

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, TINGKAT PENGETAHUAN,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
ANGGOTA MELAKUKAN PEMBIAYAAN *MURĀBAḤAH***

(Studi Pada Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan)

SKRIPSI

Oleh :

Triantama Kurniawan

NIM : G94217211



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Triantama Kurniawan, G94217211), menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan unruk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Surabaya, 05 Juli 2022



Triantama Kurniawan
G94217211

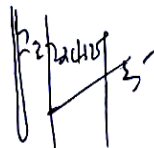
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Triantama Kurniawan NIM : G94217211

ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 05 Juli 2022

Pembimbing



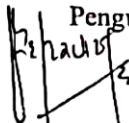
Dr. Hj. Fatmah, ST., MM.
NIP. 197507032007012020

LEMBAR PENGESAHAN

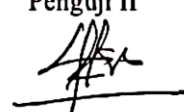
Skripsi yang telah disusun oleh Triantama Kurniawan NIM. G04217211 ini telah dipertahankan dan disetujui di depan sidang Majelis Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada Hari Selasa 09 Agustus 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana Strata 1 (S1) program studi Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji I


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

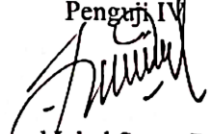
Penguji II


Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198206062009012008

Penguji III


Hj. Nurlailah, S.E., MM.
NIP. 196205222000032001

Penguji IV


Muhammad Iqbal Surya P., S.Pd., M.SEI
NIP. 199103162019031013

Surabaya, 12 Agustus 2022

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S. Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

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 : Triantama Kurniawan
NIM : G94217211
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : tamakurniawan14@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 Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap

Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah (Studi pada Koperasi

Syariah BMT Mulia Magetan)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/formatkan, 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, 12 Agustus 2022
Penulis

(Triantama Kurniawan)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan *Murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan**” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis pada penelitian ini dibantu *Software SPSS ver.26* dengan menggunakan uji analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antar variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat). Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* diperoleh sampel sebanyak 134 responden. Data yang diterima yaitu menggunakan kuisioner yang dibagikan secara langsung kepada responden yaitu anggota Koperasi Syariah BMT MULIA yang melakukan pembiayaan *murābahah* pada tahun 2020. Analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji regresi linier berganda, uji simultan (uji F), uji parsial (uji T), dan koefisien determinasi).

Hasil perhitungan dan olah data *SPSS Ver.26* menunjukkan hasil uji simultan yang mana kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA. Hasil dari uji simultan (Uji F) $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni $115,113 > 2,67$. Sedangkan hasil uji hipotesis secara parsial semua variabel independent berpengaruh positif terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah*. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dengan nilai uji T yakni $2,839 > 1,977$. Tingkat pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dengan nilai uji T yakni $9,750 > 1,977$. Dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dengan nilai uji T yakni $3,580 > 1,977$. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar 0,720 yang berarti kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan berpengaruh 72% terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh variabel lain.

Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti lainnya khususnya pada perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan nasabah. Serta bagi BMT MULIA Magetan untuk tetap menjaga dan lebih meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Dan disarankan BMT MULIA Magetan melakukan inovasi bagaimana upaya untuk menarik nasabah melakukan pembiayaan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, Kualitas Pelayanan , Keputusan Anggota menggunakan Pembiayaan *Murābahah*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Kualitas Produk	11
2.1.2 Tingkat Pengetahuan.....	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan	16
2.1.4 Pengambilan Keputusan.....	19
2.1.5 Pembiayaan <i>Murābahah</i>	21

2.1.6 <i>Murābahah</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	28
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.4 Variabel Penelitian.....	37
3.5 Definisi Operasional.....	38
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	40
3.7 Data dan Sumber Data	41
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.9 Teknik Analisis Data	43
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	43
3.9.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	45
3.9.3 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	48
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Profil Koperasi Syariah BMT MULIA	48
4.1.2 Produk-Produk Koperasi Syariah BMT MULIA	49
4.2 Karakteristik Responden.....	50
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3 Analisis Data	53
4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.3.2 Uji Keaslian Data	56
4.3.2.1 Uji Validitas	56
4.3.2.2 Uji Reliabilitas	62
4.3.3 Hasil Uji Analisis Data.....	62
4.3.3.1 Uji Asumsi Klasik	62
4.3.3.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	66
4.3.3.3 Uji Hipotesis.....	68
BAB V PEMBAHASAN.....	72
5.1 Pengaruh Secara Simultan Antara Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan <i>Murābahah</i> di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan	74
5.2 Pengaruh Secara Parsial Antara Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan <i>Murābahah</i> di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan	75
BAB VI PENUTUP.....	89
6.1 Kesimpulan.....	89
6.1 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Pembiayaan <i>Murābahah</i>	26
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	33



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Koperasi Syariah di Kabupaten Magetan.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Pembiayaan <i>Murābahah</i> BMT MULIA Tahun 2018-2020	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional	39
Tabel 3.2 Skala Likert	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.5 Hasil Responden Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4.6 Hasil Responden Variabel Tingkat Pengetahuan.....	54
Tabel 4.7 Hasil Responden Variabel Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4.8 Hasil Responden Variabel Keputusan Anggota	55
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	56
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan	57
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Keputusan Anggota	60
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.14 Uji Normalitas	63
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas.....	64
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas.....	65
Tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.18 Uji Simultan.....	68
Tabel 4.19 Uji Parsial	69
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2 Tabulasi Penelitian.....	99
Lampiran 3 Uji Validitas	109
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	114
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	116
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas	117
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas	118
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda	119
Lampiran 9 Uji Simultan (Uji F)	120
Lampiran 10 Uji Parsial (Uji T).....	120
Lampiran 11 Koefisien Determinasi.....	121
Lampiran 12 R Tabel	122
Lampiran 13 F Tabel.....	123
Lampiran 14 T Tabel	124
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	125

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah di Indonesia pada saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini terbukti banyak berdirinya Baitul Maal Wa Tamwil atau lebih dikenal BMT. BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang pengoperasian kegiatannya menggunakan prinsip bagi hasil, yang kegiatannya pada pengembangan usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan ekonomi masyarakat baik pihak pelaku mikro dan kecil, guna untuk mendorong menabung dan melakukan pembiayaan (Soemitra, 2009).

Baitul Maal Wa Tamwil secara konseptual memiliki dua fungsi yakni sebagai Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul Maal menerima titipan dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) dan mengoptimalkan distribusinya dengan memberikan santunan kepada yang berhak menerima (*Ashnaf*) sesuai dengan peraturan dan juga amanah yang diterimanya. Sedangkan Baitul Tamwil melakukan kegiatan pengembangan usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil, dan mikro terutama dengan cara mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Baitul Maal lebih mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana non *profit* seperti ZIS (Zakat, Infaq, dan Shadaqah). Sedangkan Baitul Tamwil lebih mengarah pada pengumpulan dan

penyaluran dana komersial. Usaha –usaha yang demikian menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil yang berlandaskan pada syariat Islam yakni berlandaskan dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. BMT berorientasi pada sosial agama, sehingga tidak dapat dimanipulasi untuk mencari laba (*profit*) dan kepentingan bisnis.

Ekonomi yang berkembang pastinya juga berdampak pada ekonomi masyarakat, yang mana pada kenyataannya banyak masyarakat yang merasa sulit untuk memenuhi kebutuhannya dikarenakan tidak adanya dana atau alat untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Sama halnya dalam dunia bisnis, masih terdapat banyak para pelaku usaha atau wirausaha yang sulit mendapatkan dana atau modal untuk menjalankan atau mengembangkan usahanya.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) MULIA adalah lembaga keuangan yang ada di daerah Kabupaten Magetan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. BMT MULIA memiliki kegiatan yakni funding (penghimpunan dana) dan lending (penyaluran dana) dari anggota dan untuk anggota BMT. Produk yang ditawarkan BMT MULIA antara lain produk tabungan wadiah, pembiayaan murābahah, dan deposito. Dari sekian produk yang ada, produk yang paling diminati oleh masyarakat adalah produk pembiayaan murābahah. Murābahah merupakan jual beli barang dengan harga beli dan kemudian ditambah dengan margin keuntungan yang ditetapkan oleh lembaga yang disepakati oleh pihak lembaga dan

pihak calon nasabah, sehingga pada saat jual beli tersebut terdapat saling terbuka mengenai harga dan keuntungan yang diperoleh sehingga saling memberikan manfaat atau jual beli tersebut (Andrianto & Firmansyah, 2019). Pembiayaan murābahah seringkali atau biasanya digunakan sebagai pembelian perlengkapan dan peralatan atau sebagai modal kerja. Apabila semakin pendek jangka waktu maka semakin rendah pula risikonya, namun sejalan dengan semakin rendah pula tingkat pengembaliannya (Wahyuningsih, 2018). Hal inilah yang menjadi alasan bahwasannya pembiayaan murābahah paling banyak diminati oleh anggota, disebabkan mudah dalam pelaksanaannya, tingkat pengembalian yang kecil, dan rendah resiko yang diterimanya.

Produk yang ditawarkan BMT MULIA pada dasarnya sama dengan produk BMT lainnya baik yang ada di Kabupaten Magetan maupun luar Kabupaten Magetan yang kemudian timbul persaingan antar BMT untuk menarik keputusan para anggota untuk melakukan kegiatan pembiayaan murābahah. Sehingga masyarakat sulit dalam mengambil keputusan untuk memilih produk BMT MULIA. Adapun Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dan BMT yang ada di sekitar Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan sebagai berikut :

Tabel 1.1
Koperasi Syariah di Kabupaten Magetan

No	Koperasi Syariah	Alamat
1	Koperasi Syariah BMT MULIA	Jl. Diponegoro No. 10 Kelurahan Selosari, Kec. Magetan, Kab. Magetan
2	KSPPS BMT Tumang Cabang Plaosan	Jl. Raya Sarangan RT 14 RW 02 Plaosan, Kab. Magetan
3	Koperasi Syariah MSI	Driyan, Ds. Driyorejo, Kec. Nguntoronadi, Kab. Magetan
4	BMT Beringharjo Cabang Magetan	Jl. Mayjen Sungkono No. 1 Kel. Kepolorejo, Kec. Magetan, Kab. Magetan
5	KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Magetan	Jl. Maospati Magetan No. 80 Ds. Bandar, Kec. Magetan, Kab. Magetan
6	KSPPS Sendang Artha Abadi Takeran	Jl. Raya Madigondo, Kec. Takeran, Kab. Magetan

Sumber : Observasi pada BMT (pada tanggal 2 Februari 2022)

Menurut observasi yang telah dilakukan terdapat data bahwa masyarakat Kabupaten Magetan sebagian besar memilih produk dari bank konvensional dibandingkan dengan produk lembaga keuangan syariah yang disebabkan oleh tingkat literasi tentang lembaga keuangan syariah baik bank maupun non bank masih minim. Hanya sebagian masyarakat saja yang sudah mengetahui dan memahami manfaat dalam memilih produk dari lembaga keuangan syariah baik bank ataupun non bank. Jumlah pembiayaan di BMT MULIA pada tahun 2018 sampai 2020 mengalami peningkatan dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2

Jumlah Pembiayaan *Murābahah* BMT MULIA Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Pembiayaan
2018	26
2019	116
2020	201

Sumber : Dokumen BMT Mulia Magetan

Meskipun hanya sedikit masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah ataupun produk yang ada, namun dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah anggota yang melakukan pembiayaan *murābahah* mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anggota atau konsumen dalam melakukan pembiayaan *murābahah*. Melihat peningkatan jumlah anggota yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA ini menjadi alasan untuk meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah*.

Menurut George R. Terry dalam tulisan (Chaniago, 2017) pengambilan keputusan adalah proses menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi beberapa perilaku alternatif, yang kemudian memilih salah satu di antara pilihannya sehingga terbentuklah keinginan berperilaku. Dalam pengambilan keputusan menggunakan produk BMT, anggota akan mengalami kesulitan dikarenakan terdapat pengaruh dari beberapa faktor yang di antaranya kualitas produk, tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan sebagainya.

Pengambilan keputusan dalam melakukan pembiayaan murābahah, anggota memerlukan bahan pertimbangan seperti faktor-faktor di atas dan perlu memperhatikan produk yang ditawarkan oleh lembaga BMT. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pembiayaan murābahah. Kualitas produk adalah evaluasi atau penilaian menyeluruh pelanggan terhadap kinerja barang atau jasa yang diberikan (wahyuningsih, 2018). Kualitas produk sangat diperhatikan oleh konsumen atau nasabah untuk menilai apakah produk tersebut baik atau buruk. Kualitas produk berhubungan dengan keputusan anggota untuk melakukan pembiayaan murābahah. Apabila produk yang ditawarkan atau dimiliki oleh BMT sesuai dengan harapan dan kebutuhan anggota maka akan semakin banyak anggota yang ingin melakukan pembiayaan di BMT (prihandini, 2018).

Faktor kedua adalah tingkat pengetahuan. Definisi pengetahuan anggota adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen atau nasabah mengenai produk dan jasa yang dikonsumsi (Nanda, 2020). Pemahaman dan pengetahuan mengenai lembaga BMT akan mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh masyarakat. Apabila pengetahuan tentang BMT rendah, maka keinginan untuk menjadi anggota BMT pun juga rendah. Begitu pula sebaliknya, apabila pengetahuan tentang BMT tinggi maka akan semakin tinggi pula keinginan masyarakat untuk menjadi anggota.

Faktor yang ketiga adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Yang mana kualitas pelayanan

akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk memahami dengan seksama harapan atau keinginan anggota dan kebutuhan mereka. Dengan demikian pihak lembaga dapat meningkatkan kualitas pelayanan supaya menarik keputusan masyarakat dan anggota untuk melakukan pembiayaan dalam hal memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan dapat diukur dari sisi pegawai, bagaimana melayani nasabah, kecepatan dan ketepatan pegawai, serta dari segi fasilitas yang dimiliki oleh lembaga untuk kenyamanan anggota atau konsumen (arifi nanda, 2020).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hanif Arifi Nanda (2020), menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Irma Dwi Arini (2019), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan pembiayaan. Namun, hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuli Dwi Qurrata A'yun (2018) yang menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan. Hasil tersebut sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatmah dan Virdiany (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap pengajuan pembiayaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas, peneliti akan meneliti apakah peningkatan jumlah anggota yang melakukan pembiayaan murābahah di BMT MULIA dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan atau tidak berdasarkan teori kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan konsumen yaitu ketika lembaga semakin baik dan

berkualitas dalam memberikan pelayanan maka konsumen semakin loyal dalam memilih dan memakai produk dari lembaga tersebut.

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel-variabel yang digunakan baik independent variable maupun dependent variable. Independent variable yang digunakan yaitu kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan. Sedangkan dependent variable menggunakan variabel keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah*. variabel-variabel tersebut digabung menjadi satu dalam penelitian sehingga menjadi suatu pembeda dengan penelitian lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengangkat penelitian tentang **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, TINGKAT PENGETAHUAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MELAKUKAN PEMBIAYAAN *MURĀBAḤAH* STUDI PADA KOPERASI SYARIAH BMT MULIA MAGETAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan?

- b. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan secara simultan.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan secara parsial.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat dalam aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Aspek Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti dan menyempurnakan keilmuan khususnya pada perilaku konsumen yang berkaitan tentang keputusan konsumen diambil. Serta dapat menjadi referensi bagi

peneliti lainnya yang sedang melakukan penelitian relevan dengan penelitian ini.

b. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi BMT MULIA Magetan tentang pengaruh kualitas produk, tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah*. Dengan adanya penelitian ini BMT MULIA Magetan dapat mengetahui seberapa berpengaruhnya kualitas produk, tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk merupakan semua hal yang mampu ditawarkan kepada pasar untuk digunakan, dimiliki, dikonsumsi oleh pemakainya guna untuk memenuhi kebutuhannya (Sofwa, 2016). Produk memiliki definisi lebih luas yakni jasa, orang, kegiatan, ide, objek fisik, tempat, dan sebagainya. Oleh karena itu produk tidak bisa didefinisikan sebagai barang saja. Sedangkan kualitas berkaitan dengan baik buruknya sesuatu hal. Kualitas produk adalah sesuatu yang perlu dan harus diusahakan dan diberikan oleh setiap perusahaan. Dalam dunia perbankan, kualitas produk merupakan hal yang penting yakni sebagai kunci berkembang dan keberhasilan kinerja perusahaan dimana kualitas produk yang baik merupakan sesuatu yang diinginkan nasabah dan menjadi produk yang dapat bersaing di pasar.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, kualitas produk memiliki definisi yakni kemampuan sebuah barang dengan memberikan output yang sama atau melampaui ekspektasi pelanggan yang inginkan (Kotler & Keller, 2009).

Berdasarkan beberapa pernyataan tentang kualitas produk di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan semua hal yang terdapat pada suatu barang dan jasa yang berhubungan dengan keinginan nasabah dimana terdapat keunggulan dari suatu produk telah memadai kemudian menciptakan sesuatu yang sama atau bahkan melebihi harapan nasabah.

b. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki beberapa indikator sebagai berikut : (Wahyuningsih, 2018)

1. Kinerja (*Performance*) berkaitan dengan karakteristik operasi dasar dari produk inti. Kinerja biasanya disebut sebagai fungsi utama dari sebuah produk. Kinerja produk tersebut apakah memberikan manfaat bagi konsumen atau tidak sehingga menjadi bahan pertimbangan ketika kita membeli sebuah produk.
2. Keandalan (*Reability*) adalah kemungkinan produk barang atau jasa akan mengalami kerusakan dalam jangka waktu tertentu. Semakin kecil kerusakan maka produk bisa untuk diandalkan.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Comformance to Specifications*) adalah seberapa jauh kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan. Apakah ditemukan kecacatan atau tidak pada produk tersebut.

4. Fitur (*Features*) adalah karakteristik tambahan dari sebuah produk yang digunakan untuk melengkapi fungsi produk yang dapat membuat produk semakin diminati oleh konsumen.
5. Estetika (*Aesthetic*) adalah sesuatu yang berkaitan dengan penampilan produk baik dari bentuk, bau, dan rasa produk itu sendiri.

c. Kualitas Produk Menurut Islam

Dalam pandangan Islam, produk nasabah merupakan sesuatu yang memiliki kegunaan, yang menghasilkan material, dan moral, serta memiliki kehalalan sebagai dampak positif yang diberikan kepada nasabah. Hal tersebut dijelaskan dalam Firman Allah SWT. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. (Q.S. Al-Baqarah [2] : 168)

Sebagai umat Islam, memilih dan memberikan produk yang baik dan halal adalah sesuatu yang dianjurkan dan diwajibkan. Islam juga tidak memperbolehkan untuk memberikan suatu produk atau memilih produk yang buruk.

2.1.2 Tingkat Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah sesuatu yang terdapat dalam pemikiran orang setelah dilakukan pengindraan terhadap objek tertentu. Menurut Notoatmojo dalam tulisan Nasir (2016) memiliki definisi yakni hasil dari kata “tahu“ ataupun mengerti dan hal ini terjadi ketika seseorang telah melaksanakan pengindraan kepada objek tertentu (Nasir et al., 2016). Pengetahuan menurut Romdhoni dan Ratnasari didefinisikan sebagai suatu pemahaman ketika seseorang melaksanakan sebuah penelitian pada suatu objek tertentu (Romdhoni & Ratnasari, 2018). Menurut Suwarman dalam tulisan Diana (2017), ketika seseorang mempunyai pengetahuan yang luas, maka dalam mengambil sebuah keputusan akan semakin baik dan tepat karena informasi yang diperoleh mampu diolah dengan baik (Diana, 2017).

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan informasi yang diperoleh ketika seseorang telah melakukan sesuatu atau sebuah penelitian.

b. Indikator Pengetahuan

Pengetahuan yang cukup di dalam domain kognitif memiliki 6 tingkatan yakni: (Nasir et al., 2016)

1. Tahu (*Know*)

Know atau tahu secara singkat diartikan proses mengingat suatu hal atau materi yang sudah dipelajari sebelumnya. Tahu dalam tingkatan pengetahuan juga termasuk mengingat kembali (*recall*) suatu hal yang mendetail dari keseluruhan bahan yang dipelajari atau sesuatu rangsangan dari apa yang telah diterima ketika menyangkut dengan apa yang telah dipelajari.

2. Memahami (*Comprehention*)

Comprehention atau memahami memiliki arti kemampuan seseorang dalam menjelaskan suatu hal secara baik dan tepat terhadap objek yang telah diketahui sebelumnya. Serta menginterpretasikan materi dari objek tersebut dengan tepat dan benar.

3. Aplikasi (*Application*)

Application atau aplikasi diartikan sebagai suatu kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan materi yang telah didapat pada kondisi yang sebenarnya (real). Aplikasi disini diartikan penggunaan hukum, rumus, metode, dalam situasi kondisi yang lain.

4. Analisis (*Analisis*)

Analysis atau analisis diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam menjelaskan dan menjabarkan komponen-

komponen objek tertentu yang masih di dalam satu struktur organisasai sehingga masih terdapat keterkaitan atau hubungan satu sama lainnya.

5. Sintesis (*Synthesis*)

Synthesis atau sintesis diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam menghubungkan dan meletakkan bagian-bagian tertentu kedalam bentuk keseluruhan yang baru.

6. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluation atau evaluasi diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk melakukan penilaian pada objek tertentu. Penilaian tersebut menggunakan kriteria yang ditentukan sendiri atau sudah ditentukan (sudah ada).

2.1.3 Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah segala sesuatu yang dinilai oleh konsumen yang berhubungan dengan baik atau buruknya sesuatu. Yang mana memiliki arti bahwa kualitas pada dasarnya merupakan hasil penilaian dari pengalaman aktual konsumen terhadap suatu produk. Pelayanan adalah sesuatu yang tidak dapat diraba namun dapat dirasakan yang terjadi dengan adanya korelasi atau hubungan antara karyawan dengan konsumen untuk memecahkan masalah dan memberikan solusi kepada konsumen. Pelayanan

disini bisa dimaksudkan dengan sebuah usaha guna membantu apa yang diperlukan oleh orang lain (konsumen).

Menurut Aryani dalam tulisan Sudaryanto (2017) definisi kualitas pelayanan/ layanan adalah suatu hal yang dapat membuat konsumen untuk tetap memilih dan berkomitmen terhadap produk barang dan jasa pada sebuah perusahaan (Sudaryanto & Astuti, 2017). Kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam mempertahankan konsumen atau nasabah dalam periode yang lama.

Peranan kualitas pelayanan juga dikemukakan oleh Gilbert dalam tulisan Sudaryanto (2017) yakni semakin baik layanan yang dimiliki maka akan mampu meningkatkan keuangan perusahaan (Sudaryanto & Astuti, 2017). Perusahaan yang memiliki sebuah pelayanan yang baik dan berkualitas maka akan membuat dan memikat calon konsumen atau nasabah untuk memakai produk dari perusahaan tersebut sehingga performa keuangan dan kinerja perusahaan akan semakin meningkat.

Berdasarkan pernyataan terkait definisi kualitas pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah kondisi suatu usaha dimana memiliki keterkaitan dengan jasa atau layanan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan nasabah dengan memberikan pelayanan yang lebih baik pada konsumen atau nasabah.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki beberapa Indikator sebagai berikut : (Tho'in, 2011)

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu respon karyawan atau lembaga dalam memberikan layanan dengan tanggap dan cepat. Dimensi *responsiveness* lebih mengarah pada perhatian karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, baik dalam hal permintaan nasabah, pertanyaan, maupun keluhan yang dialami konsumen. (Fatmah & Virdiyany, 2014)
2. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan karyawan atau lembaga dalam memberikan jasa kepada nasabah dengan melaksanakan jasa seperti yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Dimensi *reliability* ini mempunyai peranan penting dalam kepuasan konsumen. Apabila jasa yang diberikan oleh pihak lembaga baik dan sesuai dengan yang dijanjikan maka konsumen akan merasa puas. Dan begitu juga sebaliknya. (Fatmah & Virdiyany, 2014)
3. Jaminan (*Assurance*) adalah kemampuan karyawan dalam memberikan pengetahuan dan informasi produk ataupun jasa yang dijualnya secara tepat untuk membangun tingkat kepercayaan konsumen kepada lembaga dalam mengkonsumsi jasa atau produk yang ditawarkan. Dimensi *assurance* mempunyai peranan yang sangat penting karena melibatkan

konsumen dalam menumbuhkan kepercayaan dan kesetiaan dalam mengkonsumsi produk tersebut.

4. Perhatian (*Emphaty*) adalah kemampuan karyawan atau perusahaan dalam memberikan perhatian secara khusus kepada nasabah seperti halnya dengan memberikan kemudahan pelayanan kepada konsumen serta memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi ataupun memperoleh masukan dari konsumen.
5. Faktor Fisik (*Tengibles*) adalah bukti nyata dari perhatian yang diberikan melalui kemampuan karyawan atau lembaga dalam memberikan penampilan fisik, sarana dan prasarana kepada nasabah.

2.1.4 Pengambilan Keputusan

Menurut Robbin dalam tulisan Syafaruddin dan Anzizhan (2004) pengambilan keputusan merupakan “*decision making is which on choses between two or more alternative*”. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan di atas, dapat diterjemahkan dan dipahami bahwa pengambilan keputusan adalah memilih antara dua atau lebih alternatif yang ada yang digunakan untuk melakukan sebuah tindakan tertentu baik yang dilakukan secara pribadi ataupun secara bersama-sama (kelompok). (Syafaruddin & Anzizhan, 2004)

Menurut Azhar Kasim dalam tulisan Chaniago (2017), pengambilan keputusan merupakan kekuatan yang meliputi perumusan masalah, pembahasan suatu alternatif serta memilih sesuatu untuk penyelesaian masalah. (Chaniago, 2017)

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan pemilihan dua atau lebih alternative yang ada dengan memahami terlebih dahulu permasalahannya kemudian menguraikan pokok permasalahan sehingga diperoleh beberapa tumpukan penyelesaian masalah.

Keputusan nasabah/anggota/konsumen memiliki beberapa tahapan sebagai berikut : (Prihandini, 2018)

- a. Pengenalan Masalah merupakan tahap dimana anggota/nasabah menyadari dan merasakan masalah kebutuhan.
- b. Pencarian Informasi merupakan tahap dimana anggota/nasabah lebih banyak mencari tahu tentang produk yang akan memuaskannya dalam memenuhi kebutuhannya.
- c. Evaluasi Alternatif merupakan tahap dimana anggota atau nasabah akan mengevaluasi produk yang akan dibelinya dengan menggunakan sejumlah informasi yang telah diperoleh sebelumnya.

- d. Keputusan Pembelian merupakan tahap dimana anggota/masabah akan membeli suatu produk dengan berdasarkan informasi yang telah diperoleh sebelumnya.
- e. Perilaku Pasca Pembelian merupakan tahap dimana anggota atau nasabah akan melakukan tindakan lebih lanjut yakni dengan meninggalkan produk atau membeli/ menggunakan produk tersebut kembali dikemudian hari berdasarkan pada rasa puas dan tidak puas yang dirasakannya.

2.1.5 Pembiayaan *Murābahah*

Pembiayaan memiliki arti luas yaitu *financing* atau pembelanjaan, yang mana suatu pendanaan yang dikeluarkan kemudian digunakan untuk membantu investasi yang sudah direncanakan sebelumnya, baik dikerjakan oleh diri sendiri maupun orang lain. Sedangkan dalam arti sempit pembiayaan didefinisikan sebagai pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan.

Menurut M.Syafi'i Antonio dalam tulisan Andrianto dan Firmansyah (2019), definisi pembiayaan adalah pemberian fasilitas dana, serta pemenuhan kebutuhan dari pihak deficit unit dimana kedua hal tersebut merupakan salah satu tugas pokok dari bank. (Andrianto & Firmansyah, 2019)

Definisi pembiayaan yang berdasarkan prinsip syariah, juga dijelaskan dalam UU. No. 10 tahun 1998 yaitu :

“Penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil” . (Yazid, 2017)

Berdasarkan Undang-Undang perbankan syariah UU no. 21 tahun 2008 pasal 25 :

“Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang disamakan dengan itu berupa transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah, transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah dan sewa beli atau ijarah muntahiyah bit tamlik, transaksi jual beli dalam bentuk utangpiutang Murābahah, salam dan istisna’, transaksi pinjam meminjam dalam bentuk qardh, dan transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah” . (Yazid, 2017)

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan merupakan suatu kegiatan lembaga perbankan syariah atau BMT dalam menyalurkan dana kepada pihak lain yang berdasarkan prinsip syariah.

2.1.6 *Murābahah*

a. Pengertian *Murābahah*

Murābahah berasal dari kata Bahasa Arab yaitu *rabaha*, *murabahatan*, *yurabbihu* yang memiliki arti untung atau menguntungkan. *Murābahah* juga memiliki arti tumbuh, berkembang yang mana berasal dari kata *ribhun* atau *rubhun*. *Murābahah* merupakan mengambil *margin* (keuntungan) yang telah disepakati. Bank Indonesia mendefinisikan *ba’ murābahah* sebagai

jual beli barang yang mana harga asal barang ditambah dengan *margin* yang telah disepakati. Artinya penjual harus mengutarakan harga asal barang yang ia beli, yang kemudian ditambahkan dengan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak.

Murābahah menurut Glosari Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional adalah menjual barang dengan menjelaskan harga asal atau harga beli kepada pembeli dan pembeli memberikan laba dengan membayar dengan harga yang lebih besar. (Yazid, 2017)

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *murābahah* adalah suatu akad jual beli barang dimana penjual mencantumkan dari harga asal atau harga beli kepada pembeli, kemudian ditambah *margin* keuntungan yang telah disepakati oleh kedua pihak.

b. Dasar Hukum *Murābahah*

Ketentuan hukum tersebut mengacu dalam dasar hukum akad *murābahah* antara lain:

1. Al-Qur'an

Akad *murābahah* dalam Islam dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 275.

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

Artinya : *Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.* (Q.S. Al-Baqarah [2] : 275)

2. Hadist

Dari Suaib ar-Rumi ra bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muwardha (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual”. (HR. Ibnu Majah)

3. Fatwa DSN MUI

Di Indonesia, pembiayaan *murābahah* diatur oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI). Berikut beberapa Fatwa DSN MUI yang mengatur dan menjadi landasan hukum tentang pembiayaan *murābahah* sebagai berikut :

- a) 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murābahah*.
- b) 13/DSN-MUI/IX/2000 tentang uang muka dalam *murābahah*.
- c) 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam *murābahah*.
- d) 23/DSN-MUI/III/2002 tentang potongan pelunasan dalam *murābahah*. (Yazid, 2017)

c. Rukun dan Syarat

Rukun yang terdapat dalam *murābahah* yakni penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan, harga, dan ijab qabul. Sedangkan syarat dalam *murābahah* yaitu : (Fatmah, 2015)

1. Penjual menyatakan harga awal dari barang yang dijual.
2. Pembeli setuju dengan margin keuntungan yang ditetapkan penjual yang telah dikemukakan diawal.

Pembeli boleh membatalkan akad, apabila terjadi ketidakcocokan dengan masalah harga jual barang.

3. Barang yang dijual secara *murābahah* bukan barang bersifat ribawi (yang mengandung riba).

d. Ketentuan *Murābahah*

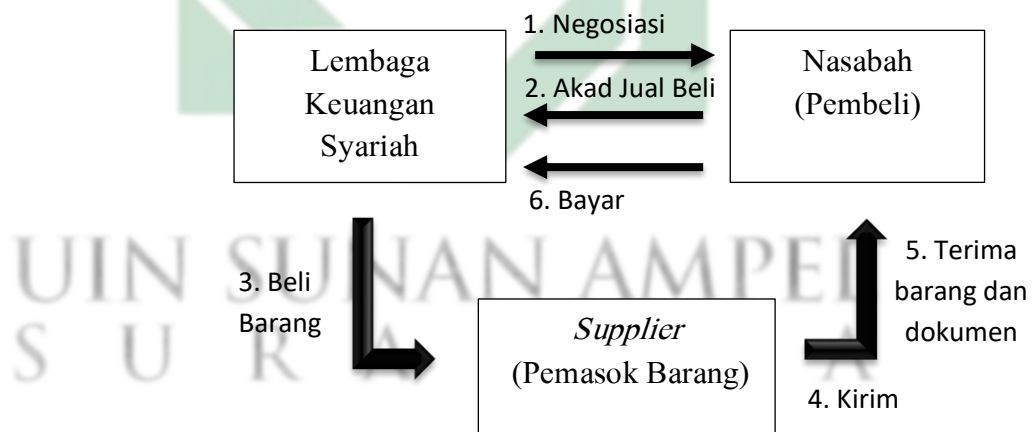
Pembiayaan *murābahah* di lembaga keuangan syariah diterapkan karena nasabah tidak memiliki kemampuan keuangan untuk membayar secara tunai pada saat membutuhkan suatu barang tertentu. Pada pembiayaan *murābahah* ini dilakukan oleh tiga pihak yaitu pembeli, lembaga Keuangan Syariah dan penyedia barang (*supplier*). Harga jual yang disepakati dalam pembiayaan *murābahah* yaitu saat LKS melakukan pembelian ke penyedia barang kemudian ditambah dengan margin keuntungan yang ditetapkan lembaga keuangan syariah, sehingga LKS menjual barang dengan harga jual tersebut kepada pembeli. Apabila antara pembeli dan pihak lembaga keuangan syariah sama-sama setuju

maka akad *murābahah* dapat dijalankan. Mekanisme penerapan *bai' al-murābahah* sebagai pembiayaan untuk membiayai pembelian barang konsumtif, modal kerja, dan investasi. (Fatmah, 2015)

1. Contoh pembelian barang konsumtif seperti rumah, peralatan dan perlengkapan rumah, barang elektronik, kendaraan dll.
2. Contoh modal kerja seperti bahan baku, persediaan bahan baku, persediaan barang dagang, dan barang modal.
3. Contoh investasi seperti membeli mesin-mesin peralatan guna untuk memperbaharui teknologi yang digunakan.

e. Skema Pembiayaan *Murābahah*

Gambar 2.1
Skema Pembiayaan *Murābahah*



Ketentuan Skema :

1. Lembaga Keuangan Syariah dan pemasok barang (*supplier*) melakukan kerja sama. Pihak LKS menyediakan fasilitas pembiayaan.

2. Calon nasabah ingin membeli barang dari *supplier* dan mengajukan pembiayaan dan mengisi persyaratan permohonan sesuai kriteria kepada pihak lembaga keuangan syariah. Apabila persyaratan sudah lengkap, pihak LKS melakukan analisis kelayakan pembiayaan terhadap calon nasabah.
3. Jika pihak lembaga merasa bahwa calon nasabah layak untuk dibiayai, LKS mengeluarkan surat perjanjian dan calon nasabah melakukan negosiasi dengan LKS. Dan apabila terjadi kesepakatan, calon nasabah menandatangani untuk melakukan transaksi *murābahah* dengan LKS.
4. Pihak lembaga melakukan transaksi kepada *supplier* sesuai spesifikasi yang diminta oleh nasabah. Menurut prinsip fiqh barang menjadi milik LKS (dokumen barang dibuat atas nama nasabah).
5. Pihak lembaga dapat memberi kuasa *supplier* untuk menyerahkan barang kepada nasabah dan Supplier menyerahkan barang kepada calon nasabah.
6. Nasabah membayar angsuran kepada lembaga keuangan syariah sesuai jadwal sampai jatuh tempo.

2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penulis mengemukakan hasil penelitian yang dianggap relevan dalam tinjauan pustaka ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan di antaranya :

Tabel 2.1
Pemetaan Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Skripsi Irma Dwi Arini (2019) “Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal, dan Margin Keuntungan Terhadap Proses Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>murābahah</i> di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah Batang”.	Penelitian ini total responden 88 orang. Hasil penelitian menunjukkan Pelayanan (<i>independent variable</i>) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>murābahah</i> .	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pengaruh pelayanan sebagai <i>independent variable</i> .	Perbedaan penelitian yang digunakan Irma adalah variabel X2 dan X3 yakni kebutuhan modal, dan margin keuntungan. Sedangkan penelitian yang akan saya gunakan adalah variabel X2 dan X3 yakni tingkat pengetahuan dan kualitas pelayanan.
2	Skripsi Yuli Dwi Qurrata A’yun (2018) “Pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap keputusan pembiayaan ulang produk <i>murābahah</i> pada USPPS-KSU	Penelitian ini menggunakan teknik <i>simple random sampling</i> , dengan total responden 88 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan <i>independent</i>	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan sebagai	Perbedaan penelitian yang digunakan Yuli adalah variabel X2 yakni kepuasan religius dan pembiayaan ulang produk <i>murābahah</i> sebagai variabel Y.

	Jabal Rahmah Sidoarjo”.	<i>variable</i> (dimensi kualitas pelayanan) tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan ulang produk <i>murābahah</i> .	<i>independent variable</i> .	Sedangkan penelitian yang akan saya gunakan adalah X1 dan X2 yakni kualitas produk dan tingkat pengetahuan. Dan keputusan melakukan pembiayaan <i>murābahah</i> sebagai variabel Y.
3	Skripsi Susanti Mei Diana (2017) Pengaruh pengetahuan, lokasi, kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan anggota menabung di BMT Umat Sejahtera Kalijambe.	Penelitian ini menggunakan teknik <i>simple random sampling</i> , dengan total responden 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan <i>independent variable</i> (pengetahuan dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT Umat Sejahtera Kalijambe.	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan dan kualitas pelayanan sebagai <i>independent variable</i> .	Perbedaan penelitian yang digunakan Susanti adalah variabel X2 dan X4 yakni lokasi dan bagi hasil. Dan keputusan anggota menabung sebagai Y. Sedangkan variabel yang akan digunakan dalam penelitian saya X1 adalah kualitas produk. Dan keputusan anggota melakukan pembiayaan <i>murābahah</i> sebagai variabel Y.
4	Skripsi Novi Patminingsih (2018) “Pengaruh pengetahuan	Penelitian ini menggunakan teknik <i>simple random</i>	Terdapat persamaan dalam penelitian ini	Perbedaan penelitian yang digunakan Novi adalah lokasi

	nasabah dan kualitas produk terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo”.	<i>sampling</i> , dengan total responden 91 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel pengetahuan nasabah dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo.	yaitu pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan nasabah dan kualitas produk sebagai <i>independent variable</i> .	berada di Ponorogo. Sedangkan lokasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian saya adalah di Magetan. Dan variabel X3 adalah kualitas pelayanan.
5	Skripsi Kharisma Hunaning Prihandini (2018) “Pengaruh citra perusahaan dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan <i>mudharabah</i> pada BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik”.	Penelitian ini menggunakan teknik <i>non probability sampling</i> , dengan total responden 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan <i>independent variable</i> (kualitas produk) berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan <i>mudharabah</i> .	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk sebagai <i>independent variable</i> .	Perbedaan penelitian yang digunakan Kharisma adalah X1 menggunakan citra perusahaan dan menggunakan produk pembiayaan <i>mudharabah</i> sebagai variabel Y. Sedangkan variabel yang akan digunakan X2 dan X3 adalah tingkat pengetahuan dan kualitas pelayanan. Dan

				menggunakan produk pembiayaan <i>Murābahah</i> sebagai Y.
6	Skripsi Hanif Arifi Nanda (2020) “Pengaruh tingkat margin, pengetahuan nasabah, prosedur pembiayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mengambil pembiayaan <i>murābahah</i> (studi kasus pada KSPPS Muamaalah Berkah Sejahtera)”.	Penelitian ini menggunakan teknik <i>sampling purposive</i> , dengan total responden 60 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan <i>independent variable</i> (pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan mengambil pembiayaan <i>murābahah</i> .	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan sebagai <i>independent variable</i> .	Penelitian Hanif yaitu variabel X1 dan X3 adalah tingkat margin dan prosedur pembiayaan. Sedangkan variabel X1 yang akan digunakan dalam penelitian saya adalah kualitas produk.
7	Skripsi Lastri Wahyuningsih (2018) “Pengaruh kualitas produk, <i>brand image</i> , dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT Madani Sepanjang”.	Penelitian ini menggunakan total responden 192 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan <i>independent variable</i> (kualitas produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk sebagai <i>independent variable</i> .	Perbedaan penelitian yang digunakan Lastri adalah variabel X2 dan X3 yakni <i>brand image</i> dan <i>word of mouth</i> . Sedangkan dalam penelitian yang akan saya gunakan variabel X2 dan X3 dalam tingkat

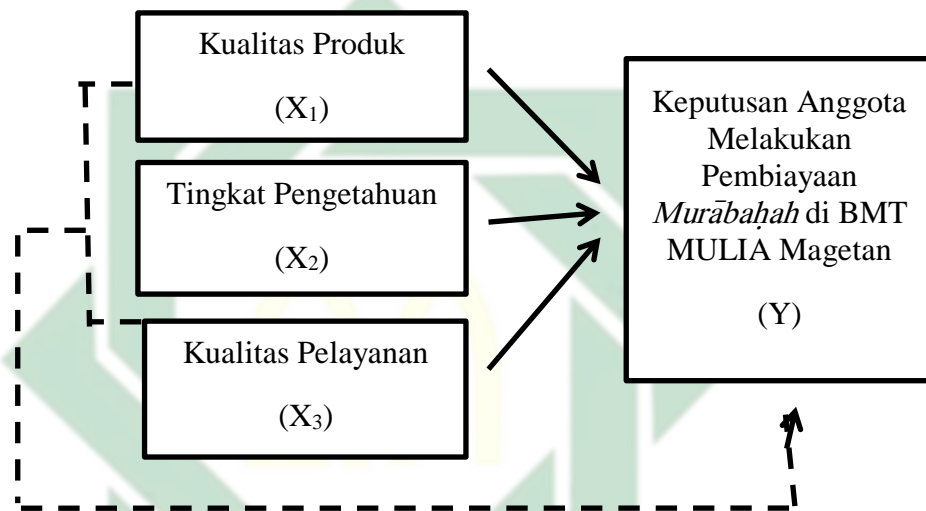
		anggota melakukan pembiayaan <i>murābahah</i> .		pengetahuan dan kualitas pelayanan.
8	Jurnal Fatmah dan Fitri Virdiyany (2014) “ Pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap preferensi anggota dalam pengajuan pembiayaan <i>mudharabah</i> di KJKS-MMU Cabang Sidogiri Pasuruan. “.	Penelitian ini menggunakan total responden 57 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan <i>independent variable</i> (kualitas layanan) tidak berpengaruh terhadap preferensi anggota dalam pengajuan pembiayaan <i>mudharabah</i> .	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan sebagai <i>independent variable</i> .	Perbedaan penelitian yang digunakan Fatmah dan Fitri Virdiyany adalah variabel X2 yaitu promosi. Dan variabel Y yaitu pengajuan pembiayaan <i>mudhrabah</i> . Sedangkan dalam penelitian yang akan saya gunakan variabel X2 dan X3 dalam tingkat pengetahuan dan kualitas pelayanan. Serta variabel Y yang digunakan adalah keputusan anggota dalam melakukan pembiayaan <i>murābahah</i> .

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini menjelaskan korelasi antara variabel penelitian. Pada kerangka berpikir ini terdiri dari beberapa variabel, yaitu variabel kualitas produk, variabel tingkat pengetahuan, variabel

kualitas pelayanan, dan variabel keputusan anggota melakukan pembiayaan.

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



Keterangan :

—————> = berpengaruh secara parsial

- - - - -> = berpengaruh secara simultan

Pada penelitian ini menggunakan tiga *independent variable* atau variabel bebas dan *dependent variable* atau variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas menggunakan Kualitas Produk (X_1), Tingkat Pengetahuan (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3). Dan variabel terikat ialah keputusan anggota melakukan pembiayaan *murabahah* (Y)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan sementara yang belum tentu tingkat kebenarannya dan masih harus dibuktikan dahulu. Hipotesis digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan ulasan di atas, maka dapat diambil hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan

H2 : terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan sebuah metode untuk menguji suatu teori dengan meneliti hubungan antar variabel yang mana data tersebut terdiri dari angka-angka yang kemudian dianalisis menggunakan prosedur statistic. (Juliansyah, 2017)

Dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik hubungan sebab akibat, yang mana digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui uji hipotesis yaitu pengaruh variabel kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas produk terhadap variabel keputusan anggota untuk melakukan pembiayaan *murābahah*.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan selama satu bulan dan bertempat pada Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan yang beralamatkan Jl. Diponegoro no.10 Kelurahan Selosari, Kabupaten Magetan, Jawa Timur 63313.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi memiliki definisi semua objek yang akan digunakan dalam penelitian untuk diteliti (Juliansyah, 2017). Populasi merupakan

kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan, populasi penelitian ini adalah para anggota Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan tahun 2020 dengan jumlah 201 anggota.

Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi. Dimana sampel yang diambil dari populasi dapat mewakili populasi tersebut. Survei sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *Simple Random Sampling*. Dimana pengambilan sampel dari populasi dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi tersebut. (Sugiyono, 2019)

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

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

Keterangan :

N : jumlah populasi

n : jumlah sampel

E : tingkat keasalahan sampel (biasanya 5%)

$$n = \frac{201}{1 + 201(0,05)^2}$$

$$= \frac{201}{1.5025}$$

$$= 133,7 \text{ dibulatkan menjadi } 134$$

Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 134 anggota yang melakukan pembiayaan di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan pada tahun 2020.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan adalah :

a. Variabel bebas atau *independent variable* (X)

Variabel bebas atau *independent* variabel biasa disebut sebagai variabel penyebab, *antecedent, stimulus, predictor*.

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat. Variabel bebas atau *independent variable* yang hendak diuji dalam penelitian adalah :

1. Kualitas produk (X1).
2. Tingkat pengetahuan (X2).
3. Kualitas pelayanan (X3).

b. Variabel terikat atau *dependent variable* (Y)

Variabel terikat atau *dependent variable* biasa disebut sebagai variabel output, kriteria. Variabel terikat merupakan variabel yang

dipengaruhi, atau variabel yang tergantung oleh variabel bebas.

Adapun variabel terikat pada penelitian ini yaitu keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang ditunjukkan terkait cara pengukuran variabel pada penelitian sehingga dapat berjalan operasionalnya, dimana *independent variable* (X) memiliki hubungan dengan *dependent variable* (Y). Sebagaimana teori dan hipotesis yang dipaparkan, berikut definisi operasional dalam penelitian:

a. Kualitas Produk

Kualitas berkaitan dengan baik buruknya sesuatu hal. Sedangkan produk merupakan semua hal yang mampu ditawarkan kepada pasar untuk digunakan, dimiliki, dikonsumsi oleh pemakainya guna untuk memenuhi kebutuhannya (Sofwa, 2016). Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, kualitas produk memiliki definisi yakni kemampuan sebuah barang dengan memberikan *output* yang sama atau melampaui ekspektasi pelanggan yang diinginkan. (Kotler & Keller, 2009)

b. Tingkat Pengetahuan

Menurut Notoatmojo dalam Nasir (2016) memiliki definisi yakni hasil dari kata “tahu“ ataupun mengerti dan hal ini terjadi ketika seseorang telah melaksanakan pengindraan kepada objek tertentu (Nasir et al., 2016). Menurut Suwarman dalam tulisan Diana (2017), ketika seseorang mempunyai pengetahuan yang luas, maka dalam mengambil sebuah keputusan akan semakin baik dan tepat

karena informasi yang diperoleh mampu diolah dengan baik. (Diana, 2017)

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas berkaitan dengan baik buruknya sesuatu hal. Menurut Aryani dalam tulisan Sudaryanto (2017) definisi kualitas pelayanan atau layanan adalah suatu hal yang dapat membuat konsumen untuk tetap memilih dan berkomitmen terhadap produk barang dan jasa pada sebuah perusahaan. (Sudaryanto & Astuti, 2017)

d. Pengambilan Keputusan

Menurut Robbin dalam tulisan Syafaruddin dan Anzizhan (2004) pengambilan keputusan merupakan “*decision making is which on choses between two or more alternative*”. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan di atas, dapat diterjemahkan dan dipahami bahwa pengambilan keputusan adalah memilih antara dua atau lebih alternatif yang ada yang digunakan untuk melakukan sebuah tindakan tertentu baik yang dilakukan secara pribadi ataupun secara bersama-sama. (Syafaruddin & Anzizhan, 2004)

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas produk (X1) (Wahyuningsih, 2018)	1. Kinerja	<i>Likert</i>
	2. Keandalan	
	3. Kesesuaian dengan Spesifikasi	
	4. Fitur	
	5. Estetika	
Pengetahuan (X2) (Nasir et al., 2016)	1. Tahu	<i>Likert</i>
	2. Memahami	
	3. Aplikasi	
	4. Analisis	
	5. Sintesis	
	6. Evaluasi	
Kualitas pelayanan (X3) (tho'in, 2011)	1. Daya Tanggap	<i>Likert</i>
	2. Keandalan	
	3. Jaminan	
	4. Perhatian	
	5. Faktor Fisik	
Keputusan Anggota melakukan pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y) (prihandini, 2018)	1. Pengenalan Masalah	<i>Skala Likert</i>
	2. Pencarian informasi	
	3. Evaluasi Alternatif	
	4. Keputusan Pembelian	
	5. Konsumsi pasca pembelian dan evaluasi	

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk

menguji tingkat validitas empiris instrument, peneliti mencobakan instrumen tersebut pada sasaran dalam penelitian dengan cara menghitung korelasi nilai yang didapat dari setiap pertanyaan dengan keseluruhan alat ukur yang digunakan. Uji validitas ini menggunakan teknik *product moment pearson* yaitu dengan perbandingan nilai korelasi X dengan angka kritis dalam tabel korelasi digunakan untuk menguji koefisien korelasi yang mana taraf signifikan sebesar 0,05. Adapun ketentuan untuk menyatakan valid sebagai berikut :

- (a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.
- (b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya apabila dilakukan pengukuran kembali baik dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama. Dalam uji reliabilitas pada penelitian dapat digunakan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan ketentuan sebagai berikut : (Nasir et al., 2020)

- (a) Jika *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka reliabel.
- (b) Jika *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka tidak reliabel.

3.7 Data dan Sumber Data

Data adalah suatu kumpulan fakta yang diperoleh dari suatu populasi atau lebih dan merupakan suatu faktor yang paling penting untuk mendukung penelitian (Lungan, 2006). Sumber data yang digunakan

dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Dengan ini peneliti melakukan dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket kepada anggota BMT MULIA Magetan.

Sedangkan data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut oleh pihak lain atau bisa dikatakan data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder adalah kumpulan dari sumber data dari dokumen-dokumen terkait lembaga yang sedang diteliti, penelitian terdahulu, catatan, jurnal, buku jumlah anggota pembiayaan *murābahah*, dan lain-lain.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang penulis gunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah Metode Kuesioner. Kuesioner atau angket adalah suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar pertanyaan tersebut (Syahrudin & Salim, 2012). Kuesioner dalam penelitian ini berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti yang diberikan kepada anggota BMT MULIA Magetan yang merupakan responden dalam penelitian secara langsung. Kuesioner yang di bagikan diharapkan mampu mewakili jawaban responden sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan tentang kualitas produk,

tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan pada produk pembiayaan *murābahah* pada BMT MULIA Magetan.

Responden mengisi kuesioner atau angket dengan memilih salah satu jawaban yang disediakan pada setiap pertanyaan dan pada setiap pertanyaan akan diberikan skor atau nilai sesuai dengan ketentuan skala skor. Skala skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. *Skala Likert*. (Sugiyono, 2013)

Tabel 3.2

Klasifikasi Skala *Likert*

No	Klasifikasi	Notasi	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan statistika dengan menggunakan bantuan *software* SPSS *Ver.26* yang dengan melakukan uji-uji di dalamnya. Dalam hal ini peneliti menggunakan cara analisis statistik hubungan sebab akibat dalam bentuk pengaruh antar variabel melalui uji hipotesis yaitu pengaruh kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan.

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu uji asumsi dasar yang merupakan persyaratan untuk melakukan uji statistik parametrik yang dilakukan oleh peneliti, dimana uji normalitas ini digunakan untuk melihat populasi data distribusi normal atau tidak (Santoso, 2018). Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov*. Yaitu membandingkan skor *sig* pada tabel uji *Kolmogorov Smirnov* dengan standart eror yakni 0,05. Apabila nilai dari signifikansinya lebih dari 0,05 dari sampel yang diambil maka data tersebut dinyatakan sebagai data distribusi normal. Sedangkan apabila kurang dari 0,05 maka dinyatakan sebagai data distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar *independent variable* (variabel bebas). Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Pada model regresi, gejala multikolinieritas bisa dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Apabila nilai $VIF \leq 10$ dan nilai *tolerance* > 10% maka tidak multikolinieritas sehingga tidak ada korelasi antar variabel bebasnya. (Ghazali, 2018)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Dalam hasil uji heteroskedastisitas menggunakan teknik *Spearman's rho* dimana mempunyai ketentuan pengambilan keputusan yaitu apabila menunjukkan nilai korelasinya $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Dan sebaliknya apabila menunjukkan nilai korelasinya $> 0,05$ maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghazali, 2018)

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan sebuah pengujian statistik untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih *independent variable* (X) terhadap *dependent variable* (Y).

Bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut : (Kurniawan & Yuniarto, 2016)

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

Keterangan :

Y = Keputusan Melakukan Pembiayaan *Murābahah*.

a = konstanta.

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan variabel Y, yang berdasarkan variabel X₁, X₂ dan X₃).

X₁ = Kualitas Produk.

X_2 = Tingkat pengetahuan.

X_3 = Kualitas Pelayanan.

e = Standart Error.

3.9.3 Uji Hipotesis

a. Uji F atau Simultan

Uji F digunakan dalam penelitian ini untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa *independent variable* terhadap *dependent variable*. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria uji F sebagai berikut :

1. jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau apabila nilai sig < dari 0,05 maka variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau apabila nilai sig > dari 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

b. Uji T atau Parsial

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial *independent variable* (X_1 , X_2 dan X_3) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap *dependent variable* (Y). Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Oleh karena itu terdapat dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau apabila nilai sig $<$ dari 0,05 maka variabel bebas berpengaruh parsial terhadap variabel terikat.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig $>$ dari 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model ini menjelaskan *dependent variable* yang dihitung. Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan *independent variable* dalam menjelaskan *dependent variable* sangat terbatas atau kecil nilai. R^2 yang besar mendekati satu berarti *independent variable* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi *dependent variable*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Profil Koperasi Syariah BMT MULIA

Baitul Maal Wa Tamwil merupakan lembaga keuangan mikro yang pengoperasian kegiatannya menggunakan prinsip bagi hasil, yang kegiatannya pada pengembangan usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan ekonomi masyarakat baik pihak pelaku mikro dan kecil, guna untuk mendorong menabung dan melakukan pembiayaan. (Soemitra, 2009) Untuk menjadi anggota Baitul Maal Wa Tamwil memiliki persyaratan yaitu membayar simpanan pokok dan simpanan wajib serta Simpanan Sukarela.

Koperasi Syariah BMT Mulia Magetan berdiri pada tanggal 08 agustus 2018 yang bertempat di jl. Diponegoro no. 10 Kecamatan Magetan Kabupaten Magetan. BMT Mulia Magetan adalah lembaga keuangan mikro yang menjalankan usahanya dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang kegiatan operasionalnya menghimpun dan menyalurkan dana melalui produk pendanaan dan pembiayaan *murābahah* bagi pengusaha kecil dan mikro untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat. BMT Mulia menghimpun dana dari anggota dan calon anggota dengan akad *wadi'ah* dan *mudharabah*. sedangkan pembiayaan menggunakan akad *murābahah*. Diantara produk yang ada, produk yang paling diminati oleh nasabah adalah pembiayaan *murābahah*.

4.1.2 Produk Koperasi Syariah BMT MULIA

a. Tabungan Wadiah

BMT MULIA mempunyai produk yaitu tabungan yang menggunakan akad wadiah yadh *al dhamanah* yang mana pihak BMT MULIA memiliki peran sebagai pihak yang dititipi dana disertai hak untuk memanfaatkan dana dari nasabah atau anggota. Sedangkan nasabah atau anggota berperan sebagai penitip dana kepada pihak BMT. Pihak BMT MULIA mempunyai tanggung jawab atas titipan dana dari nasabah dan siap mengembalikan dana kapan saja pemilik dana (nasabah atau anggota) menghendakinya. Dalam memanfaatkan dana nasabah, pihak lembaga berhak atas keuntungan yang diperoleh.

b. *Deposito* Syariah

BMT MULIA mempunyai produk *deposito* syariah yaitu simpanan berjangka yang dilakukan oleh nasabah atau anggota dengan menempatkan sejumlah dana dan pihak BMT memanfaatkan dan mengelola dana tersebut sesuai syariah islam tanpa batasan apapun. *Deposito* syariah ini menggunakan akad mudharabah yang mana terdapat bagi hasil yang diperoleh dari pemanfaatan dananya antara nasabah atau anggota dengan pihak BMT. Dalam *deposito* syariah di BMT MULIA terdapat syarat dan ketentuan yaitu minimal penempatan sejumlah Rp. 500.000. dan jangka waktu 1,3,6, dan 12 bulan.

c. Pembiayaan *Murābahah*

BMT MULIA mempunyai produk pembiayaan dengan prinsip *murābahah* yaitu jual beli barang dengan harga beli dan kemudian ditambah dengan margin keuntungan yang ditetapkan oleh lembaga yang disepakati oleh pihak lembaga dan pihak calon nasabah, sehingga pada saat jual beli tersebut terdapat saling terbuka mengenai harga dan keuntungan yang diperoleh sehingga saling memberikan manfaat atau jual beli tersebut.

Pembiayaan *murābahah* ini dapat digunakan nasabah atau anggota untuk memenuhi kebutuhan asset berupa tanah, bangunan, ruko, kendaraan baru atau bekas, alat elektronik, alat rumah tangga, alat produksi, alat penunjang usaha, bahan bangunan untuk renovasi rumah atau tempat usaha, persediaan barang dagang, dll. Dalam pembiayaan *murābahah* ini memiliki *plafond* hingga 50 juta dan jangka waktu hingga 3 (tiga) tahun.

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini jumlah sampel responden yang diteliti berjumlah 134 orang. Yaitu anggota atau nasabah yang menggunakan atau melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan pada tahun 2020. Perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan suatu rumus yaitu rumus *Slovin* yang mana mengambil dari suatu populasi yang nantinya akan menghasilkan suatu sampel.

Pengelompokan data sampel penelitian oleh peneliti berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan sebagai berikut :

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	87	64.9%
Perempuan	47	35.1%
Total	134	100%

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan data tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 87 orang dengan persentase 64.9% dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 47 orang dengan persentase 35.1%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase
20-30	26	19.4%
31-40	47	35%
41-50	26	19.4%
51-60	25	18.7%
> 60	10	7.5%
Total	134	100%

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan data tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden yang mempunyai usia 20-30 tahun berjumlah 26 orang dengan persentase 19.4%, usia 31-40 tahun berjumlah 47 orang dengan persentase 35%, usia 41-50 tahun berjumlah 26 orang dengan persentase 19.4%, usia 51-60 tahun berjumlah 25 orang dengan persentase 18.7%, dan yang memiliki usia lebih dari 60 tahun berjumlah 10 orang dengan persentase 7.5%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Sd	12	9%
Smp	25	18,7%
Sma	71	52,9%
Diploma	0	0%
Sarjana	26	19,4%
Total	134	100%

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan data tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pendidikan SD berjumlah 12 orang dengan persentase 9%, SMP berjumlah 25 orang dengan persentase 18,7%, SMA berjumlah 71 orang dengan persentase 52,9%, Diploma berjumlah 0 orang dengan persentase 0%, dan Sarjana berjumlah 26 orang dengan persentase 19,4%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	12	9%
Petani	18	13,4%
Wiraswasta	32	23,9%
Pedagang	48	35,8%
Lain-Lain	24	17,9%
Total	134	100%

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan data tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pekerjaan PNS berjumlah 12 orang dengan persentase 9%, Petani berjumlah 18 orang dengan persentase 13.4%, Wiraswasta berjumlah 32 orang dengan persentase 23,8%, Pedagang berjumlah 48 orang dengan persentase 35,8%, dan Lain-Lain berjumlah 24 orang dengan persentase 17.9%.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian

- Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.5

Hasil Dari Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk

No.	Item	STS	TS	RR	S	SS
1	X1.1	0	5	8	42	79
2	X1.2	0	6	24	73	31

3	X1.3	0	8	20	60	46
4	X1.4	0	7	16	47	64
5	X1.5	0	10	17	44	63
	Total	0	36	85	266	283

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa hasil kuesioner yang diisi oleh nasabah mengenai variabel keputusan anggota sebanyak 5 poin, didominasi jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 283.

b. Variabel Tingkat Pengetahuan (X2)

Tabel 4.6

Hasil Dari Responden Mengenai Variabel Tingat Pengetahuan

No.	Item	STS	TS	RR	S	SS
1	X2.1	0	4	8	31	91
2	X2.2	0	8	29	64	33
3	X2.3	0	10	25	56	43
4	X2.4	0	7	15	45	67
5	X2.5	0	11	16	45	62
6	X2.6	0	5	23	36	70
	Total	0	45	116	277	366

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa hasil kuesioner yang diisi oleh nasabah mengenai variabel keputusan anggota sebanyak 6 poin, didominasi jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 366.

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Tabel 4.7

Hasil Dari Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Item	STS	TS	RR	S	SS
1	X3.1	0	5	17	52	60
2	X3.2	0	5	23	67	39
3	X3.3	0	6	14	60	53
4	X3.4	0	6	16	46	66
5	X3.5	0	6	16	40	72
	Total	0	28	86	265	291

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa hasil kuesioner yang diisi oleh nasabah mengenai variabel keputusan anggota sebanyak 5 poin, didominasi jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 291.

d. Variabel Keputusan Anggota (Y)

Tabel 4.8

Hasil Dari Responden Mengenai Variabel Keputusan Anggota

No	Item	STS	TS	RR	S	SS
1	Y.1	0	6	7	35	86
2	Y.2	0	7	29	63	35
3	Y.3	0	10	22	56	46
4	Y.4	0	8	13	50	63
5	Y.5	0	9	18	44	63
	Total	0	40	89	248	293

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa hasil kuesioner yang diisi oleh nasabah mengenai variabel keputusan anggota sebanyak 5 poin, didominasi jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 293.

4.3.2 Uji Keaslian Data

4.3.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguukur hasil kevaliditasan data pada suatu kuesioner (angket). Suatu kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Untuk menentukan besaran r_{tabel} dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= (\alpha ; n-2) \\ &= (0,05 ; 132) \\ &= 0,1697 \end{aligned}$$

Berikut hasil dari uji validitas setiap pertanyaan masing-masing item per variabel.

a. Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.9

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Rumus	Ket
1	Sesuai dengan kebutuhan dan tujuan nasabah dalam memilih pembiayaan <i>murābahah</i> .	0,752	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
2	Kehandalan produk pembiayaan <i>murābahah</i> BMT MULIA dibandingkan dengan produk pembiayaan perbankan lainnya.	0,662	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
3	Produk pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT MULIA sesuai dengan spesifikasi yang diberikan	0,768	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

4	BMT MULIA memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi angsuran pembayaran.	0,685	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
5	Saya merasa produk pembiayaan <i>murābahah</i> BMT MULIA dapat dipercaya.	0,655	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel kualitas produk yang memiliki 5 poin pernyataan dinyatakan valid, hal tersebut dibuktikan oleh hasil R_{hitung} diatas R_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diterima valid.

b. Variabel Tingkat Pengetahuan (X2)

Tabel 4.10

Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan

No	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Rumus	Ket
1	Saya telah mengetahui produk pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT MULIA Magetan.	0,712	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
2	Sebelum saya mengambil pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT MULIA Magetan, saya sudah memahami	0,673	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

	terkait pembiayaan <i>murābahah</i> .				
3	Saya memutuskan untuk mengambil produk pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT MULIA Magetan untuk memenuhi kebutuhan saya.	0,780	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
4	Saya mengetahui dalam operasionalnya, BMT MULIA Magetan menghindari <i>gharar</i> (ketidakjelasan), <i>maisir</i> (judi), <i>riba</i> (bunga), dan <i>risywah</i> (suap).	0,617	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
5	Menurut saya pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT MULIA Magetan bebas dari bunga yang mengandung unsur <i>riba</i> .	0,700	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
6	Saya merasa puas setelah mengambil pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT MULIA Magetan karena kehalalannya yang tidak diragukan.	0,470	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel tingkat pengetahuan yang memiliki 6 poin pernyataan dinyatakan valid, hal tersebut dibuktikan oleh hasil R_{hitung} diatas R_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diterima valid.

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Rumus	Ket
1	BMT MULIA Magetan memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat.	0,674	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
2	BMT MULIA Magetan mampu memberikan pelayanan yang efisien, dan tidak berbelit-belit.	0,682	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
3	Karyawan BMT MULIA Magetan melayani dengan sopan.	0,683	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
4	Pihak BMT MULIA Magetan jika nasabah ingin mengkomplain/ meminta informasi mudah dihubungi.	0,696	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

5	Kemudahan dalam bertransaksi karena pihak BMT MULIA Magetan memiliki fasilitas operasional yang canggih.	0,562	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
---	--	-------	--------	--------------------------	-------

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.11 menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan yang memiliki 5 poin pernyataan dinyatakan valid, hal tersebut dibuktikan oleh hasil R_{hitung} diatas R_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diterima valid.

d. Variabel Keputusan Anggota (Y)

Tabel 4.12

Uji Validitas Variabel Keputusan Anggota

No	Pernyataan	R_{hitung}	R_{Tabel}	Rumus	Ket
1	Saya memilih pembiayaan di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan untuk memenuhi kebutuhan.	0,773	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
2	Saya mencari informasi pembiayaan terlebih dahulu sebelum memilih pembiayaan di Koperasi Syariah BMT	0,699	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

	MULIA Magetan.				
3	Saya membandingkan pembiayaan di lembaga lain sebelum memilih pembiayaan di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan.	0,787	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
4	Saya percaya memilih pembiayaan yang ada di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan.	0,688	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
5	Saya akan memilih Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan lagi untuk pembiayaan selanjutnya.	0,651	0,1697	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel keputusan anggota yang memiliki 5 poin pernyataan dinyatakan valid, hal tersebut dibuktikan oleh hasil R_{hitung} diatas R_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diterima valid.

4.3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data pada penelitian ini dapat diandalkan (*Reliabel*), uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan *SPSS ver.26* dengan cara uji *Cronbach Alpha* (α) dengan kriteria apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka data tersebut dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.13
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Rumus	Keterangan
Kualitas Produk	0,742	<i>Cronbach Alpha</i> $> 0,6$	Reliabel
Tingkat Pengetahuan	0,736	<i>Cronbach Alpha</i> $> 0,6$	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,673	<i>Cronbach Alpha</i> $> 0,6$	Reliabel
Keputusan Anggota	0,764	<i>Cronbach Alpha</i> $> 0,6$	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.13 bahwa semua variabel yang ada pada penelitian ini memiliki nilai $> 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang ada penelitian reliabel dengan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

4.3.3 Hasil Uji Analisis Data

4.3.3.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual memiliki normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji

statistic *Kolmogorov Smirnov*, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 4.14
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		134
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61681569
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,033
	Negative	-,052
Test Statistic		,052
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$.

Hal tersebut menunjukkan bahwa data pada penelitian memiliki distribusi yang normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji dan mendeteksi apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 4.15
Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		N			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,770	1,349		-1,312	,192		
	Kualitas Produk	,179	,063	,170	2,839	,005	,585	1,709
	Tingkat Pengetahuan	,575	,059	,632	9,750	,000	,501	1,998
	Kualitas Pelayanan	,211	,059	,185	3,580	,000	,788	1,269

a. Dependent Variable: Keputusan Anggota

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 bahwa Kualitas Produk memiliki nilai VIF $1,709 \leq 10$ dan nilai *tolerance* $0,585 > 0,1$. Tingkat Pengetahuan memiliki nilai VIF $1,998 \leq 10$ dan nilai *tolerance* $0,501 > 0,1$. Kualitas Pelayanan memiliki nilai VIF $1,269 \leq 10$ dan nilai *tolerance* $0,788 > 0,1$. Masing-masing variabel memiliki nilai VIF ≤ 10 serta nilai *tolerance* yang $>$ dari 0,1 hal ini menunjukkan bahwa pada model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Persamaan regresi dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas yaitu nilai signifikan $> 0,05$.

Tabel 4.16
Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Kualitas Produk	Tingkat Pengetahuan	Kualitas Pelayanan	Unstand ardized Residua l
Spearman's rho	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	1,000	,465**	,244**	-,007
		Sig. (2- tailed)	.	,000	,004	,936
		N	134	134	134	134
	Tingkat Pengetahuan	Correlation Coefficient	,465**	1,000	,375**	-,133
		Sig. (2- tailed)	,000	.	,000	,124
		N	134	134	134	134
	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	,244**	,375**	1,000	-,014
		Sig. (2- tailed)	,004	,000	.	,874
		N	134	134	134	134
Unstandardize d Residual	Correlation Coefficient	-,007	-,133	-,014	1,000	
	Sig. (2- tailed)	,936	,124	,874	.	
	N	134	134	134	134	

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.16 Kualitas Produk memiliki nilai signifikan (*2-tailed*) $0,936 > 0,05$. Tingkat Pengetahuan memiliki nilai signifikan (*2-tailed*) $0,124 > 0,05$. Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikan (*2-tailed*) $0,874 > 0,05$. Sehingga dapat dilihat nilai residual

signifikan lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang diperoleh terbebas dari kasus heteros.

4.3.3.2 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan sebuah pengujian statistik untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih *independent variable* (X) terhadap *dependent variable* (Y).

Bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut :

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1,770	1,349		-1,312	,192
	Kualitas Produk	,179	,063	,170	2,839	,005
	Tingkat Pengetahuan	,575	,059	,632	9,750	,000
	Kualitas Pelayanan	,211	,059	,185	3,580	,000

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Dari hasil regresi linier berganda diatas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

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

Keputusan anggota = -1,770 + Kualitas Produk + Tingkat Pengetahuan + Kualitas Pelayanan + e

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Konstanta (β_0) adalah -1,770. Artinya bahwa jika variabel bebas yaitu kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan bernilai 0 atau negatif maka akan terjadi penurunan dalam keputusan sebesar -1,770.
- b. Koefisien regresi kualitas produk adalah 0,179 artinya jika variabel kualitas produk ditingkatkan 1% dengan catatan variabel bebas lainnya dianggap konstan (0), maka akan meningkatkan keputusan anggota mengambil pembiayaan *murabahah* di BMT MULIA Magetan sebesar 0,179.
- c. Koefisien regresi tingkat pengetahuan adalah 0,575 artinya jika variabel tingkat pengetahuan ditingkatkan 1% dengan catatan variabel bebas lainnya dianggap konstan (0), maka akan meningkatkan keputusan anggota mengambil pembiayaan *murabahah* di BMT MULIA Magetan sebesar 0,575.
- d. Koefisien regresi kualitas pelayanan adalah 0,211 artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan 1% dengan catatan variabel bebas lainnya dianggap konstan (0), maka akan meningkatkan keputusan anggota mengambil pembiayaan *murabahah* di BMT MULIA Magetan sebesar 0,211.

4.3.3.3 Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara bersama-sama. Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ dan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka hipotesis diterima, maka artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil Uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.18
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	923,579	3	307,860	115,113	,000 ^b
	Residual	347,674	130	2,674		
	Total	1271,254	133			

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.18 diperoleh F_{hitung} sebesar dengan nilai F_{tabel} yaitu 2,67, sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $115,113 > 2,67$, serta tingkat nilai sig. $0.000 < 0,05$, maka dengan demikian berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan anggota mengambil pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan.

b. Uji T (Parsial)

Uji Parsial (Uji T) digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel *independent* (variabel bebas) yang mempengaruhi variabel *dependent* (variabel terikat) secara sendiri-sendiri. Dalam uji T ini dapat dilakukan dengan melihat nilai t_{hitung} pada tabel *Coefficient* pada hasil regresi. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel *independent* secara parsial mempengaruhi variabel *dependent*.

Tabel 4.19

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,770	1,349		-1,312	,192		
	Kualitas Produk	,179	,063	,170	2,839	,005	,585	1,709
	Tingkat Pengetahuan	,575	,059	,632	9,750	,000	,501	1,998
	Kualitas Pelayanan	,211	,059	,185	3,580	,000	,788	1,269

a. Dependent Variable: Keputusan Anggota

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

1. Pada variabel Kualitas Produk nilai t_{hitung} sebesar 2,839. Maka dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (2,839 > 1,977). maka variabel Kualitas Produk berpengaruh positif

terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan.

2. Pada variabel Tingkat Pengetahuan nilai t_{hitung} sebesar 9,750. Maka dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($9,750 > 1,977$). maka variabel Tingkat Pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan.

3. Pada variabel Kualitas Pelayanan nilai t_{hitung} sebesar 3,580. Maka dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,580 > 1,977$). maka variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *Murābahah* di BMT MULIA Magetan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menjelaskan seberapa baik suatu model untuk digunakan. Besaran nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Semakin mendekati 1 artinya semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil Uji Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.20

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,852 ^a	,727	,720	1,635

Sumber : Data Primer yang diolah peneliti (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.20 nilai pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,720. hal tersebut menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 72%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel penelitian lain yang tidak dibahas di penelitian ini.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V PEMBAHASAN

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) MULIA adalah lembaga keuangan yang ada di daerah Kabupaten Magetan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Pada penelitian ini menggunakan variabel *independent* (variabel bebas) Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel *dependent* (variabel terikat) yaitu Keputusan Anggota melakukan pembiayaan *murābahah*.

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 134 responden yang merupakan anggota BMT MULIA yang melakukan pembiayaan *murābahah* pada tahun 2020. Hasil penelitian pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki sebanyak 87 responden dengan persentase 64,9%, sedangkan untuk responden perempuan sebanyak 47 responden dengan persentase 35,1%. Berdasarkan karakteristik responden pada penelitian ini yang banyak melakukan pembiayaan *murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA adalah laki-laki.

Untuk karakteristik anggota BMT MULIA berdasarkan usia menunjukkan bahwa usia responden yang melakukan pembiayaan dengan rentang usia 20-30 tahun sebanyak 26 responden dengan persentase 19,4%, usia dengan rentang 31-40 tahun sebanyak 47 responden dengan persentase 35%, usia dengan rentang 41-50 tahun sebanyak 26 responden dengan persentase 19,4%, usia dengan rentang 51-60 tahun sebanyak 25 responden dengan persentase 18,7%, dan usia dengan rentang diatas 60 tahun sebanyak

10 responden dengan persentase 7,5%. Dari temuan penelitian melalui gambaran klasifikasi usia terdapat anggota yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA didominasi oleh anggota yang memiliki rentang usia antara 31-40 tahun. Pada usia rentang 31-40 tahun merupakan usia matang dan produktif seseorang sehingga ketika anggota melakukan pembiayaan *murābahah*, anggota masih ada upaya untuk mencari atau melakukan sesuatu sehingga mempunyai penghasilan untuk melakukan pembayaran angsuran pembiayaan sesuai dengan jatuh tempo yang diberikan. Dan seseorang dapat mengerti apakah dalam mengambil sebuah keputusan terdapat manfaat bagi dirinya sendiri atau tidak.

Pada klasifikasi berdasarkan pendidikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan SD berjumlah 12 responden dengan persentase 9%, SMP berjumlah 25 responden dengan persentase 18,7%, SMA berjumlah 71 responden dengan persentase 52%, Diploma berjumlah 0 responden dengan persentase 0%, dan Sarjana berjumlah 26 responden dengan persentase 19,4%. Dari temuan penelitian melalui gambaran klasifikasi pendidikan terdapat anggota yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA didominasi oleh anggota yang memiliki pendidikan SMA. Pendidikan dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan, terkait lembaga keuangan syariah dan prinsip syariah yang diterapkan. Oleh karena itu orang yang berpendidikan lebih cepat mengerti dan paham mengenai produk produk yang ditawarkan oleh lembaga.

Sedangkan untuk karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa anggota yang berprofesi sebagai PNS sebanyak 12 responden dengan persentase 9%, petani sebanyak 18 responden dengan persentase 13,4%, wiraswasta sebanyak 32 responden dengan persentase 23,9%, pedagang sebanyak 48 responden dengan persentase 35,8%, dan yang berprofesi lain-lain sebanyak 24 responden dengan persentase 17,9%. Dari temuan penelitian melalui gambaran klasifikasi pekerjaan terdapat anggota yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA didominasi oleh anggota yang memiliki pekerjaan pedagang. Anggota sebagai pedagang memiliki penghasilan sehingga ketika anggota melakukan pembiayaan *murābahah*, anggota dapat melakukan pembayaran angsuran pembiayaan sesuai dengan jatuh tempo yang diberikan.

5.1 Pengaruh Secara Simultan Antara Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan *Murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan

Berdasarkan hasil olah data yang telah diuji oleh peneliti terdapat keterkaitan antara kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan. Hal ini dibuktikan dengan olahan data *SPSS ver.26* dalam tabel 4.18 dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA.

Dalam tabel 4.18 terdapat hasil uji F pada tabel *Anova* diperoleh F_{hitung} sebesar 115,113, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,67. hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} dan memperoleh nilai signifikansi 0,000. Apabila melihat acuan dalam uji simultan yaitu apabila F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,000 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga variabel kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh Adjusted R Square sebesar 0,720 yang berarti bahwa kontribusi kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan sebesar 72%.

5.2 Secara Parsial Antara Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan *Murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan

- a. Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Anggota Melakukan Melakukan Pembiayaan *Murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan

Produk merupakan semua hal yang mampu ditawarkan kepada pasar untuk digunakan, dimiliki, dikonsumsi oleh pemakainya guna untuk memenuhi kebutuhannya. (Sofwa, 2016) Menurut Kotler dan

Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, kualitas produk memiliki definisi yakni kemampuan sebuah barang dengan memberikan *output* yang sama atau melampaui ekspektasi pelanggan yang diinginkan. (Kotler & Keller, 2009)

Hasil uji validitas pada variabel kualitas produk menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang terdiri dari 5 pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} sehingga pertanyaan-pertanyaan dinyatakan valid. Dan hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,742. Menurut acuan dalam uji reliabilitas apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk reliabel.

Hasil uji multikolinieritas pada variabel kualitas produk menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,585 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,709 lebih kecil dari 10. Berdasarkan nilai di atas variabel kualitas produk tidak ada multikolinieritas. Sedangkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai sig. sebesar 0,936 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada hasil uji parsial (uji T) variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,839 dengan t_{tabel} sebesar 1,977. dan nilai sig. sebesar 0,05. Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Oleh karena itu

berdasarkan hasil uji T diatas maka variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kharisma (2018) yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan *Mudharabah* Pada BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik” yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Novi (2018) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Di BMT Surya Abadi Ponorogo” yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Lastri (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan *Murābahah* Di BMT Madani Sepanjang” yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengambil pembiayaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan

murābahah. Hal ini menunjukkan penelitian ini berkaitan dengan teori Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, kualitas produk memiliki definisi yakni kemampuan sebuah barang dengan memberikan output yang sama atau melampaui ekspektasi pelanggan yang inginkan. (Kotler & Keller, 2009) Apabila produk yang ditawarkan atau dimiliki oleh BMT sesuai dengan harapan dan kebutuhan anggota maka akan semakin banyak anggota yang ingin melakukan pembiayaan di BMT. (prihandini, 2018)

Kualitas produk merupakan elemen penting dalam mempengaruhi anggota atau nasabah untuk melakukan pembiayaan karena kualitas produk yang ditawarkan oleh BMT digunakan anggota atau nasabah untuk menilai kepuasan kepada BMT. Semakin puas anggota dalam menggunakan produk BMT maka dapat dikatakan bahwa produk yang ditawarkan BMT semakin berkualitas.

Sehingga akan menimbulkan rasa puas ketika harapan dan kebutuhan anggota atau nasabah terpenuhi.

Dalam karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, anggota yang melakukan pembiayaan didominasi oleh anggota yang mempunyai profesi sebagai pedagang yang berjumlah 48 responden dengan persentase 35,8%. Dari temuan penelitian diatas, pekerjaan memiliki keterkaitan dengan kualitas produk yaitu pembiayaan *murābahah* ini sesuai dengan kebutuhan nasabah yang

membutuhkan dana untuk modal usaha dan membeli kebutuhan untuk menjalankan usaha yang dijalankan.

Dalam mengambil sebuah keputusan, kualitas produk pembiayaan sangat diperhatikan oleh anggota. Adapun indikator kualitas produk yang digunakan yaitu apakah produk yang dimiliki dan ditawarkan oleh pihak BMT memberikan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan anggota atau tidak. Ketika produk memberikan manfaat bagi anggota maka dapat dikatakan bahwa produk tersebut berkualitas. Anggota akan merasa puas ketika produk yang diberikan sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan. Apabila produk yang diberikan mengalami perbedaan dengan yang ditawarkan, anggota akan merasa kecewa kepada pihak BMT yang nantinya berdampak anggota tidak akan memilih BMT untuk memenuhi kebutuhannya. Begitu juga sebaliknya ketika produk yang diberikan sesuai dengan yang ditawarkan maka anggota akan merasa puas kepada BMT sehingga nantinya anggota ketika akan mengambil sebuah pembiayaan, akan mempertimbangkan untuk memilih produk-produk BMT MULIA.

Kualitas produk yang baik tidak hanya terkait dengan produk yang baik saja, namun kesan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan pegawai BMT juga penting. Bagaimana bentuk pelayanan pegawai terhadap anggota merupakan suatu hal yang diperhatikan oleh anggota. Ketika pegawai menjelaskan pembiayaan *murābahah*

dengan jelas dan baik, anggota akan lebih mudah untuk memahaminya sehingga anggota yang melakukan pembiayaan *murābahah* merasa nyaman dan puas terhadap BMT.

b. Tingkat Pengetahuan Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Anggota Melakukan Melakukan Pembiayaan *Murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan

Pengetahuan anggota adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen atau nasabah mengenai produk dan jasa yang dikonsumsi. (Nanda, 2020) Pemahaman dan pengetahuan mengenai lembaga BMT akan mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh masyarakat. Apabila pengetahuan tentang BMT rendah, maka keinginan untuk menjadi anggota BMT pun juga rendah. Begitu pula sebaliknya, apabila pengetahuan tentang BMT tinggi maka akan semakin tinggi pula keinginan masyarakat untuk menjadi anggota.

Hasil uji validitas pada variabel tingkat pengetahuan menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang terdiri dari 6 pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} sehingga pertanyaan-pertanyaan dinyatakan valid. Dan hasil uji reliabilitas variabel tingkat pengetahuan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,736 . Menurut acuan dalam uji reliabilitas apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pengetahuan reliabel.

Hasil uji multikolinieritas pada variabel tingkat pengetahuan menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,501 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,998 lebih kecil dari 10. Berdasarkan nilai di atas variabel tingkat pengetahuan tidak ada multikolinieritas. Sedangkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai sig. sebesar 0,124 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa variabel tingkat pengetahuan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada hasil uji parsial (uji T) variabel tingkat pengetahuan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 9,750 dengan t_{tabel} sebesar 1,977 . dan nilai sig. sebesar 0,00. Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji T di atas maka variabel tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murabahah* di BMT MULIA Magetan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susanti (2017) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe” yang menunjukkan bahwa pengetahuan anggota memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menabung.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Novi (2018) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Produk Terhadap

Keputusan Pengambilan Pembiayaan Di BMT Surya Abadi Ponorogo” yang menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murabahah* hal ini menunjukkan penelitian ini sesuai dengan teori menurut Suwarman dalam tulisan Diana (2017), yaitu ketika seseorang mempunyai pengetahuan yang luas, maka dalam mengambil sebuah keputusan akan semakin baik dan tepat karena informasi yang diperoleh mampu diolah dengan baik. (Diana, 2017) Pengetahuan anggota dapat mempengaruhi keputusan anggota dalam menggunakan produk-produk yang ada di BMT MULIA. Selain pihak BMT memberikan produk yang dibutuhkan oleh anggota, BMT juga memberikan pengetahuan lebih kepada masyarakat tentang produk-produk yang dimiliki oleh BMT MULIA. Sehingga apabila masyarakat memiliki pengetahuan yang luas tentang produk-produk BMT maka akan mendorong masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh BMT MULIA.

Dalam karakteristik responden berdasarkan pendidikan, anggota yang melakukan pembiayaan didominasi oleh anggota yang mempunyai pendidikan SMA yang berjumlah 71 responden dengan persentase 52%. Dari temuan penelitian diatas, pendidikan dapat

berpengaruh dalam pengambilan keputusan, terkait lembaga keuangan syariah dan prinsip syariah yang diterapkan. Oleh karena itu orang yang berpendidikan lebih cepat mengerti dan paham mengenai produk produk yang ditawarkan oleh lembaga. Dan menurut data dalam klasifikasi berdasarkan usia, didominasi oleh anggota yang mempunyai rentang usia 31-40 tahun sebanyak 47 responden dengan persentase 35%. Dari temuan penelitian diatas, usia dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan disebabkan pada usia 31-40 tahun merupakan usia yang matang dan produktif baik dari sisi fisik, mental, maupun pikiran.

Menurut data yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat nasabah yang memilih produk dari lembaga keuangan syariah.

Nasabah yang mempunyai pengetahuan yang baik mengenai lembaga keuangan syariah beserta produk-produknya dapat merasakan manfaat saat memilih dan menggunakan produk yang ada di BMT.

Salah satu manfaat yang dirasakan yaitu terhindarnya dari perbuatan riba. Islam mengajarkan untuk menghindari perbuatan yang mengandung riba. Hal ini tertulis dalam Al-Qur'an dalam surah Al-Baqarah ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Dengan mempunyai pengetahuan tentang bagaimana sistem pembiayaan yang terbebas dari riba, nasabah merasa aman untuk mengambil pembiayaan di BMT MULIA. Ketika nasabah belum mengetahui atau masih memiliki pengetahuan yang kurang tentang lembaga keuangan syariah beserta produk yang ada didalamnya, pihak BMT MULIA dengan senang hati menjelaskan dan mengedukasi nasabah terkait produk yang ada di BMT dengan sabar dan pelan-pelan supaya nasabah dapat menerima informasi tersebut dengan baik. Apabila nasabah sudah memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah beserta produk-produknya, nasabah akan lebih loyal dan akan memilih kembali produk dari BMT MULIA apabila ingin mengambil pembiayaan untuk kebutuhan selanjutnya.

c. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Anggota Melakukan Melakukan Pembiayaan *Murābahah* di Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan

Menurut Aryani dalam tulisan Sudaryanto (2017) definisi kualitas pelayanan/ layanan adalah suatu hal yang dapat membuat konsumen untuk tetap memilih dan berkomitmen terhadap produk barang dan jasa pada sebuah perusahaan. (Sudaryanto & Astuti, 2017) Kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam mempertahankan konsumen atau nasabah dalam periode yang lama.

Hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang terdiri dari 5 pernyataan

memiliki nilai *rhitung* lebih besar daripada *rtabel* sehingga pertanyaan-pertanyaan dinyatakan valid. Dan hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,673. Menurut acuan dalam uji reliabilitas apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan reliabel.

Hasil uji multikolinieritas pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,788 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,269 lebih kecil dari 10. Berdasarkan nilai di atas variabel kualitas pelayanan tidak ada multikolinieritas. Sedangkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai sig. sebesar 0,874 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada hasil uji parsial (uji T) variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,580 dengan t_{tabel} sebesar 1,977 . dan nilai sig. sebesar 0,00. Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji T di atas maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh susanti (2017) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Bagi Hasil Terhadap

Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe” yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menabung.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Irma (2019) yang berjudul “Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal, Dan Margin Keuntungan Terhadap Proses Pengambilan Pembiayaan *Murābahah* di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah Batang” yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murābahah*.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Hanif (2020) yang berjudul “Pengaruh Tingkat Margin, Pengetahuan Nasabah, Prosedur Pembiayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan *Murābahah* Studi Kasus Pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera” yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan mengambil pembiayaan *murābahah*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah*. Hal ini menunjukkan penelitian ini sesuai dengan teori peranan kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Gilbert dalam tulisan Sudaryanto (2017) yakni semakin baik layanan yang dimiliki

maka akan mampu meningkatkan keuangan perusahaan. (Sudaryanto & Astuti, 2017) BMT MULIA Magetan mempunyai sebuah pelayanan yang baik dan berkualitas sehingga membuat dan memikat calon anggota atau nasabah untuk memakai produk dari lembaga BMT MULIA tersebut tak hanya dari lembaganya saja, bahkan pelayanan yang diberikan oleh individu atau karyawan yang berhubungan langsung dengan anggota yang melakukan pembiayaan juga baik, cepat, dan sopan. Hal ini menjadi kepuasan tersendiri bagi anggota ketika menggunakan produk *murābahah* di BMT MULIA sehingga apabila nanti anggota akan melakukan pembiayaan kembali, anggota sudah tahu bagaimana bentuk pelayanan yang diberikan oleh lembaga BMT MULIA tersebut.

Pada saat ini semakin banyak berdiri BMT termasuk di kabupaten magetan sehingga muncul persaingan BMT untuk memenangkan nasabah supaya memilih BMT untuk melakukan pembiayaan. hal ini juga dialami oleh BMT MULIA. Dalam memenangkan nasabah, BMT MULIA memberikan pelayanan kepada nasabahnya dengan sopan, ramah, cepat sehingga nasabah merasa nyaman ketika memilih produk dari BMT MULIA.

Bentuk pelayanan yang diberikan BMT MULIA yaitu menggunakan sistem jemput bola yaitu pihak BMT mendatangi nasabah pada saat nasabah ingin melakukan pembayaran angsuran pembiayaan *murābahah*. Hal ini menjadi suatu kemudahan bagi

nasabah yang mana nasabah tidak perlu datang ke BMT MULIA untuk melakukan pembayaran angsuran. Dengan kemudahan ini nasabah menjadi nyaman serta menghemat waktunya untuk melakukan hal yang lain atau saat nasabah sedang sibuk. Pihak BMT juga cepat dalam merespon nasabah. Ketika nasabah pada saat itu tidak bisa membayar angsuran dan meminta hari atau waktu lain untuk membayar, nasabah hanya perlu menghubungi pegawai BMT melalui whatsapp ataupun telepon. Hal ini juga menjadi point plus dari pelayanan yang diberikan oleh BMT MULIA.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $115,113 > 2,67$, dan tingkat nilai signifikansi $0,000 > 0,05$.
- b. Terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk, tingkat pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT MULIA Magetan. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar $2,839 > t_{tabel}$ yaitu $1,977$. Variabel Tingkat Pengetahuan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $9,750 > t_{tabel}$ yaitu $1,977$. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $3,580 > t_{tabel}$ yaitu $1,977$.

6.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan mengenai faktor-faktor lain yang diperkirakan mampu mempengaruhi keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah* sehingga mampu menghasilkan gambaran yang lebih luas dan terperinci terhadap faktor keputusan anggota melakukan pembiayaan *murābahah*.

2. Bagi Koperasi Syariah BMT MULIA Magetan

Diharapkan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT MULIA Magetan kepada anggota/nasabah, serta BMT MULIA diharapkan dapat melakukan inovasi bagaimana upaya-upaya untuk menarik nasabah dalam melakukan pembiayaan *murābahah* sehingga dapat meningkatkan jumlah pembiayaan di koperasi syariah BMT MULIA Magetan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktik)* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Chaniago, A. (2017). *Teknik Pengambilan Keputusan (Pendekatan Teori dan Studi Kasus): Vol. Vol.1*. Penerbit Lentera Ilmu Cendekia.
- Diana, S. M. (2017). *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Umat Sejahtera Kalijambe* [Skripsi]. IAIN Surakarta.
- Fatmah. (2015). *Kontrak Bisnis Syariah (Buku Perkuliahan Program S-1 Program Studi Muamalah Fakultas Syariah dan Ekonomu Islam UIN Sunan Ampel Surabaya)*. UIN Sunan Ampel.
- Fatmah, & Virdiany, F. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Preferensi Anggota dalam Pengajuan Pembiayaan Mudharabah di KJKS_MMU Cabang Sidogiri Pasuruan*. 4 No.1, 735–760.
- Ghazali, I. (2018). *Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS*. UNDIP.
- Juliansyah, N. (2017). *Metedologi Penelitian*. Innosain.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas Terjemahan Bob Sabran, MM*. Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Kencana.
https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Regresi/KcY-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Analisis+Regresi+Dasar+dan+Penerapan42nya+dengan+R&pg=PR3&printsec=frontcover
- Lungan, R. (2006). *Aplikasi Statistika dan Hitung Peluang*. Graha Ilmu.
- Nanda, H. A. (2020). *Skripsi 'Pengaruh Tingkat Margin, Pengetahuan Nasabah, Prosedur Pembiayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus KSPPSMuamalah Berkah Sejahtera)'*. UIN Sunan Ampel.
- Nasir, M., Fatmah, F., Laily, U. F., & Fanani, A. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Orientations, dan Capabilities tentang Ekonomi Islam terhadap Perilaku Transaksi Ekonomi. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*, 4 (1), 72–95.

- Nasir, M., Mukhlis, & Miskarina. (2016). Pengetahuan Masyarakat Umum Dan Masyarakat Santri Terhadap Bank Syariah Studi Kasus Kemukiman Bandar Baru Kecamatan Banda Baro Kabupaten Aceh Utara. *Journal of Economic Management & Business*, 17 No.1, 43–60.
- Prihandini, K. H. (2018). *Skripsi 'Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik'* [Skripsi]. UIN Sunan Ampel.
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1–12.
- Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. PT Elex Media Komputindo.
https://www.google.co.id/books/edition/Mahir_Statistik_Multivariat_dengan_SPSS/6CVtDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Statistik+Multivariat&printsec=frontcover
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Vol. 1). Prenadamedia Group.
- Sofwa, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam (Islamic Economics Journal)*, 4 No.1, 190–217.
- Sudaryanto, C. W., & Astuti, S. R. T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kinerja Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Abankirenk Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6 No.1, 1–10.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafaruddin, & Anzizhan. (2004). *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan*. PT Grasindo.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citrapustaka Media.
- Tho'in, M. (2011). Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali. *Jurnal Muqtasid*, 2 No.1, 73–89.

Wahyuningsih, L. (2018). *Skripsi 'Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah di BMT MADANI Sepanjang'*. UIN Sunan Ampel.

Yazid, M. (2017). *Fiqh Muamalah Ekonomi Islam*. Imtiyaz.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A