanya menyangkut transaksi ulang produk tertentu yang sama secara berulang-ulang, sedangkan loyalitas mencerminkan tidak hanya sekedar pembelian secara berulang namun lebih kepada komitmen psikologis terhadap merek tertentu dan tidak ingin menggunakan merek lainnya.[9] Pada tahap melakukan pembelian ulang atau pembiaayaan ulang tersebut terbentuk sikap komitmen nasabah untuk merasakan produk atau jasa kembali di USPPS-KSU Jabal Rahmah. Pada kenyataannya minat nasabah dalam melakukan pembiayaan ulang pada produk *murabahah* tidak bisa terbentuk dengan sendirinya tanpa ada faktor-faktor yang menunjang.

[9] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di USPPS-KSU Jabal Rahmah minat pembiayaan ulang pada produk *murabahah* cukup tinggi, dari 160 nasabah aktif terdapat 48 nasabah baru dan 112 nasabah yang melakukan pembiayaan ulang produk *murabahah* dengan pembiayaan terbanyak yaitu 15 kali. Melihat hal tersebut, tentu terdapat faktor yang membuat nasabah untuk percaya dan melakukan transaksi ulang pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Menurut Diana Mutiara dan Sri Rahayu menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap minat beli ulang.[10] Hasil penelitian tersebut sejalan dengan Hibba Al Kanzu menyatakan bahwa persepsi kualitas pelayanan dan *percieved value* berpengaruh terhadap kepuasan religius, dan kepuasan religius berpengaruh terhadap minat menabung ulang.[11] Berangkat dari dua penelitian diatas dapat diketahui beberapa variabel yang mempengaruhi minat beli ulang seperti, kualitas pelayanan dan kepuasan religius.

Pelayanan merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh lembaga keuangan syariah. Pelayanan yang diberikan menentukan eksistensi dari suatu lembaga keuangan syariah, serta penilaian dari nasabah bahkan akan mempengaruhi pemilihan nasabah dalam melakukan transaksi lebih lanjut pada lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah harus mampu menerapkan pelayanan dengan sebaik mungkin agar

[10] Dian Mutiara dan Sri Rahayu, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)", *Journal of Management*, vol.5 no.3 (2016), 1.
[11] Hibba Al Kanzu, "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi pada BNI Syariah Semarang)", *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, no.13 (Juni 2016), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepercayaan nasabah semakin meningkat. Kualitas pelayanan merupakan penilaian pertama secara fisik yang dapat dilihat oleh nasabah dalam melakukan transaksi dimanapun termasuk di USPPS-KSU Jabal Rahmah, kualitas pelayanan ini harus menjadi pembeda dengan pelayanan yang ada di lembaga keuangan konvensional. Jangan sampai perbedaan hanya terletak pada penerapan sistem bunga ataupun bagi hasilnya saja, pelayanan dalam Islam tidak hanya sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami juga merasakan. Pembedanya juga terlihat pada dimensi dari kualitas pelayanan, jika pada umumnya terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan[12] yaitu *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *reliability* (keandalan), maka pada lembaga keuangan syariah menggunakan 6 dimensi kualitas pelayanan yaitu *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *reliability* (keandalan).[13] Dengan adanya *compliance* (kepatuhan) yang merupakan satu pembeda, bisa dikatakan dimensi kualitas pelayanan tersebut lebih sesuai dengan konsep Islam secara umum yang diterapkan pada lembaga keuangan syariah. Sehingga tidak ada alasan bagi lembaga keuangan syariah untuk tidak menerapkan ke 6 dimensi pelayanan tersebut kepada nasabahnya. Dari adanya 6 dimensi di atas nasabah akan beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah adalah yang paling baik, karena dapat

[12] Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), 284.
[13] Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 179.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melayani nasabah dengan sebaik mungkin dan menciptakan kenyamanan yang sesuai dengan konsep Islam. Selain dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah, masih ada hal lainnya yaitu kepuasan religius yang hanya dirasakan oleh setiap nasabah yang bertransaksi pada lembaga keuangan syariah.

Kepuasan nasabah menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.[14] Merupakan tujuan dan acuan utama setiap lembaga keuangan syariah untuk dapat selalu berkembang, sebuah lembaga keuangan syariah harus mampu memberikan manfaat dan kepuasan bagi nasabahnya. Kepuasan dalam Islam merupakan cerminan rasa puas seseorang baik secara lahiriah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang untuk bersikap adil, konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Dalam Islam kepuasan nasabah yaitu tentang perbandingan antara harapan nasabah akan sesuatu yang sesuai syariat Islam dengan kenyataan yang harus diterima dalam sebuah lembaga keuangan syariah. Kepuasan nasabah dalam Islam bisa disebut dengan kepuasan religius dimana nasabah akan merasa puas dengan kinerja yang diberikan oleh suatu lembaga keuangan atas dasar nilai agama yang dimiliki. Hal ini seharusnya bisa didapatkan oleh nasabah yang melakukan transaksi pada lembaga keuangan syariah. Oleh karenannya ketika nasabah mendapat pelayanan yang baik

[14] Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran...*, 177.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan juga merasa telah mendapat kepuasan, dengan sendirinya akan tercipta kesetiaan nasabah yang dapat berpengaruh terhadap pembelian ulang produk atau jasa.

Oleh karena ruang lingkup dari KSU sangat luas, tidak hanya terbatas pada unit simpan pinjam saja melainkan juga bisa mendirikan usaha lain seperti unit pertokoan untuk melayani kebutuhan sehari-hari anggota maupun juga unit produksi, sehingga sangat penting bagi USPPS-KSU Jabal Rahmah untuk mengetahui faktor yang menunjang minat pembiayaan ulang nasabah agar eksistensi lembaga bisa terus terjaga, sehingga penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa berpengaruh faktor penunjang minat pembiayaan ulang nasabah seperti dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius dengan judul penelitian "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Religius terhadap Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo".

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas sehingga muncul rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan, maka tujuan penelitian ini berupa:

1. Untuk menjelaskan pengaruh secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.
2. Untuk menjelaskan pengaruh secara simultan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat hasil dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pembelajaran mata kuliah "Analisis Perilaku Konsumen". Selain itu penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai tambahan bahan referensi.

2. Manfaat Praktis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Bagi Peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti dengan memahami lebih mengenai variabel dan indikator yang berpengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.
b. Bagi Perusahaan atau Organisasi, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi informasi sebagai bahan pertimbangan bagi USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam mengambil keputusan untuk unit usaha selanjutnya, khususnya mengenai penilaian kepuasan.
c. Bagi Para Akademisi, Dapat dijadikan informasi untuk menambah referensi dan dapat dijadikan studi literatur untuk penelitian yang sejenis bagi yang berminat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

   a. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.[15]Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain. Hal tersebut sebagai firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الأَرْضِ وَلا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

[15] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 153.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelayanan bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikin penyampaian dalam pelayanan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* pelanggan. *Heart share* dan *mind share* tersebut dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan.[16]

Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis Islam dan Konvensional memiliki perbedaan yang tidak signifikan. Perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap perilaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanah yang menjadi tanggung jawabnya. Hal tersebut sebagaiman dengan hadis Rasulullah saw:Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancurannya, kemudian seorang berkata, “Bagaimana caranya menyia-nyiakan amanahnya Rasulullah?” Rasulullah saw menjawab: “Apabila diserahkan suatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya.(H.R Bukhori)

Baik dan buruknya perilaku seorang pengusaha akan menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.

[16]Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 179.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.

Berdasarkan ayat tersebut, setiap manusia dituntut untuk berperilaku lemah lembut agar orang lain merasa nyaman berada di dekatnya, termasuk dalam hal pelayanan. Apabila pelaku bisnis tidak bisa memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelemahlembutan maka pelanggan dapat beralih ke lembaga lain. Pelaku bisnis harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa nyaman dan terhindar dari rasa takut dan tidak percaya kepada pelayanan yang diberikan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atas usaha yang dijalankan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan dalam Islam dapat diukur dengan 6 dimensi:[17]

1) *Compliance*

Dimensi *compliance* atau kepatuhan berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. atau dapat pula disebut syariat. Syariat Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan oleh Allah SWT. untuk dilaksanakan oleh umat manusia dalam kehidupan sehingga tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 48

وأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُمْ بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلٍّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

Artinya: Dan kami telah turunkan kepadamu (Muhammad) Al-Quran dengan membawa kebenaran yang membenarkan kitab-kitab yang diturunkan sebelumnya dan menjaganya. Maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti bahwa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat diantara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang.

[17]Ibid., 180.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) *Reliability*

Dimensi *reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.[18] Ketepatan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang atau jasa. Memberikan jasa yang akurat dan andal dapat dikaitkan dengan memudahkan kesulitan atau kebutuhan orang lain. Kewajiban untuk selalu menepati janji juga terdapat pada firman Allah SWT. dalam ayat berikut: (QS An-Nahl 16: 91)

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلا تَنْقُضُوا الأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat".

3) *Responsiveness*

Dimensi *responsiveness* atau daya tanggap berkaitan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.[19] Dalam melakukan suatu pekerjaan, seseorang dikatakan profesional apabila dapat

[18]Freddi Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 30.
[19]Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Management...*, 179.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bekerja sesuai keahlian atau kemampuannya, pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesiakan dengan cepat dan tepat apabila dikerjakan oleh orang yang mempunyai kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanah. Apabila amanah tersebut disia-siakan maka akan berdampak pada kegagalan suatu perusahaan. Oleh karenanya, kepercayaan pelanggan merupakan suatu amanah yang tidak boleh disia-siakan. Kepercayaan tersebut didapat dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidang pekerjaannya dan mengerjakan pekerjaan secara cepat dan tepat. Hal tersebut sebagaimana hadis berikut:

Rasulullah bersabda,"Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancurannya. "Berkata seseorang, "Bagaimana caranya menyia-nyiakan amanahnya Rasulullah?" Rasulullah saw menjawab:"Apabila diserahkan suatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya." (H.R Bukhori)

4) *Empathy*

Dimensi *empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberikan perhatian secara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu kepada pelanggan.[20] Kemauan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, perhatian, serta dapat memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan. Sikap tersebut dapat membuat pelanggan merasa kebutuhannya terpuaskan karena telah dilayani dengan baik sikap empati pegawai ini bisa direalisasikan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan pelanggan, melayani transaksi pelanggan dengan senang hati, dan membantu pelanggan ketika mengalami kesulitan.

Terdapat sebuah hadis yang berkaitan dengan empati sebagai berikut:Abu Musa Al-Arsy'ary r.a berkata bahwa Rasulullah saw. bersabda, "Seseorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanah, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya keada siapa yang akan diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah."

5) *Assurance*

Dimensi *assurance* atau jaminan berkaitan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan. sikap tersebut akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pelanggan

[20] Ibid., 186.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap suatu perusahaan.[21]*Assurance* tersebut akan meningkatkan rasa percaya, rasa aman, dan bebas dari resiko atau bahaya. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Ali Imran ayat 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لانْفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.

6) *Tangibles*

Dimensi *tangibles* atau bukti fisik berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas fisik hendaknya lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, bukan menunjukkan kemewahan.[22] Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT.

أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ ۝ حَتَّى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۝ كَلا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ ثُمَّ كَلا
سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ كَلا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ

Artinya: Bermegah-megahan telah melalaikan kamu,sampai kamu masuk ke dalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu

[21] Ibid., 185.
[22]Ibid., 186.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu),dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.(Q.S At-Takatsur 102: 1-5)

c. Penentu Kualitas Pelayanan

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepuasan konsumen.[23] Tingkat kepuasan konsumen terhadap apa yang mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh, kemudian setelah merasakan mereka cenderung akan membandingkan dengan yang mereka harapkan.

2. Kepuasan Religius

a. Pengertian Kepuasan Religius

Nilai bagi pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan dan acuan utama setiap perusahaan, terutama dibidang pemasaran. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan bisnis dan menciptakan minat beli ulang pada pelanggan. Sehingga dari kepuasan pelanggan dapat membangun minat pelanggan untuk setia pada perusahaan tersebut.

Syariat Islam merupakan tolak ukur untuk menilai kepuasan pelanggan dalam Islam. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya

[23]Freddi Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction...*,17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuai syariat Islam dengan kenyataan yang diterima.[24] Berarti juga menerima dengan ikhlas kondisi yang dialami, baik itu dalam keadaan kaya dan miskin. Kepuasan pelanggan dalam Islam mendorong pelanggan untuk bersikap adil dan mencapai keseimbangan hidupnya.[25]

Kepuasan religius menggambarkan bahwa konsumen akan merasa puas apabila kinerja yang diberikan sesuai dengan nilai agama yang dimiliki.[26] Orang religius adalah yang religius dalam perbuatannya, karena keinginan religiusnya lebih kuat daripada keinginan tidak religiusnya. Seseorang akan mendapat kepuasan dan kesenangan yang lebih besar dalam perbuatan religius dibandingkan dalam mengejar perbuatan duniawi. Sehingga dapat dikatakan apabila seseorang menerima pelayanan yang sesuai dengan prinsip agama yang dimilikinya dia akan merasa mendapatkan kepuasan tersendiri.[27]

b. Pengukuran Kepuasan Religius

Untuk memudahkan mengenali kepuasan religius sama halnya dengan kepuasan pelanggan, digunakan ukuran sebagai berikut:[28]

---

[24]Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Management...*,173
[25] Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2006), 88.
[26] Hibba Al Kanzu, "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi pada BNI Syariah Semarang)", *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, no.13 (Juni 2016), 19.
[27]Collier Robert, *The Secret of The Ages*, Dewi Wulansari, (Jakarta: Penerbit Gemilang, 2011), 61.
[28]Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Apabila Kinerja > Harapan : Pelanggan Sangat Puas
2) Apabila Kinerja = Harapan : Pelanggan Puas
3) Apabila Kinerja < Harapan : Pelanggan Kecewa

Kepuasan dilihat sebagai pengalaman kumulatif melakukan pembelian dan pengalaman pelanggan setelah pembelian terutama produk jasa pada sektor lembaga keuangan syariah, karena kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor yang semakin diyakini sebagai kunci sukses dalam pemasaran. Proses terbentuknya kepuasan konsumen muslim:[29]

1) Persepsi Tolak *Mudharat*
2) Persepsi Kebutuhan
3) Persepsi *Mardhatillah*

Dalam islam, rumusan menentukan pilihan konsumsi bertumpu pada *maslahah*. Kemudian dari konsep *maslahah* tersebut tergambar tiga buah persepsi yang terdiri dari persepsi menolak mudharat menarik maslahat, persepsi kebutuhan, dan persepsi *mardhatillah*. Dari konfigurasi inilah sebenarnya kepuasan konsumsi seorang muslim didapatkan. Bentuk kepuasan tidak selalu berupa kesenangan, melainkan pula terpenuhinya

[29] Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif...*,103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebutuhan yang harus dipenuhi saat itu. Inilah sebenarnya yang paling diridhai Allah SWT.[30]

3. Minat Pembiayaan Ulang

a. Pengertian Minat Pembiayaan Ulang

Minat merupakan pernyataan sikap mengenai bagaimana seseorang akan berperilaku di masa yang akan datang. Minat beli ulang merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Komitmen ini timbul karena kesan positif konsumen terhadap suatu merek, dan konsumen merasa puas terhadap pembelian tersebut. Dikatakan minat jika konsumen menjadi tertarik, ia akan mengumpulkan informasi dan fakta-fakta umum mengenai produk tersebut.[31]

Minat pembiayaan ulang merupakan keputusan nasabah untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa berdasarkan apa yang telah diperoleh dari lembaga keuangan yang sama. Sehingga dapat dikatakan minat pembiayaan ulang adalah keputusan nasabah dalam melakukan transaksi yang dilakukan secara berkala pada suatu jasa di sebuah lembaga keuangan.

[30] Ibid., 104
[31] Joseph P. Cannon et al, *Basic Marketing, a global-Manager Approach*, Alfia R. Fitriati, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 204.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Indikator Minat Pembiayaan Ulang

Terdapat 4 indikator untuk mengukur minat beli yaitu:[32]

1) Minat Transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk yang telah dikonsumsinya.

2) Minat Eksploratif

Minat eksploratif menggambarkan perilaku seseorang yang menggunakan informasi yang sudah didapat sebelumnya mengenai produk yang diminatinya.

3) Minat Preferensial

Minat preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, mereka menjadikan produk yang telah dikonsumsinya sebagai pilihan utama.

4) Minat Referensial

Minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

[32] Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, (Semarang: BP Undip, 2002), 129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Pembiayaan Murabahah

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan hal yang selalu berkaitan dengan aktivitas bisnis. Pembiayaan adalah penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pokok, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak[33]. Produk-produk pembiayaan lembaga keuangan syariah menggunakan empat pola:

1) Pola bagi hasil untuk →*Musyarakah* dan *Mudharabah*
2) Pola jual beli untuk →*Murabahah, salam dan istishna*
3) Pola sewa untuk →*Ijarah* dan *Ijarah muntahiya bittamlik*
4) Pola pinjaman untuk dana talangan →*Qardh*

b. *Murabahah*

Murabahah adalah istilah dalam Fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan yang ditentukan.[34] Murabahah merupakan salah satu produk penyaluran dana yang cukup digemari koperasi syariah karena sifatnya yang menguntungkan, mudah dalam penerapan serta mempunyai resiko yang ringan.[35]

---

[33] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 160.
[34]Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 81.
[35]Makhalul Ilmi, *Teori Praktek Mikro Keuangan Syari'ah: Beberapa Pemasalahan dan Alternatif Solusi*, (Yogyakarta, UII Press, 2002), 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Rukun Akad *Murabahah*

Rukun dari akad *murabahah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa yaitu:[36]

1) Pelaku akad, yaitu *ba'i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang
2) Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga)
3) *Sighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*

Murabahah pada awalnya merupakan konsep jual beli yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan pembiayaan. Namun, demikian bentuk jual beli ini kemudian digunakan oleh lembaga keuangan syariah dengan menambah beberapa konsep lain sehingga menjadi bentuk pembiayaan. Akan tetapi, validitas transaksi seperti ini tergantung pada beberapa syarat yang benar-benar harus diperhatikan agar transaksi tersebut diterima secara syariah.

Dalam pembiayaan ini, lembaga keuangan sebagai pemilik dana membelikan barang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh nasabah yang membutuhkan pembiayaan, kemudian menjualnya ke nasabah tersebut dengan penambahan keuntungan tetap. Sementara itu nasabah akan mengembalikan utangnya dikemudian hari secara tunai maupun cicil.

[36]Ascarya, *Akad dan Produk Bank...*, 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Syarat *Murabahah*

Rukun jual beli *murabahah* sama halnya dengan jual beli pada umumnya seperti yang telah disebutkan di atas, yaitu adanya pihak penjual, pihak pembeli, barang yang dijual, harga dan akad atau *ijab qabul*.[37] Sementara syarat jual beli *murabahah* adalah:[38]

1) Para pihak yang berakad (penjual dan pembeli) harus cakap hukum dan tidak dalam keadaan terpaksa
2) Barang yang menjadi objek transaksi adalah barang yang halal serta jelas ukuran, jenis dan jumlahnya
3) Harga barang harus dinyatakan secara transparan (harga pokok dan komponen keuntungan) dan mekanisme pembayarannya disebutkan dengan jelas
4) Pernyataan serah terima dalam *ijab qabul* harus dijelaskan dengan menyebutkan secara spesifik pihak-pihak yang terlibat berakad.

[37] Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta Rajawali Press, 201), 71.
[38] Ibid., 73.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam tinjauan literatur, peneliti memperoleh beberapa tema yang serupa dengan tema yang akan diteliti, yaitu:

Tabel 2.1

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hibba Al Kanzu (2015)	Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan *Percieved Value* terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi pada BNI Syariah Semarang)	Menganalisis variabel X1, keualitas pelayanan dengan analisis data Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel X2 Percieved Value dan Variabel Kepuasan Religius sebagai Variabel Intervening	Persepsi kualitas pelayanan dan *percieved value* berpengaruh terhadap kepuasan religius, kepuasan religius berpengaruh terhadap minat menabung ulang.
2	Rahmawati Setyaningsih dan Suyudi Mangunwi-hardjo, Harry Soesanto (2007)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Kedai Kopi DOME di Surabaya	Menganalisis variabel yang mempengaruhi minat beli ulang (Y)	Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM), dan variabel X1 ekuitas merek	Citra merek, lingkungan fisik dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang kopi di kedai DOME
3	M.B Pontoh, L. Kawet, W.A Tumbuan (2014), Jurnal EMBA Vol.2	Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado	Menganalisis variabel X1, keualitas pelayanan dengan analisis data Analisis	Variabel X2 dan X3 yaitu Citra Perusahaan dan Kepercayaan serta variabel Y yaitu Kepuasan Nasabah	Kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			Regresi Linier Berganda		
4	Kuntjara (2007)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen (Studi kasus di PT Wijaya Karya Beton Wilayah IV; Jateng DIY, Kalsel dan Kalteng)	Menganalisis variabel yang mempengaruhi minat beli ulang (Y), dengan analisis data Regresi Linier Berganda	variabel X2 dan X3 yaitu reputasi perusahaan dan atribut produk	Kualitas pelayanan, reputasi perusahaan dan atribut produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen
5	Christina Okky Augusta Lovenia (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)	Variabel X1 Kualitas Pelayanan dan menggunakan analisis data Regresi Linier Berganda	Menggunakan 2 metode dalam menganalisis data yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif, serta variabel Kepuasan Nasabah (Y)	Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng cabang Utama Semarang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6	RR Dewi Asprina Sari (2014)	Analisis Penagruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap *Positive Word of Mouth*	Menganalisis variabel X2 dan menggunakan analisis data Regresi Linier Berganda	Beberapa variabel x dan variabel Y	Variabel X berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dengan *customer value* merupakan variabel yang paling berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang diikuti oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk
7	Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010), Jurnal ISSN:0854-3844 Vol. 17 No. 2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan	Menganalisis variabel (X) yaitu kualitas pelayanan	Menggunakan metode estimasi *Maximum Likelihood* (ML) dan metode analisis data SEM	• 5 dimensi kualitas Pelayanan positif mempengaruhi kepuasan pelayanan • kepuasan pelanggan adalah faktor sebelumnya loyalitas pelanggan • tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8	Eliasaph Ibzan, Farida Balarabe, Balarabe Jakada (2016) ISSN: 2224-607X Vol. 6 No. 2	Consumer Satisfaction and Repurchase Intentions	X1 = Consumer Satisfaction Y = Repurchase Intentions	There is no religious satisfaction variable	There is a positive relationship between intentions and consumer satisfaction
9	Biljana Angelova, Jusuf Zekiri (2011) ISSN: 2222-6990	Measuring customer satisfaction with service quality using american customer satisfaction model (ACSI Model)	Service quality variable	ACSI model and there is religious satisfaction variable	Customer satisfaction with servics quality is very important
10	Felix R (2017) Intenational Journa ISSN: 2167-0234	Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda	Service Quality and Customer Satisfaction variable	Research Methodology is Descriptive and cross-sectional and used analyze data pearson linear correlation	• service quality is high in BPR • Customer satisfaction among BPR customers is high • There is no significant relationship between service quality and customer satisfaction in BPR

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

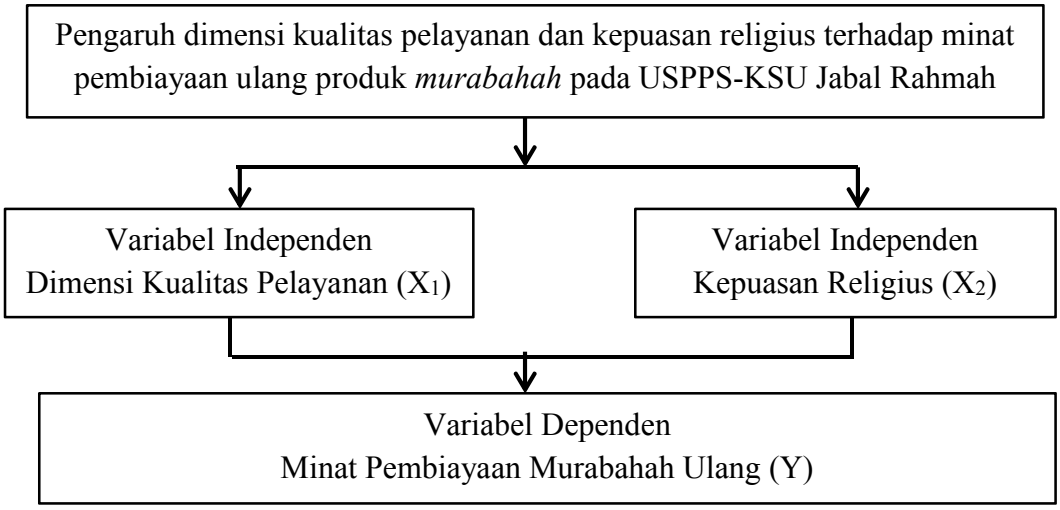
11	Dian Mutiara dan Sri Rahayu (2016) Jurnal ISSN 2337-3792	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)	Variabel minat beli ulang	Penelitian Kualitatif dan Variabel bebasnya berbeda	• Kualitas pelayanan berpengaruh paling besar , persepsi harga memiliki pengaruh ke 2 dan varian produk berpengaruh paling kecil
12	Pratiwi (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang di Depo Farmasi Anggrek RSUD Dr. Hasan Sadikin Bandung	Variabel bebas (X1 dan X2)	Menggunakan aplikasi smart PLS	• Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang. • Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli ulang
13	Arika Martania (2011)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang di Giant Sun City Sidoarjo	Variabel bebas (X1 dan X2)	Menggunakan teknik analisi SEM (*structural equation modeling)*	• X1 tidak signifikan terhadap Y • X2 berpengaruh signifikan terhadap Y

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

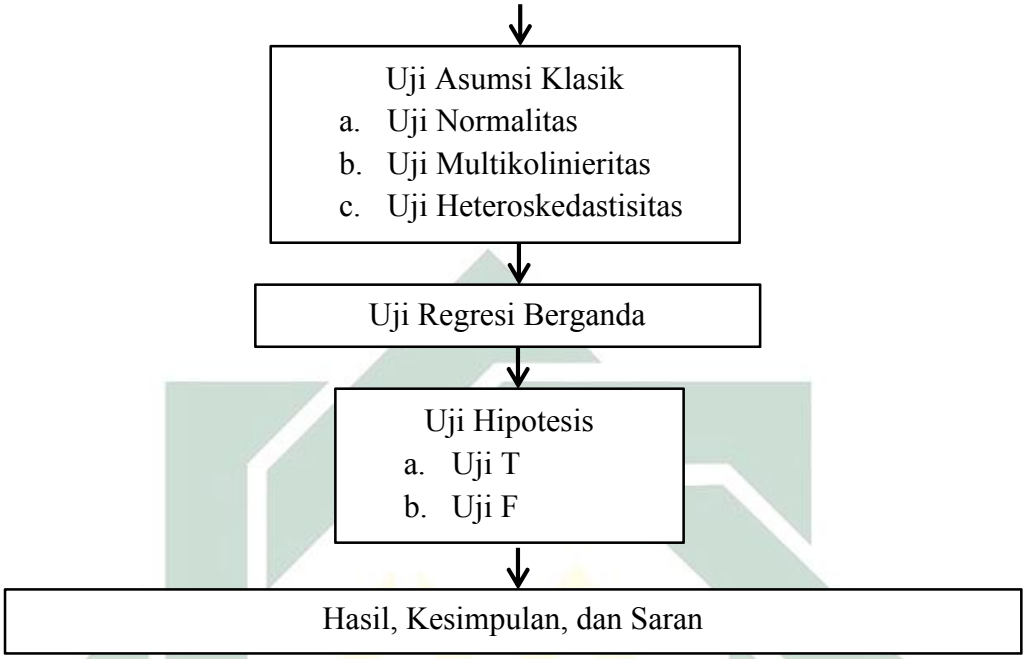
14	Ahmad Muzakki (2013)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Pencucian Mobil Levi Auto Semarang)	Variabel terikat (Y)	Variabel bebas (X2, X3 dan X4)	• Urutan variabel paling berpengaruh: kualitas pelayanan, lokasi strategis, fasilitas, harga
15	Laurensia Hanjani Putri (2016)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Produk Naget Delicy	Variabel terikat (Y)	Penelitian kualitatif	• 7 faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang: kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan, harga, dan lingkungan fisik.

C. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna.[39] jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Kualitas Pelayanan

[39] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. H_o : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah

b. H_a : Terdapat pengaruh secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah

2. Kepuasan Religius

a. H_o : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah

b. Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah

3. Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Religius terhadap Minat Pembiayaan Murabahah Ulang

a. H_o : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah

b. H_a :Terdapat pengaruh secara simultan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang digunakan untuk mengetahui minat pembiayaan ulang pada nasabah dan persepsi mereka tentang dimensi kualitas pelayanan serta kepuasan religius pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Desain Penelitian ini dengan menggunakan metode asosiatif, karena tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan sebab akibat dalam bentuk pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.[40] Maka dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dalam pelaksanannya dilakukan pengumpulan data dengan kuesioner.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2017 – Desember 2017 di USPPS-KSU Jabal Rahmah yang berada di Jl. Melati no.12 Pulosari Waru, Sidoarjo.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin meneliti investigasi, yang merupakan kumpulan semua

elemen dalam populasi dimana sampel diambil.[41] Populasi disini adalah nasabah pembiayaan murabahah aktif di USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo yang minimal melakukan 2x pembiayaan, yaitu sebanyak 112 nasabah.

Sampel adalah sebagian dari populasi. Proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan

[40] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 4.
[41] Uma Sekaran, *Research Methods for Bussiness,* (Jakarta ; Salemba Empat, 2006), 123.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Teknik pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan metode *simple random sampling* dimana setiap populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1+N(d)^2} \qquad n = \frac{112}{1+112\ (0{,}05)^2} = \frac{112}{1{,}28} = 87{,}5$$

Dimana n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi = 95% = sig. 0.05

D. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*Independent variable)*

   Variabel X disebut juga sebagai variabel independen. Variabel ini sering disebut disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor, antcedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas.[42] Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan religius (X_2).

[42] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif ...,* 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Variabel Terikat *(Dependent Variable)*

Variabel terikat (*Dependent Variable)* adalah variabel yang sering disebut sebagai output, kriteris, konsekuan. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[43] Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat pembiayaan ulang produk *murabahah*. Variabel terikat dikonotasikan dengan huruf Y.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional berdasarkan prosesnya dapat dirumuskan berdasarkan proses apa yang harus dilakukan agar variabel yang didefinisikan itu terjadi.[44] Dimana terbentuknya definisi operasional tergantung kepada manipulasi atau proses yang menyebabkan timbulnya variabel yang bersangkutan, sehingga cara definisi tipe ini sangat cocok untuk mengoperasikan variabel bebas. Sedangkan berdasarkan cara kerjanya operasional juga dapat didefinisikan dengan berdasarkan bagaimana cara kerja variabel yang bersangkutan, yaitu apa yang menjadi sifat dinamika.

Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Definisi Operasional

[43] Ibid.
[44] Wiyono, *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*, (Yogyakarta: STIM YKPN, 2011), 92.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dimensi Kualitas Pelayanan (X1)	1. Kepatuhan (*compliance*)	• Karyawan memakai pakaian sesuai syariat Islam (menutup aurat) • Senyum, ramah dan mengucap salam
	2. Keandalan (*reliability*)	• Memberikan pelayanan yang akurat • Ketepatan karyawan dalam menyelesaikan masalah nasabah • Andal dalam melakukan pelayanan sehingga sesuai harapan nasabah
	3. Daya tanggap (*responsiveness*)	• Keinginan untuk selalu membantu para nasabah • Memberikan pelayanan dengan tanggap (cepat)
	4. Empati (*empathy*)	• Berkomunikasi dengan nasabah sangat baik • Memahami keluh kesah nasabah • Memberikan perhatian
	5. Jaminan (*assurance*)	• Memiliki kemampuan dan pengetahuan • Karyawan yang dapat dipercaya • Bebas dari bahaya dan risiko
	6. Bukti Langsung *(tangibles)*	• Fasilitas fisik yang dimiliki memadai • Peralatan dan perlengkapan kantor yang digunakan berfungsi dengan baik • Penampilan karyawan rapi

Definisi Operasional Dimensi Kualitas Pelayanan

Tabel 3.2

Variabel	**Indikator**	**Definisi Operasional**
Kepuasan Religius (X2)	1. Persepsi Tolak *Mudharat* 2. Persepsi Kebutuhan	1. menolak bahaya dan menerima manfaat 2. Sesuai dengan kebutuhan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	3. Persepsi *Mardhatillah*	3. Mengharap keridhoan Allah Swt.

Definisi Operasional Kepuasan Religius

Tabel 3.3

Variabel	Indokator	Definisi Operasional
Minat Pembiayaan Ulang pada Produk *Murabahah* (Y)	1. Minat Transaksional	Kecenderungan seseorang untuk ingin membeli produk yang telah dikonsumsinya
	2. Minat Eksploratif	Perilaku seseorang yang menggunakan informasi yang didapat mengenai produk yang diminati
	3. Minat Preferensial	Perilaku seseorang yang menjadikan pilihan utama produk yang dikonsumsinya
	4. Minat Referensial	kecenderungan seseorang untuk menyarankan atau menganjurkan produk kepada orang lain

Definisi Operasional Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah*

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.[45] Untuk mengetahui apakah tiap variabel dinilai valid atau tidak dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel antara nilai skor yang diuji dengan seluruh skor yang diuji.[46] Item kuesioner

[45] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS,* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 45.
[46] Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survey Edisi Revisi,* (Jakarta: LP3ES, 1995), 139.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel, dengan r tabel dalam penelitian ini adalah (N-2) = (90-2) = 88 = 0,2072.

Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur variabel yang diukur melalui kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu walaupun berkali-kali diuji. Menghitung reliabilitas menggunakan rumus *Alphacronbach,* maka batasan reliabilitas sebenarnya sudah ditentukan. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:[47]

- Jika r alpha > 0,60, maka pernyataan reliabel
- Jika r alpha < 0,60, maka pernyataan tidak reliabel

1. Variabel Dimensi Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 3.4

Item Pertanyaan	r hitung	Signifikansi	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1.1	0,487	0,000	Valid	0,743	Reliabel
X1.2	0,438	0,000	Valid		
X1.3	0,522	0,000	Valid		
X1.4	0,582	0,000	Valid		
X1.5	0,486	0,000	Valid		
X1.6	0,620	0,000	Valid		
X1.7	0,581	0,000	Valid		
X1.8	0,507	0,000	Valid		
X1.9	0,553	0,000	Valid		

[47] H. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat*..., 42.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

X1.10	0,699	0,000	Valid		
X1.11	0, 553	0,000	Valid		
X1.12	0,659	0,000	Valid		
X1.13	0,343	0,000	Valid		
X1.14	0,445	0,000	Valid		
X1.15	0,521	0,000	Valid		
X1.16	0,507	0,000	Valid		
X1.17	0,583	0,000	Valid		
X1.18	0,643	0,000	Valid		
X1.19	0,548	0,000	Valid		
X1.20	0,713	0,000	Valid		

Sumber: Hasil olah data SPSS

Item kuesioner variabel X1 dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel, dengan r tabel dalam penelitian ini adalah 0,2072 dan dikatakan reliabel karena r alpha > 0,60

2. Kepuasan Religius (X2)

Tabel 3.5

Item Pertanyaan	r hitung	Signifikansi	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
X2.1	0,788	0,000	Valid	0,762	Reliabel
X2.2	0,666	0,000	Valid		
X2.3	0, 794	0,000	Valid		
X2.4	0, 662	0,000	Valid		
X2.5	0, 554	0,000	Valid		
X2.6	0, 454	0,000	Valid		

Sumber: Hasil olah data SPSS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Item kuesioner variabel X2 dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel, dengan r tabel dalam penelitian ini adalah 0,2072 dan dikatakan reliabel karena r alpha > 0,60.

3. Variabel Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah* (Y)

Tabel 3.6

Item Pertanyaan	r hitung	Signifikansi	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Y.1	0,752	0,000	Valid	0,808	Reliabel
Y.2	0,760	0,000	Valid		
Y.3	0,778	0,000	Valid		
Y.4	0,820	0,000	Valid		

Sumber: Hasil olah data SPSS

Item kuesioner variabel Y dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel, dengan r tabel dalam penelitian ini adalah 0,2072 dan dikatakan reliabel karena r alpha > 0,60.

G. Data dan Sumber Data

Data merupakan faktor yang paling penting utuk mendukung suatu penelitian. Data penting yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber pada responden dimana data tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap nasabah yang melakukan minimal 2x pembiayaan *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah. Berdasarkan sumbernya data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview, observasi maupun pengisian kuesioner.[48] Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari nasabah.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini bersejarah singkat perusahaan/lembaga serta perkembangannya, visi dan misi USPPS-KSU Jabal Rahmah, lokasi dan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah.*

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuisioner. Teknik kuisioner merupakan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek penelitian untuk dijawab sesuai dengan keadaan subjek yang sebenarnya. Yang dapat dijaring dalam kuisioner adalah hal-hal mengenai diri responden, dengan asumsi bahwa respondenlah yang paling mengetahui tentang dirinya dan pengalamannya sendiri, bahwa apa yang dinyatakan oleh responden kepada peneliti adalah

[48] Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta,PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 130.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

benar. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh nasabah yang minimal melakukan 2x pembiayaan *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengelolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan. Dalam penelitian ini setelah pengumpulan data maka data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data :

1. Uji asumsi klasik
   a. Uji Normalitas: Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam Uji T dan Uji F diasumsikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan metode *kolmogorov smirnov*. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila siginifikansi diatas 0,05 berarti data yang kita uji normal.[49]

[49] Wahana Komputer, *Solusi Mudah dan Cepat Menguasai SPSS 17.0 untuk Pengolahan Data Statistik*, (Jakart: PT Elex Media Komputindo, 2009), 134.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Uji Multikolinieritas: Uji multikolinieritas merupakan uji yang berujuan untuk melihat apakah variabel-variabel independen dalam persamaan regresi linier berganda mempunyai korelasi yang erat satu sama lainnya. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan berdasarkan pada nilai tolerance dan Faktor Inflasi Variansi atau lebih dikenal dengan VIF (*Variance Inflation Factors*).[50] Apabila *tolarance value* lebih tinggi dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil daripada 10,0 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas: Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Biasanya heteroskedastisitas terjadi pada data *cross section*, yaitu data yang diambil pada satu waktu, yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Cara pendeteksian adanya heteroskedastisitas salah satunya dengan spearman rho.[51] Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari nilai

[50] Douglas A Lind, et al., *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global*, Chriswan Sungkono (Jakarta: Salemba Empat, 2007) ,144.
[51] Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya,* (Jakarta: Kencana, 2016), 145.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

signifikansi apabila lebih dari 0,05 maka model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Regresi Berganda

Untuk regresi berganda, variabel penelitian terdiri lebih dari dua variabel penelitian dengan catatan bahwa variabel independen lebih dari satu dan variabel dependen hanya satu. Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1.x1 + b2.x2 + ...$$

a: adalah konstanta b: adalah koefisien regresi

x1: adalah variabel independen pertama

x2: adalah variabel independen kedua

3. Uji Hipotesis:

a. Uji T

Uji T adalah jenis pengujian statistika untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji T menilai apakah mean dan keragaman dari dua kelompok berbeda secara statistik satu sama lain. Langkah yang dilakukan dalam Uji T yaitu:

1) Menentukan Ho dan Ha

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ho: Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas (dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius) terhadap variabel bebas minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

Ha: Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas (dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius) terhadap variabel bebas minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

2) Menentukan *level of significance* (□)
3) Dalam penelitian ini *level of significance* atau tingkat signifikannya sebesar 0,05 (5%)
4) Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

$t_{hitung} < t_{tabel}$; maka Ho diterima, Ha ditolak

$t_{hitung} > t_{tabel}$; maka Ho ditolak, Ha diterima

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Dalam uji ini ditetapkan keputusan berdasarkan F hitung dan F tabel, apabila F hitung >

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, sebaliknya apabila F hitung < F tabel, maka Ho di terima dan Ha ditolak.

Ho: Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap variabel terikat minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

Ha: Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap variabel terikat minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya USPPS-KSU Jabal Rahmah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Koperasi Serba Usaha Jabal Rahmah merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang berlokasi di Jl. Melati No.12 Kelurahan Pulosari Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo, No. Telepon (031) 8537292. USPPS-KSU Jabal Rahmah didirikan di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo pada bulan Juni 2011.[52]

Pendirian USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo ini tidak terlepas dari didirikannya Koperasi Serba Usaha Al – Hambra, berdasarkan akta pendiriannya salah satu usaha yang dijalankan adalah Unit Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah. Diharapkan dengan adanya unit usaha ini dapat mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi dan keuangan yang ada sesuai dengan prinsip syariah.

USPPS-KSU Jabal Rahmah pertama kali berdiri sekitar bulan Juni 2011 di wilayah Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo. USPPS-UJKS Jabal Rahmah sempat ditutup beberapa saat pada tahun 2013, karena terjadi perselisihan antara pimpinan atau pengurus koperasi. Hal inilah yang menyebabkan rencana usaha koperasi tidak dapat terealisasi sehingga berakibat pada terpecahnya birokrasi dan menjadikan koperasi tidak mampu menghasilkan profit dan akhirnya ditutup.

Pada tahun 2014 salah satu pimpinan USPPS-KSU Jabal Rahmah yaitu Bapak Ahmad Muzakki dan Ibu Maya Puspita kembali ingin menghidupkan koperasi tersebut. Berbagai upaya dilakukan

[52] UJKS – KSU Jabal Rahmah, *Company Profile KSU Jabal Rahmah Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS),* (Sidoarjo: UJKS – KSU, t.t.), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti mencoba mencari lokasi baru dan memulai usaha kembali dengan belajar dari kesalahan yang lalu agar dapat menjadi lebih baik. Kemudian pada akhir tahun 2014 bulan Desember USPPS-KSU Jabal Rahmah resmi berdiri kembali dan memulai kegiatan operasionalnya di bulan Januari 2015, dengan alamat kantor unit kerja yang baru USPPS-KSU Jabal Rahmah berlokasi di Jalan Melati No.12 Kelurahan Pulosari Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Dengan didirikannya kembali USPPS-KSU Jabal Rahmah ini diharapkan dapat memperbaiki birokrasi yang ada menjadi lebih baik dan dapat bertahan selamanya serta mampu bersaing dengan lembaga – lembaga sejenis lainnya untuk mewujudkan tujuan koperasi syariah yang telah dicita-citakan.[53]

2. Visi, Misi dan Motto USPPS-KSU Jabal Rahmah
   a. Visi: USPPS-KSU Jabal Rahmah memiliki visi "Menjadi Koperasi yang terkemuka dan selalu mengutamakan kemajuan,kesejahteraan anggota dan calon anggota USPPS-KSU Jabal Rahmah, koperasi lainnya berikut anggotanya dan masyarakat daerah kerja KSU Jabal Rahmah pada umumnya berlandaskan kasih, kebersamaan, dan persaudaraan".
   b. Misi: Untuk merealisasikan visinya, USPPS-KSU Jabal Rahmah menetapkan misi yaitu "Melaksanakan pelayanan terbaik disetiap bidang usaha yang dijalankan, baik kepada anggota dan calon anggota USPPS-KSU Jabal Rahmah maupun kepada koperasi lain

[53] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan anggotanya serta masyarakat dalam daerah kerja USPPS-KSU Jabal Rahmah berlandaskan kasih, kebersamaan".

c. Motto: Motto dari USPPS-KSU Jabal Rahmah adalah " Bekerja sebagai ibadah berlandaskan kasih, kebersamaan, persaudaraan dan amanah".

3. Dasar Hukum Pendirian USPPS-KSU Jabal Rahmah

USPPS-KSU Jabal Rahmah mendapatkan badan hukum operasional pada 10 Juni 2011 dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sidoarjo dengan Surat Keputusan Nomor : 977/BH/XVI.24/518/VI/2011. [54]

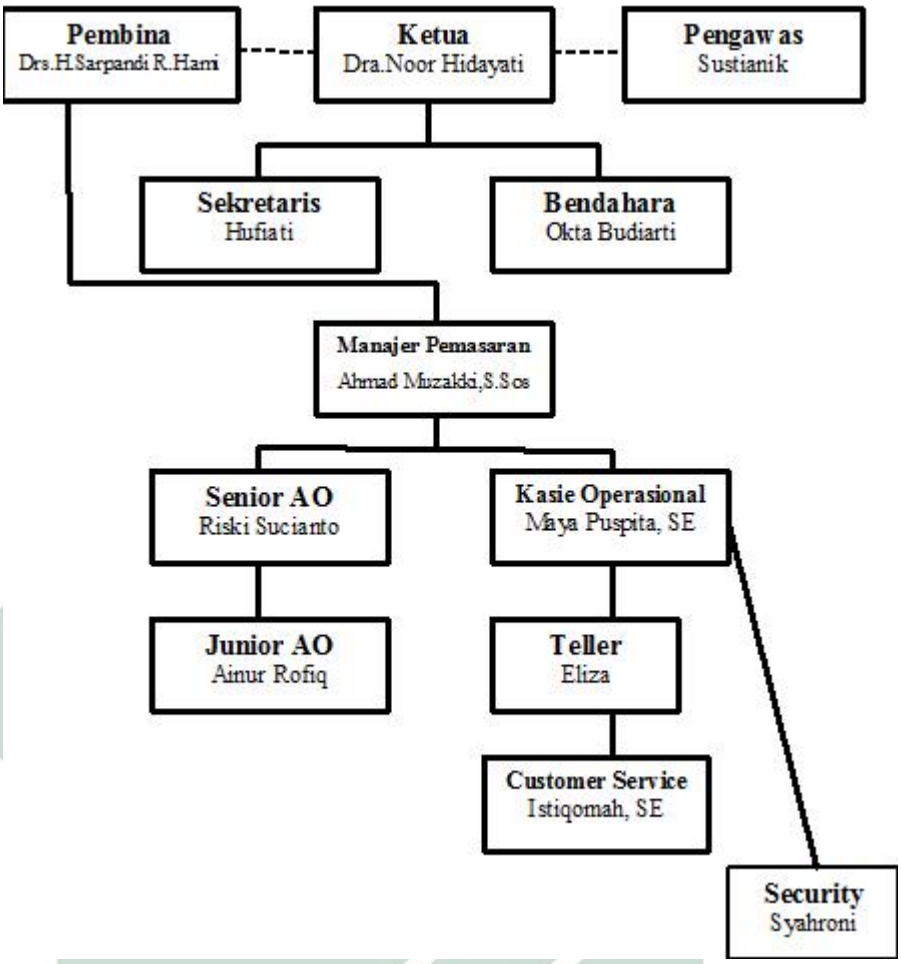
4. Struktur Organisasi dan Diskripsi Tugas

Struktur Organisasi Pada USPPS-KSU Jabal Rahmah tersusun sebagai berikut:

[54] Ibid., 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.1



Sumber: Dokumen USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo

Deskripsi tugasnya

a. Manajer: Jabatan manajer dipegang oleh Bapak Ahmad Muzakki, S.Sos, bertugas untuk mengkoordinasikan seluruh kegiatan usaha, administrasi, organisasi, tata laksana serta memberikan pelayanan administratif kepada Pengurus dan Pengawas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Kasie Operasional: Jabatan Kepala Operasional dipegang oleh Ibu Maya Puspita, S.E, yang memiliki tugas membantu manajer dalam melakukan tugas – tugas di bidang operasional koperasi.

c. Teller: Jabatan Teller dipegang oleh Ibu Eliza, bertugas dan bertanggung jawab dalam melayani semua transaksi yang dilakukan di koperasi, bertanggung jawab atas keluar masuknya uang, serta bertanggung jawab untuk membuat laporan harian.

d. *Customer Service:* Jabatan *customer service* dipegang oleh Ibu Istiqomah,S.E, memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mengatur dan mempersiapkan surat menyurat yang ada dalam koperasi, mempersiapkan rapat-rapat di koperasi, dan menjadwalkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan koperasi.

e. *Account Officer (AO)*: USPPS-KSU Jabal Rahmah memiliki dua orang yang bertugas sebagai AO yaitu Bapak Riski Sucianto yang menjabat sebagai senior AO dan Bapak Ainur Rofiq sebagai junior AO. Tugas AO ini adalah mencari anggota yang layak sesuai kriteria peraturan koperasi, menilai dan mengevaluasi usaha yang layak dibiayai, melakukan kunjungan ke usaha anggota, melakukan wawancara dan menggali apa yang dibutuhkan anggota tersebut. Selain itu AO juga bertugas menjadi *collector,* tugas – tugasnya antara lain : Mengadakan pemantauan dalam rangka menciptakan kelancaran dan keerlanjutan kegiatan usaha, me*monitoring* tentang pelaksanaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekaligus melakukan penagihan angsuran kepada anggota yang jatuh tempo maupun yang memiliki tunggakan, dan menyetorkan hasil tagihan angsuran.[55]

5. Produk dan Aplikasi Akad USPPS-KSU Jabal Rahmah

Sebagai lembaga keuangan syariah, USPPS-KSU Jabal Rahmah, Waru Sidoarjo memiliki produk – produk yang berbasis syariah, antara lain:[56]

a. Tabungan Wadi'ah

Wadi'ah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. USPPS-KSU Jabal Rahmah menggunakan akad *wadi'ah yadh al-dhamanah.* Nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada USPPS-KSU Jabal Rahmah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan USPPS-KSU Jabal Rahmah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana tersebut. USPPS-KSU Jabal Rahmah bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemilik menghendakinya. USPPS-KSU Jabal Rahmah juga berhak

[55] Ibid., 4
[56] Ibid., 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.

Wadi'ah ini merupakan jenis Wadiah yad al-dhamanah, yang berarti bahwa nasabah menitipkan dananya dan USPPS-KSU Jabal Rahmah tidak boleh saling menjajikan untuk membagi hasilkan keuntungan harta tersebut. USPPS-KSU Jabal Rahmah diperkenankan memberikan bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disayaratkan di muka. Kebijakan seperti inilah bersifat sukarela. Syarat dan Ketentuan:[57]

1) Mengisi formulir pendaftaran pembukaan tabungan *wadi'ah*
2) Foto copy kartu identitas (KTP/SIM).
3) Setoran awal minimal Rp 10.000.
4) Setoran tabungan minimal Rp 10.000.

b. Tabungan *Mudharabah*

Yaitu tabungan yang dapat disetor dan diambil sewaktu – waktu dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* atau pemilik dana dan USPPS-KSU Jabal Rahmah sebagai *mudharib* atau pengelola dana. Dalam prinsipnya sebagai *mudharib*, USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya.

[57] Ibid., 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syarat dan Ketentuan:[58]

1) Mengisi formulir pembukaan tabungan mudharabah
2) Foto copy kartu identitas (KTP / SIM)
3) Setoran awal minimal Rp 10.000
4) Setoran tabungan minimal Rp 10.000

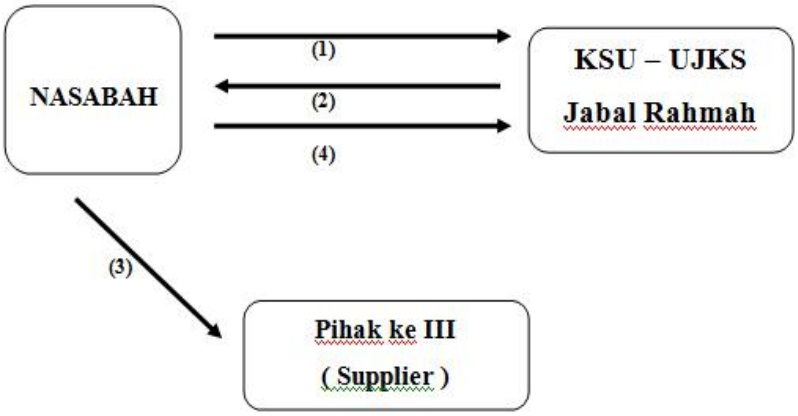
c. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* merupakan prinsip akad jual beli. *Murabahah* berasal dari kata *ribh'u* (keuntungan), yang dapat didefinisikan sebagai produk USPPS-KSU Jabal Rahmah berdasarkan prinsip jual beli, dimana harga jual terdiri atas harga pokok barang ditambah nilai keuntungan yang disepakati. Dalam USPPS-KSU Jabal Rahmah, *murabahah* yang terjadi yaitu *murabahah bil wakalah* dimana pihak yang melakukan pembiayaan membeli sendiri barang yang diinginkan. Pembelian objek *murabahah* tersebut dapat dilakukan oleh nasabah pembiayaan tersebut sebagai wakil dari pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah dengan akad *wakalah* atau perwakilan. Setelah akad *wakalah* dilakukan dimana nasabah pembiayaan bertindak atas nama USPPS-KSU Jabal Rahmah untuk melakukan pembelian objek *murabahah* tersebut. Berikut adalah skema pembiayaan murabahah bil wakalah yang diterapkan oleh KSU – UJKS Jabal Rahmah :

[58] Ibid., 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.2



Sumber: Dokumen USPPS-KSUJabal Rahmah

Keterangan :

1) Nasabah melakukan permohonan pembiayaan kepada pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah dengan spesifikasi barang tertentu, kemudian keduanya membuat kesepakatan bahwa pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah akan menjual barang yang diinginkan nasabah dengan keuntungan (margin) yang telah disepakati.
2) USPPS-KSU Jabal Rahmah mewakilkan (*wakalah*) pembelian objek *murabahah* kepada nasabah sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan nasabah tersebut. Dalam proses ini pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah memberikan sejumlah uang yang dibutuhkan nasabah.
3) Nasabah membeli barang atau objek *murabahah* kepada pihak ketiga sesuai dengan kebutuhannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Nasabah membayar angsuran kepada pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah yang terdiri dari angsuran pokok dan keuntungan atas jual beli.

Penerapan akad *murabahah bil wakalah* terjadi karena menurut pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah akan sulit apabila yang melakukan pembelian adalah pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah, hal itu juga dapat meminimalisir terjadinya kekecewaan dari nasabah jika objek yang dibeli tidak sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan. Syarat dan Ketentuan :[59]

1) Mengisi formulir pembiayaan *murabahah*
2) Melengkapi berkas – berkas identitas diri
   a) Foto copy KTP suami dan istri
   b) Foto copy Kartu Keluarga (KK)
   c) Foto copy buku nikah
   d) Foto terbaru suami dan istri
   e) Slip gaji (bila bekerja sebagai pegawai)
   f) STNK dan BPKB sepeda motor atau mobil
   g) Sertifikat tanah dan Pajak Bumi Bangunan.
3) Menyertakan berkas – berkas agunan
   a) Agunan BPKB mobil atau sepeda motor , yang terdiri dari foto copy BPKB, foto copy STNK dan gesek nomor rangka serta nomor mesin.

[59] Ibid., 8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Program karyawan jaminan, yang terdiri dari jamsostek, ATM dan buku tabungan

6. Operasional USPPS-KSU Jabal Rahmah

Dalam melaksanakan operasionalnya USPPS-KSU Jabal Rahmah beroperasi mulai hari senin sampai jum'at mulai pukul 08.00 - 16.00 WIB. Pada jam tersebut nasabah bisa melakukan transaksi di kantor USPPS-KSU Jabal Rahmah, yang bertempat di Jl. Melati No.12 Pulosari Waru Sidoarjo. Apabila nasabah yang memiliki kepentingan bisa menghubungi telepon kantor di (031)-8537292 atau pihak *Account Officer* (AO).[60]

B. Analisis Data

1. Data Identitas Responden

Dalam penelitian ini, yang menjadi sasarannya adalah nasabah USPPS-KSU Jabal Rahmah yang melakukan minimal 2 kali pembiayaan produk *murabahah*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 90 responden. Berikut ini merupakan beberapa karakteristik yang dimiliki oleh responden dalam penelitian ini:

Tabel 4.1

Usia Responden	Frekuensi	Persentase
≤ 20 tahun	0	0%
Usia 21-30 tahun	29	32%
Usia 31-40 tahun	41	46%
Usia 41-51 tahun	17	19%
> 50 tahun	3	3%
TOTAL	90	100%

[60] Ibid., 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber: Hasil olah data excel

Dari tabel di atas diperolah informasi bahwa terdapat 0 responden atau 0% yang berusia kurang dari atau sama dengan 20 tahun, 29 responden atau 29% yang berusia 21-30 tahun, 41 responden atau 46% yang berusia 31-40 tahun, 17 responden atau 19% yang berusia 41-51 tahun, dan 3 responden atau 3% yang berusia lebih dari 50 tahun.

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	59	66%
Perempuan	31	34%
TOTAL	90	100%

Sumber: Hasil olah data excel

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 90 responden 31 responden atau 34% berjenis kelamin laki-laki dan 59 responden atau 66% berjenis kelamin perempuan. Sehingga menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki.

Tabel 4.3

Status Perkawinan	Frekuensi	Persentase
Kawin	77	86%
Belum Kawin	13	14%
TOTAL	90	100%

Sumber: Hasil olah data excel

Dari tabel di atas diperoleh informasi bahwa terdapat 77 responden atau 86% yang berstatus sudah kawin dan sebanyak 13 responden atau 14% yang belum kawin.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.4

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
MI/SD	18	20%
MTs/ SMP	21	23%
MA/ SMA/ SMK	36	40%
Diploma (D1/ D2/ D3)	6	7%
Sarjana (S1/ S2/ S3)	9	10%
TOTAL	90	100%

Sumber: Hasil olah data excel

Dari tabel di atas, dari 90 responden dapat diketahui bahwa terdapat 18 responden atau 20% yang pendidikan terakhrinya MI/ SD, 21 responden atau 23% yang pendidikan terakhirnya MTs/ SMP, 36 responden atau 40% yang pendidikan terakhirnya MA/ SMA/ SMK, 6 responden atau 7% yang pendidikan terakhirnya Diploma (D1, D2, D3) dan 9 responden atau 10% yang pendidikan terakhirnya Sarjana (S1, S2, S3).

Tabel 4.5

Pekerjaan Saat Ini	Frekuensi	Persentase
Pelajar/ Mahasiswa	0	0%
PNS/ TNI/ POLRI	3	3%
Pegawai Swasta	47	52%
Wiraswasta	33	37%
Lain-lain	7	8%
TOTAL	90	100%

Sumber: Hasil olah data excel

Dari tabel di atas diperoleh informasi bahwa terdapat 0 responden atau 0% sebagai pelajar/ mahasiswa, 3 responden atau 3% bekerja sebagai PNS/ TNI/ POLRI, 47 responden atau 52% bekerja

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai pegawai swasta, 33 responden atau 37% bekerja sebagai wiraswasta, dan 7 responden atau 8% yang bekerja selain yang ada di tabel seperti asisten rumah tangga, guru ngaji dan guru les.

Tabel 4.6

Penghasilan	Frekuensi	Persentase
< Rp. 500.000	0	0%
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	4	4%
Rp. 1000.000 – Rp. 2.000.000	17	19%
> Rp. 2.000.000	69	77%
TOTAL	90	100%

Sumber: Hasil olah data excel

Dari tabel di atas, dari 90 responden dapat diketahui bahwa terdapat 0 responden atau 0% mempunyai penghasilan kurang dari Rp. 500.000, 4 responden atau 4% mempunyai penghasilan Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, 17 responden atau 19% mempunyai penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 dan 69 responden atau 77% mempunyai penghasilan lebih dari Rp. 2.000.000

2. Pengujian Data

   a. Uji Normalitas

      Uji Normalitas diperlukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data. Dalam penelitian ini menggunakan metode *kolmogorov smirnov*. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila siginifikansi diatas 0,05 berarti data yang kita uji normal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.7

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,23119535
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,057
Kolmogorov-Smirnov Z		,685
Asymp. Sig. (2-tailed)		,736

a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data.

Berdasarkan uji normalitas dengan Komlogrov-Smirnov Test diperoleh nilai sebesar 0,685 dan Asymp.sig sebesar 0,736 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal dan menunjukkan bahwa variabel dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius dapat diteliti terhadap minat pembiayaan ulang pada produk *murabahah*.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas perlu dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas dapat berdasarkan nilai Toleran dan VIF, dengan dasar pengambilan keputusan bahwa jika nilai VIF < 10,00 dan jika

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nilai Tolerance > dari 0,10. Maka model dapat dikatakan tebebas dari multikolinearitas.

Tabel 4.8

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,156	2,030		,077	,939		
Dimensi Kualitas Pelayanan	,015	,025	,046	,597	,552	,936	1,068
Kepuasan Religius	,609	,066	,709	9,258	,000	,936	1,068

a. Dependent Variable: Minat Pembiayaan Ulang Produk Murabahah

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance seluruh Variabel adalah > 0,10 dan nilai VIF < 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Sehingga dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius tidak mempunyai korelasi, dimana nasabah atau responden memiliki persepsi atau tanggapan berbeda terhadap setiap perbedaan variabel.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.[61] Heteroskedastisitas terjadi

[61] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2013) hlm.139

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jika varians residual tidak memiliki persamaan antara satu observasi dengan observasi lainnya.

Tabel 4.9

Correlations

			Dimensi Kualitas Pelayanan	Kepuasan Religius	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Dimensi Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,228*	,044
		Sig. (2-tailed)	.	,030	,679
		N	90	90	90
	Kepuasan Religius	Correlation Coefficient	,228*	1,000	-,090
		Sig. (2-tailed)	,030	.	,396
		N	90	90	90
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,044	-,090	1,000
		Sig. (2-tailed)	,679	,396	.
		N	90	90	90

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

Berdasarkan output di atas dapat diketahui nilai korelasi kedua variabel bebas dengan unstandardized residual memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Karena signifikansi dimensi kualitas pelayanan adalah 0,679 dan signifikansi kepuasan religius 0,396 lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Uji Regresi Berganda

Tabel 4.10

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,156	2,030		,077	,939
Dimensi Kualitas Pelayanan	,015	,025	,046	,597	,552
Kepuasan Religius	,609	,066	,709	9,258	,000

a. Dependent Variable: Minat Pembiayaan Ulang Produk Murabahah

Persamaan regresinya sebagai berikut:

Y' = a + $b1X1 + b2X2$

Y' = 0,156 + (0,015$X1$) + 0,609$X2$

1) Konstanta sebesar 0,156, nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel X1 dan X2, bila variabel X1 dan X2 naik atau berpengaruh maka variabel Y akan naik.
2) Koefisien regresi variabel dimensi kualitas pelayanan sebesar 0,015 artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan variabel dimensi kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan maka minat pembiayaan ulang produk *murabahah* akan mengalami peningkatan sebesar 1,5%.
3) Koefesien regresi variabel kepuasan religius sebesar 0,609 artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan variabel kepuasan religius mengalami kenaikan satu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satuan maka minat pembiayaan ulang produk *murabahah* akan mengalami peningkatan sebesar 60,9%.

e. Koefisien Determinasi

Tabel 4.11

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722[a]	,522	,511	2,25670

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Religius, Dimensi Kualitas Pelayanan

Dari tabel 4.10 di atas terhadap tampilan output SPSS model summary besarnya R_{square} adalah 52,2% variasi minat pembiayaan ulang produk *murabahah* dapat dijelaskan oleh dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius. Sedangkan sisanya (100% - 52,2% = 47,8%) dipengaruhi oleh variabel selain yang digunakan dalam penelitian. Nilai R = 0.722 menunjukkan bahwa antara variabel bebas (X) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap variabel terikat yaitu minat pembiayaan ulang produk *murabahah* (Y).

f. Uji T

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.12

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,156	2,030		,077	,939
	Dimensi Kualitas Pelayanan	,015	,025	,046	,597	,552
	Kepuasan Religius	,609	,066	,709	9,258	,000

a. Dependent Variable: Minat Pembiayaan Ulang Produk Murabahah

1) Tidak terdapat pengaruh signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah secara parsial dengan t hitung < t tabel sebesar 0,597 < 2,280 dan sig. probabilitasnya 0,552 > 0,05
2) Terdapat pengaruh siginifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah secara parsial dengan t hitung > t tabel sebesar 9,258 > 2,280 dan sig. probabilitasnya 0,000 < 0,05.

g. Uji F

Tabel 4.13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	483,393	2	241,696	47,460	,000[b]
	Residual	443,063	87	5,093		
	Total	926,456	89			

a. Dependent Variable: Minat Pembiayaan Ulang Produk Murabahah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Religius, Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat pengaruh signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah secara simultan atau bersama-sama dengan F hitung > F tabel sebesar 47,460 > 3,101

BAB V
PEMBAHASAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan (X1) terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah (Y)

Untuk melihat pengaruh secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat dilakukan dengan uji koefisien regresi secara parsial (Uji T), uji tersebut digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dari data yang telah diolah dengan *software* IBM SPSS pada bab IV dapat diketahui hasil analisis apakah terdapat pengaruh signifikan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* secara parsial, yang sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. Selain itu juga sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo

Dari hasil analisis regresi yang terdapat pada tabel 4.15 diperoleh t hitung untuk variabel dimensi kualitas pelayanan adalah sebesar 0,597, selanjutnya membandingkan t hitung dengan t tabel. Didapat t tabel (0,025 ; 87) = 2,280. Dari hasil perhitungan tersebut ternyata nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu 0,597 < 2,280 dan sig (probabilitas) nya 0,552 > α = 0,05 yang berarti Ho diterima dan Ha ditolak. Sesuai dengan hipotesis apabila t hitung lebih kecil daripada t tabel berarti tidak terdapat pengaruh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo, berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang nyata antara dimensi kualitas pelayanan (X1) terhadap minat pembiayaan ulang pada produk *murabahah*(Y).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nasabah di USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam melakukan pembiayaan ulang produk *murabahah* sangat kecil dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* yang tidak signifikan menandakan bahwa nasabah USPPS-KSU Jabal Rahmah hanya sedikit menggunakan dimensi kualitas pelayanan sebagai pengukur untuk minat melakukan pembiayaan ulang produk *murabahah*. Pada penelitian Pratiwi menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap niat beli ulang melainkan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.[62] Kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang berperan dalam membangun kepuasan pada pelanggan dan pada akhirnya menjadi penilaian akhir seseorang dalam memutuskan niat beli ulang. Juga pada penelitian Arika Martania yang dilakukan dengan analisis SEM (*Structural Eqution Modelling*) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang di Giant Sun City

[62] Pratiwi et al, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang di Depo Farmasi Anggrek RSUD Dr. Hasan Sadikin Bandung", *Jurnal Farmasi Klinik Indonesia,* Vol.5 No. 1(Maret, 2016), 52.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sidoarjo.[63] Sejalan dengan hasil tersebut pada penelitian ini dimensi kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah.*

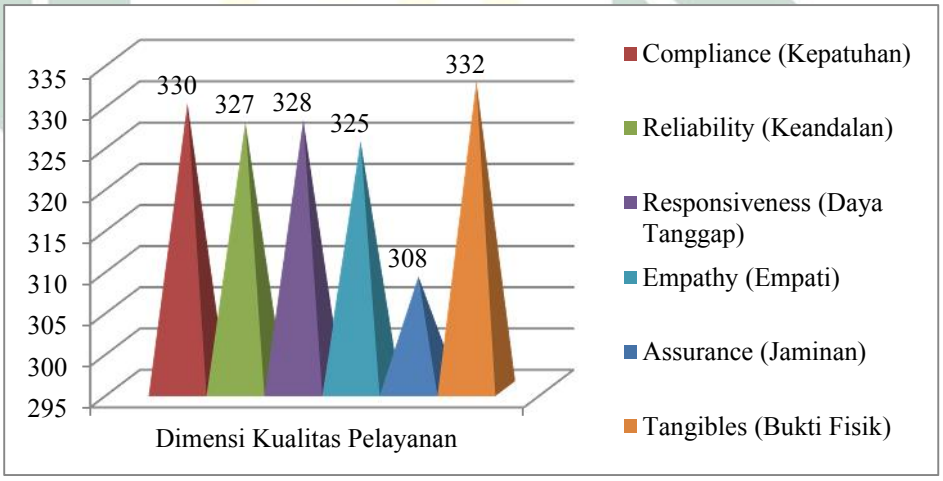
Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Ahmad Muzakki yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan merupakan variabel paling berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,306.[64] Dan penelitian ini juga tidak sejalan dengan hasil penelitian Diana Mutiara dan Sri Rahayu menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap minat beli ulang.[65] Jika dilihat dari kedua penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang, maka tidak menutup kemungkinan bahwa nasabah USPPS-KSU Jabal Rahmah memperhatikan kualitas pelayanan sebagai pertimbangan untuk melakukan pembiayaan ulang produk *murabahah*. Sebab dalam analisis regresi linier berganda menunjukkan hasil positif dengan persamaan regresi Y = 0,156 + 0,015X1 + 0,609X. Koefisien regresi variabel dari dimensi kualitas pelayanan itu sendiri menunjukkan angka sebesar 0,015 artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan variabel dimensi kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka minat pembiayaan ulang produk *murabahah*

[63] Arika Martania, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang di Giant Sun City Sidoarjo", (Skripsi – UPN "Veteran" Jatim, 2011), xi.
[64] Ahmad Muzakki, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)", (Skripsi – Universitas Diponegoro Semarang, 2013), vi.
[65] Dian Mutiara dan Sri Rahayu, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)", *Journal of Management*, vol.5 no.3 (2016), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan mengalami peningkatan sebesar 1,5%. Koefisien yang bernilai positif artinya antara dimensi kualitas pelayanan (X1) dan minat pembiayaan ulang produk *murabahah* (Y) memiliki hubungan yang positif, kenaikan dimensi kualitas pelayanan akan mengakibatkan kenaikan pada minat pembiayaan ulang produk *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah. Meskipun angka tersebut adalah angka yang kecil untuk sebuah penambahan minat pembiayaan ulang produk *murabahah*, namun tidak ada salahnya untuk terus dapat meningkatkan dimensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah agar nasabah lebih merasa dihargai.

Gambar 5.1



Skor hasil jawaban responden variabel (X1)

yang perlu ditingkatkan adalah dimensi *assurance* (jaminan) dengan total jawaban terendah yaitu 308, *empathy* (empati) dengan total jawaban 325, *reliability* (keandalan) dengan total jawaban 327 dan *responsiveness* (daya tanggap) dengan total jawaban 328, rendahnya total jawaban dari responden menandakan sedikitnya poin yang dipilih, karena dalam skala likert semakin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat setuju mendapat poin banyak sedangkan yang sangat tidak setuju mendapat poin sedikit.

Dari penelitian yang dilakukan di USPPS-KSU Jabal Rahmah ini dimensi kualitas pelayanan yang bernilai rendah adalah dimensi *assurance* (jaminan). Menandakan bahwa keamanan dalam proses transaksi yang diberikan oleh USPPS-KSU Jabal Rahmah belum sesuai dengan harapan nasabah. Sehingga bagi USPPS-KSU Jabal Rahmah lebih hati-hati terhadap setiap transaksi maupun setiap data informasi yang telah diamanhkan untuk dijaga dengan sungguh-sungguh agar tidak ada pihak yang dikecewakan.

Pada dimensi *empathy* (empati) menunjukkan bahwa nasabah menginginkan USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat mengerti dan memahami kondisi yang dirasakan oleh nasabah. Sebagai misal jam operasional USPPS-KSU Jabal Rahmah yang buka setiap hari Senin sampai Jumat mulai pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB, waktu tersebut dirasa kurang sesuai dengan waktu nasabah, sebab jika dilihat dari tabel 4.5 pada bab IV persentase tertinggi untuk pekerjaan nasabah adalah pegawai swasta yaitu sebesar 52%, hal tersebut menunjukkan bahwa pada saat USPPS-KSU Jabal Rahmah beroperasional kebanyakan dari nasabah sedang bekerja. Hal yang dapat dilakukan oleh USPPS-KSU Jabal Rahmah yaitu bisa dengan menambah hari operasional misalnya pada hari sabtu saat nasabah sedang libur, hal tersebut juga merupakan keinginan nasabah yang diutarakan ketika proses penyebaran kuesioner.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selanjutnya pada dimensi *reliability* (keandalan) nasabah merasa USPPS-KSU Jabal Rahmah memberikan pelayanan yang belum sesuai dengan harapan. Sehingga bisa dilakukan dengan menyediakan kotak saran untuk nasabah agar dapat berpendapat mengenai apa saja yang menurtnya kurang sesuai dengan harapan yang diinginkan, kemudian USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat melakukan evaluasi kinerja karyawan sehingga saran yang diberikan oleh nasabah dapat disesuaikan dengan pelayanan yang diberikan.

Pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap), nasabah kurang merasakan adanya ketanggapan yang dilakukan karyawan dalam menangani nasabah, hal ini memperlihatkan bahwa nasabah mengharapkan peran aktif karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam melayani nasabah dengan cepat namun tetap harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak terjadi kekeliruan, misalnya dalam proses hal menganalisis data nasabah, agar nasabah tidak menunggu terlalu lama apakah pengajuannya dapat terealisasi atau tidak.

Untuk dimensi *tangibles* (bukti fisik) dan *compliance* (kepatuhan) merupakan dimensi yang bernilai cukup tinggi dalam penelitian ini. Pada kenyataannya fasilitas yang dimiliki USPPS-KSU Jabal Rahmah seperti alat tulis, kursi, pendingin ruangan (AC) semua tersedia dan dapat digunakan dengan baik, meskipun dengan ruangan yang kecil semua tertata dengan rapi ditambah dengan penampilan karyawan yang juga rapi membuat nasabah yang berkunjung merasa nyaman.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk dimensi *compliance* (kepatuhan), dimensi kepatuhan merupakan poin penting yang menjadi alasan utama mengapa nasabah memilih transaski pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Bagaimana cara berpakaian karyawan yang rapi, sopan serta menutupi seluruh bagian aurat merupakan pemandangan yang menyejukkan bagi nasabah. Selain itu sikap yang ramah, senyum dan mengucap salam ketika nasabah berkunjung, merupakan cerminan yang dapat diterapkan pada USPPS-KSU Jabal Rahmah, sebab senyum termasuk dalam ibadah dan setiap orang lebih suka melihat orang yang mudah senyum dari pada orang yang acuh, selain senyum ucapan salam juga dianjurkan karena ada makna doa yang terkandung di dalamnya. Karena pada dasarnya pelayanan bukan hanya sekedar apa yang terlihat di luar saja, hal tersebut tidak cukup membuat nasabah berminat untuk melakukan pembiayaan ulang produk *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah. Hal tersebut sejalan dengan teori yang terdapat pada bab II, pelayanan bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian penyampaian dalam pelayanan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* pelanggan.[66] Dari teori tersebut dapat diketahui bahwa dengan memberikan pelayanan yang bagus saja tidak cukup untuk membuat nasabah menjadi minat untuk melakukan pembiayaan ulang pada produk *murabahah*. Nasabah juga butuh untuk

[66]Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah saw*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 179.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimengerti, dipahami dan dirasakan setiap kondisi maupun setiap keluh kesahnya sehingga pelayanan yang diberikan oleh karyawan akan sampai ke hati nasabah. Islam sendiri mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain

B. Pengaruh kepuasan religius (X2) terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* USPPS-KSU Jabal Rahmah (Y)

Untuk melihat pengaruh secara parsial antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* dapat dilakukan dengan uji koefisien regresi secara parsial (Uji T), uji tersebut digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dari data responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kemudian diolah dengan *software* IBM SPSS pada bab IV, dapat diketahui hasil analisis apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* secara parsial, yang sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. Selain itu juga sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

Dari hasil analisis regresi yang terdapat pada tabel 4.15 diperoleh t hitung untuk variabel kepuasan religius adalah sebesar 9,258, selanjutnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membandingkan t hitung dengan t tabel. Diperoleh t tabel (0,025 ; 87) = 2,280. Dari hasil perhitungan tersebut ternyata nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 9,258 > 2,280 dan sig (probabilitas) nya 0,000 < α = 0,05 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Sesuai dengan hipotesis apabila t hitung lebih besar daripada t tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang nyata antara kepuasan religius (X2) terhadap minat pembiayaan ulang pada produk *murabahah* (Y).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat nasabah di USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam melakukan pembiayaan ulang pada produk *murabahah* dipengaruhi signifikan oleh faktor kepuasan religius. Koefesien regresi variabel kepuasan religius juga menunjukkan angka yang cukup besar yaitu 0,609 yang artinya, jika variabel bebas lain nilainya tetap dan variabel kepuasan religius mengalami kenaikan, maka minat pembiayaan ulang produk *murabahah* akan mengalami peningkatan sebesar 60,9%. Koefisien yang bernilai positif artinya antara kepuasan religius (X2) dan minat pembiayaan ulang produk *murabahah* (Y) memiliki hubungan yang positif, kenaikan kepuasan religius akan mengakibatkan kenaikan pada minat pembiayaan ulang produk *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah, angka tersebut adalah angka yang cukup besar untuk sebuah penambahan minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial antara kepuasan religius terhadap minat menabung ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,246 dan bernilai positif dan tingkat signifikansinya lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu 0,017 < 0,05 yang artinya bahwa minat nasabah dalam menabung ulang di BNI Syariah Semarang dipengaruhi oleh kepuasan religius.[67]

Kepuasan religius menggambarkan bahwa konsumen akan merasa puas apabila kinerja yang diberikan sesuai dengan nilai agama yang dimiliki. Jika melihat dari teori Muhammad Muflih proses terbentuknya kepuasan konsumen muslim adalah sebagai berikut:[68]

1) Persepsi Tolak *Mudharat*

   Menolak bahaya dan menerima manfaat, menghindari hal-hal yang mendatangkan bahaya dengan memperhatikan baik dan buruknya atau manfaat dari sebuah produk jasa

2) Persepsi Kebutuhan

   Melakukan kegiatan ekonomi sesuai dengan kebutuhan bukan atas dasar keinginan dan nafsu

3) Persepsi *Mardhatillah*

[67] Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto, "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan *Percieved Value* terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi pada BNI Syariah Semarang)", *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, (Juni, 2016), 1.
[68] Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2006), 103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menggambarkan tingkat kepuasan pada hal yang bersifat mengharap keridhoan Allah Swt dengan menghindari hal-hal yang tidak disukai Allah dalam bertransaksi seperti menghindari riba.

Maka pada dasarnya pembiayaan *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah sesuai dengan ketiga persepsi tersebut karena dalam penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang. Persepsi menolak mudharat atau menerima maslahah, maslahah merupakan kesejahteraan umum yang dapat diartikan sebagai perbuatan bermanfaat. Artinya bahwa pembiayaan *murabahah* yang pada USPPS-KSU Jabal Rahmah bermanfaat bagi nasabah, sebab nasabah merasa terbantu akan adanya produk tersebut. Selanjutnya pada persepsi kebutuhan, produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah termasuk dalam produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, terlihat juga dari banyaknya minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. USPPS-KSU Jabal Rahmah ini menjadi jalan untuk menolong nasabah dalam memenuhi kebutuhannya, sebab kebutuhan tiap individu nasabah berbeda sehingga ketika terkendala oleh dana dalam memenuhi kebutuhan tersebut maka USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat menolong melalui pembiayaan porduk *murabahah*. Yang terakhir pada persepsi *mardhatillah* (keridhoan Allah), persepsi ini membatasi beberapa hal yang bertentangan dengan syariah untuk mendapat ridho dari Allah Swt, seperti produk *murabahah* yang telah diterapkan pada USPPS-KSU Jabal Rahmah sudah memenuhi persyaratan sesuai Islam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diantaranya barang yang menjadi objek transaksi adalah barang yang halal, jelas ukuran, jenis dan jumlahnya dan harga barang dinyatakan secara transparan sebab nasabah sendiri yang membeli barang yang diinginkan tersebut, sehingga kedua belah pihak mengetahui dengan jelas harga perolehan serta harga keuntungannya yang menjadikan keduanya tidak merasa dirugikan satu sama lain. Disamping itu persepsi *mardhatillah* anjuran untuk menghindari riba atau bunga agar dapat terhindar dari kerugian baik di dunia maupun di akhirat, hal tersebut sesuai dengan yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba

Pembiayaan *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah merupakan bentuk jual beli yang hal tersebut juga dihalalkan dan jauh dari riba. *Murabahah* dalam istilah Fikih Islam berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dengan tingkat keuntungan yang diinginkan.[69] Dalam pembiayaan *murabahah* fungsi USPPS-KSU Jabal Rahmah adalah sebagai penjual barang yang dibutuhkan nasabah, dengan cara membeli barang yang dibutuhkan nasabah dan kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga jual yang setara dengan harga beli ditambah keuntungan pihak

[69] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 81

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

USPPS-KSU Jabal Rahmah. Namun sebagai penjual USPPS-KSU Jabal Rahmah terkadang tidak ingin dipusingkan dengan masalah pembelian barang yang dibutuhkan oleh nasabah. Karenanya USPPS-KSU Jabal Rahmah menggunakan media "akad *wakalah*" dengan memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang tersebut.

Murabahah atau jual beli seperti yang dilakukan oleh USPPS-KSU Jabal rahmah dengan model tersebut dibolehkan dan nasabah menganggap itu menjadi bagian dalam menuju keridhoan Allah, hal tersebut dianggap sebagai salah satu alternatif untuk menghindari riba, sebab perputaran uang yang terjadi adalah uang dibelikan barang kemudian dijual kembali menjadi uang, malah hal tersebut membuat roda ekonomi berputar dan harta tidak dimonopoli hanya oleh pemilik modal. Sebaliknya, dalam riba tidak ada perputaran uang yang ada hanya uang melahirkan uang.

Pada bab II dalam landasan teori dijelaskan bahwa ukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:[70]

1) Apabila Kinerja > Harapan : Pelanggan Sangat Puas
2) Apabila Kinerja = Harapan : Pelanggan Puas
3) Apabila Kinerja < Harapan : Pelanggan Kecewa

Tingkat kepuasan nasabah dapat diukur dengan mengetahui respons nasabah terhadap suatu produk, apakah mereka senang atau malah kecewa dengan kinerja yang telah diberikan. Apabila kinerja yang diberikan oleh

[70]Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah lebih besar dari harapan nasabah maka dapat disimpulkan nasabah merasa sangat puas, jika kinerja yang diberikan oleh karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah sama dengan harapan nasabah maka dapat disimpulkan nasabah merasa puas, namun ketika kinerja yang diberikan oleh karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah lebih kecil dari harapan nasabah maka dapat disimpulkan bahwa nasabah akan mersa kecewa. Sehingga berdasarkan teori tersebut dan berdasarkan pada hasil dari penelitian ini yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*, mengandung arti bahwa kinerja yang diberikan oleh karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah melebihi atau paling tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan nasabah, sehingga nasabah merasa puas.

C. Pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan religius (X2) terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah (Y)

Untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bebas dalam penelitian ini (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan atau bersama-sama digunakan analisis korelasi ganda (R), koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati satu berarti hubungan yang terjadi semakin kuat,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Hasil analisis regresi dalam penelitian ini dapat dilihat dari *model summary* pada tabel 4.14, berdasarkan tabel tersebut diperoleh angka R sebesar 0,722. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.

Untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini (X1 dan X2) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat (Y), menggunakan analisis determinasi (Rsquare). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel terikat. Besarnya nilai koefisien determinasi atau Rsquare hanya antara 0-1, semakin kecil nilai koefisien determinasi, maka ini artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh tersebut akan semakin kuat

Dari hasil analisis regresi dari *moddel summary* pada tabel 4.14 diperoleh angka Rsquare sebesar 0,522 atau 52,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah sebesar 52,2%, persentase tersebut dianggap cukup besar untuk dapat menunjukkan hasil yang berpengaruh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 52,2% = 47,8%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dian Mutiara dan Sri Rahayu menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang selain kualitas pelayanan seperti persepsi harga dan varian produk.[71] Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Laurensia Hanjani Putri ditemukan ada tujuh faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen, yaitu kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan, harga dan lingkungan fisik.[72] Sehingga bisa jadi variabel yang disebutkan dalam kedua penelitian terdahulu di atas dapat dijadikan perbandingan yang nyata untuk mencari tahu bahwasannya terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi minat beli ulang sehingga wajar apabila sumbangsih variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini sebesar 52,2%.

Adjusted Rsquare adalah nilai Rsquare yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari Rsquare. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan Adusted Rsquare sebagai koefisien determinasi.[73] Oleh karena dalam penelitian ini hanya terdapat dua variabel bebas maka

---

[71] Dian Mutiara dan Sri Rahayu, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)", *Journal of Management*, vol.5 no.3 (2016), 1.
[72] Laurensia Hanjani, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Produk Naget Delicy", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol.1 no.2 (Juni, 2016), 1.
[73]Singgih Santoso, *Aplikasi SPSS pada Statistika Parametik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), 236.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

koefisien determinasinya bisa menggunakan Rsquare. Sedangkan Standard Error of the Estimates adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksi nilai Y. Standard Error of the Estimates dalam tabel 4.14 adalah sebesar 2,25670. Nilai ini semakin mendekati angka 0 semakin akurat.

Untuk mengetahui apakah variabel bebas (X1 dan X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat dari uji F. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi atau dapat digeneralisasikan pada populasi yang digunakan. Dari hasil analisis regresi tabel 4.16 diperoleh nilai F hitung sebesar 47,460, kemudian dibandingkan antara F hitung dengan F tabel. Diperoleh nilai F tabel sebesar 3,101. Dari perolehan tersebut menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 47,460 > 3,101 dan sig (probabilitas) nya 0,000 < α = 0,05 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

Pelayanan dilakukan dalam upaya menumbuhkan kepercayaan terhadap nasabah, sehingga nasabah merasa dirinya diperhatikan dengan baik dan benar. Pentingnya memberikan pelayanan yang baik merupakan salah satu strategi dalam memenangkan persaingan. Akan tetapi tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap nasabah saja, lebih dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu adalah bagaimana cara merespon keinginan nasabah sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari nasabah. Pada USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam memberikan pelayanan yang baik harus ditunjang dengan sumber daya manusia yang handal dan mengupayakan untuk terus menerus meningkatkan kemampuan para karyawan agar dapat menimbulkan kepercayaan kepada nasabah, juga USPPS-KSU Jabal Rahmah hendaknya terus melakukan evaluasi terhadap apa yang diharapkan nasabah agar kepuasan nasabah tetap terjaga yang akan menjadikan mereka setia menggunakan pembiayaan *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah.

Sehingga dalam penelitian ini jika kedua variabel yaitu variabel X1 dimensi kualitas pelayanan dan variabel X2 kepuasan religius disatukan, maka keduanya secara bersama-sama dapat memengaruhi minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Artinya, ketika USPPS-KSU Jabal Rahmah lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan pada nasabah sehingga nasabah mendapat pelayanan yang baik, serta ditambah dengan mengoptimalkan kepuasan religius yang dirasakan oleh nasabah, dengan sendirinya akan berpengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.

BAB VI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung (0,597) lebih kecil dati t tabel (2,280) dan nilai sig (probabilitas) variabel dimensi kualitas pelayanan (X1) adalah 0,552 > α = 0,05 maka Ho diterima.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung (9,258) lebih kecil dari t tabel (2,280) dan nilai sig (probabilitas) variabel kepuasan religius (X2) adalah 0,000 < α = 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 47,460 > 3,101 dengan probabilitas 0.000 karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat pembiayaan ulang produk *murabahah* atau dapat dikatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepuasan religius secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.

B. Saran

1. Dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh USPPS-KSU Jabal Rahmah kepada nasabah lebih dioptimalkan, agar tidak hanya sekedar melayani, namun juga dapat mengerti, memahami dan merasakan setiap kondisi maupun setiap keluh kesah nasabah.
2. Hendaknya meningkatkan kinerja dengan melakukan evaluasi terhadap tingkat harapan nasabah agar USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat mengutamakan kepuasan nasabahnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian yang sejenis, diharapkan agar dapat menambah variabel lain di luar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini atau juga bisa menggunakan variabel *intervaning* (perantara) dengan objek penelitian yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Amalia, Euis. *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*. Jakarta : Rajawali Pers, 2009

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001

Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013

Aziz, Abdul dan Ulfah Mariyah. *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*. Bandung : Alfabeta, 2010

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005

Cannon, Joseph P. Dkk. *Basic Marketing, A global-Manager Approach*, Alfia R. Fitriati. Jakarta: Salemba Empat, 2008

Ferdinand, Augusty. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Undip, 2002

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007

Hanjani Laurensia. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Produk Naget Delicy". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol.1 no.2, Juni, 2016

Hasmayati. *Analisis Penilaian Kesehatan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Berbasis Masjid (Studi Kasus Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Mal Tamwil At-Taqwa Masjid At-Taqwa Kemanggisan Jakarta*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.1 No. 2, 2016

Ilmi, Makhalul. *Teori Praktek Mikro Keuangan Syari'ah: Beberapa Pemasalahan dan Alternatif Solusi*. Yogyakarta: UII Press, 2002

Iqbal, Zamir, Mirakhor Abbas. *Pengantar Keuangan Islam Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana, 2008

Kanzu, Hibba Al. "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi pada BNI Syariah Semarang)", *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, No.13, Juni, 2016

Kotler, Philip dan Keller Kevin L. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005

Kurniawan, Robert dan Yuniarto Budi. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya.* Jakarta: Kencana, 2016

Lind, Douglas A et al. *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global*, Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat, 2007

Martania, Arika. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang di Giant Sun City Sidoarjo", (Skripsi – UPN "Veteran" Jatim), 2011

Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.* Jakarta: Rajawali Pers, 2006

Mustofa, Imam. *Fiqih Muamalah Kontemporer.* Jakarta: Rajawali Press, 2016

Mutiara Dian dan Rahayu Sri. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)". *Journal of Management*, vol.5 no.3, 2016

Muzakki, Ahmad. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)". (Skripsi – Universitas Diponegoro Semarang), 2013

Nawari. *Analisis Regresi dengan Ms.Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010

Pratiwi et al, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang di Depo Farmasi Anggrek RSUD Dr. Hasan Sadikin Bandung". *Jurnal Farmasi Klinik Indonesia,* Vol.5 No. 1, Maret, 2016

Rangkuti, Fredi. *Measuring Customer Satisfactio: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002

Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017

Robert, Collier. *The Secret of The Ages*, Dewi Wulansari. Jakarta: Penerbit Gemilang, 2011

Santoso, Singgih. *Aplikasi SPSS pada Statistika Parametik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012

Setiadi, Nugoroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen.* Jakarta: Prenamedia Group, 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sekaran, Uma. *Research Methods For Bussiness.* Jakarta : Salemba Empat, 2006

Singarimbun, Masri dan Effendi Sofyan. *Metode penelitian survey.* Jakarta: LP3ES, 1995

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta, 2012

Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta,PT Gramedia Pustaka Utama, 2000

Wahana Komputer. *Solusi Mudah dan Cepat Menguasai SPSS 17.0 untuk Pengolahan Data Statistik*. Jakart: PT Elex Media Komputindo, 2009

Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti, 2009.

Wiyono. *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN, 2011

www.depkop.go.id diakses pada 29 Oktober 2017 10:17

www.bps.go.id/statictable/2014/01/15/1314/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi-2006-2016.html diakses pada 29 Oktober 2017 12.06

www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/statistik lkm/documents/statistik%20LKM%20Indonesia%20Januari%202016.pdf diakses pada 27 Oktober 20:18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id