

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Profil Singkat BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari

Berdirinya lembaga keuangan mikro syariah yaitu Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Lima Satu atau disingkat dengan KSPPS BMT Lisa, berawal dari keprihatinan pengurus cabang Nahdlatul Ulama' Kabupaten Jepara terhadap maraknya sistem pinjaman rentenir terhadap warga NU khususnya serta terhadap masyarakat luas juga. Dalam membangun kehidupan yang layak bagi warga NU, maka para pengurus cabang Nahdlatul Ulama' kabupaten Jepara menerapkan konsep ekonomi syariah sebagai tonggak berdirinya lembaga keuangan mikro syariah yaitu dengan mengedepankan sikap tolong-menolong, menghilangkan kesusahan sesama saudara, dan sikap saling mempercayai.¹

Dengan berbagai pertimbangan, konsep-konsep tersebut kemudian diperiksa kebenarannya (*tashih*) oleh Rais Syuriah PCNU Jepara dan Rais A'am PBNU. Walaupun banyak dari para ulama' yang tidak sepakat, namun dengan pertimbangan *Li Maslahatil Ummah* oleh para pendiri, akhirnya lembaga keuangan dibawah naungan PCNU berdiri pada hari Ahad, 17 April 2011 dengan menginduk Koperasi Serba Usaha Lima Satu dengan nama UJKS yang sering disebut dengan nama BMT Lisa Sejahtera, yang diresmikan langsung oleh Bupati Jepara, PCNU, Kepala Kejaksaan Tinggi Jepara, beberapa Badan Otonom NU juga hadir diantaranya PC GP. Ansor, PC Fatayat dan PC Muslimat NU Jepara.²

Koperasi Serba Usaha Lima Satu sendiri telah berdiri sejak 27 Mei 1998, dengan Badan Hukum Nomor 16/BH/KDK/11.12/X/1998. Koperasi Serba Usaha Lima Satu dibentuk atas dasar semangat pemberdayaan ekonomi ummat atas krisis yang melanda Indonesia pada tahun 1998. Oleh karena itu, maka dibentuklah usaha berupa mini market. Anggota KSU Lima Satu pada saat berdirinya berjumlah 20 orang menjadi 16

¹ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

² Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

orang pada tahun 2009, akibat kurang berkembangnya koperasi ini kemudian ditunjuklah seorang manajer untuk mengelola mini market secara mandiri.³

Bergabungnya BMT Lisa Sejahtera membawa dampak yang luar biasa terhadap usaha mini market. Dalam hal ini, peran BMT Lisa Sejahtera adalah untuk mengelola keluar masuknya atau operasional keuangan sebagai bentuk adanya unit simpan pinjam. Peran dari BMT Lisa Sejahtera sangat berpengaruh terhadap perkembangan KSU Lima Satu baik dari segi proses manajemen sampai dengan keanggotaan yang ikut naik drastis menjadi 149 orang.⁴

Pada saat RAT tutup buku tahun 2016, atas saran dari Kepala Dinas Koperasi Kabupaten Jepara memutuskan bahwa BMT Lisa Sejahtera harus memisahkan diri dari KSU Lima Satu. Atas keputusan tersebut, proses demi proses telah dilalui baik dari pembentukan panitia, penyusunan anggaran dasar hingga penandatanganan Akta Notaris yang dilakukan pada 20 Februari 2017 di Kantor Notaris Zainur Rohman, SH., dengan mengganti nama dari BMT Lisa Sejahtera menjadi KSPPS BMT Lisa, sebagai Badan Hukum yang baru dengan Nomor 005494/BH/M.KUKM.2/X/2017 yang terdaftar di Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.⁵

Seiring berjalannya waktu KSPPS BMT Lisa sudah sangat berkembang, hal ini dibuktikan dengan memiliki 7 kantor cabang yang tersebar di daerah Kabupaten Jepara, diantaranya:

- 1) Cabang 01 : Jl. Pemuda No. 51 (Gedung PCNU Lt. 1) Jepara.
- 2) Cabang 02 : Jl. Pramuka (Komp. YPI Hasyim Asy'ari) Bangsri Jepara.
- 3) Cabang 03 : Jl. Bugel Pecangaan (Depan YPI Matholi'ul Huda) Bugel Jepara.
- 4) Cabang 04 : Jl. Mayong-Welahan (Belakang Pasar) Mayong.
- 5) Cabang 05 : Jl. KH. Ahmad Dahlan (Kop. Madin) Karimunjawa.

³ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

⁴ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

⁵ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

- 6) Cabang 06 : Jl. Raya Kemujan Kemujan Jepara.
 7) Cabang 07 : Jl. Raya Sreni Indah Nalumsari
 (Timur Kantor Kecamatan
 Nalumsari) Jepara.⁶

KSPPS BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari merupakan cabang 07 yang terletak di Jalan Raya Sreni Indah Nalumsari, Desa Bendanpete, Kecamatan Nalumsari, Kabupaten Jepara. KSPPS BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari dibuka pada 18 April 2018. KSPPS BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari merupakan cabang yang berada pada wilayah pedesaan. BMT ini mempunyai peluang yang besar untuk terus memajukan usahanya di tengah-tengah masyarakat pedesaan. Lembaga keuangan mikro yang belum genap berusia 2 (dua) tahun mempunyai tantangan yang lebih besar dan perlu adanya rencana dan strategi khusus terkait dengan persaingan industri BMT sebagai lembaga pembiayaan mikro di pedesaan.

b. Visi dan Misi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari

Dalam menjalankan usahanya BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari berpedoman pada Visi dan Misi yang dijalankan diantaranya adalah :

- 1) VISI
Menjadi lembaga keuangan syariah yang amanah dan masalah, tangguh serta terdepan dalam inovasi produk dan teknologi.
- 2) MISI
 - a) Mencetak insan yang dapat mengkorelasikan antara kecerdasan intelektual, emosional, dan spiritual.
 - b) Memiliki kesepakatan untuk senantiasa mengembangkan produk-produk syariah.
 - c) Mengimplementasikan motivasi kerja berdasarkan etika kerja islami secara profesional.
 - d) Menerapkan administrasi yang tertata sehingga mampu mendorong kinerja lembaga supaya dapat lebih optimal.
 - e) Selalu melakukan perubahan terhadap kualitas teknologi informasi yang sesuai dengan kebutuhan zaman.

⁶ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

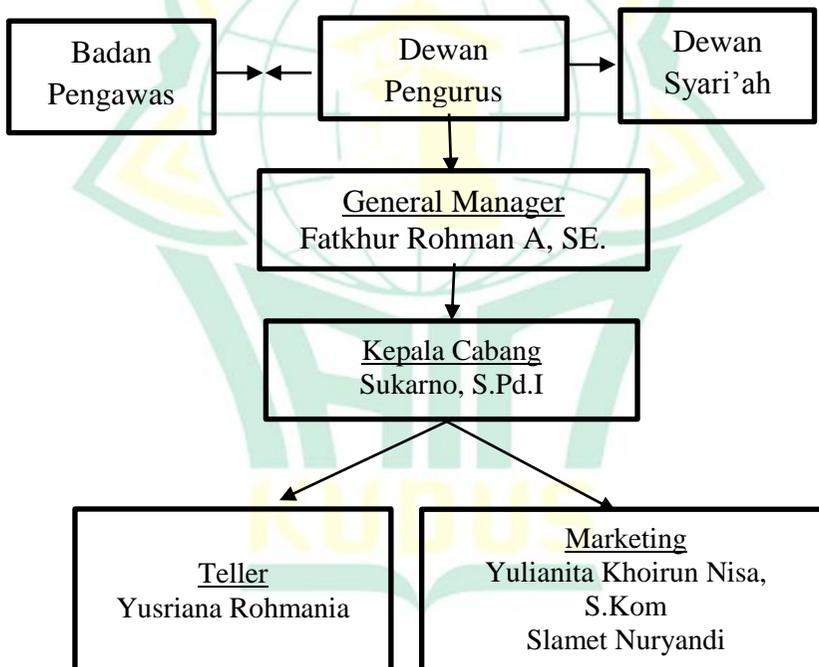
- f) Memberikan pelayanan kepada anggota dengan cara menerapkan *service excellent*.
- g) Mengimplementasikan ekonomi kerakyatan dengan tujuan untuk memberikan kesejahteraan dan manfaat terhadap manusia.⁷
- h)

c. Struktur Organisasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari

Berikut ini adalah struktur kepengurusan yang terdapat di BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari adalah sebagai berikut:⁸

Gambar 4.1

Struktur Organisasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari



⁷ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

⁸ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

d. Produk atau Jasa BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari

Secara kelembagaan BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari memiliki produk dan jasa yang ditawarkan yaitu meliputi:

1) Produk Simpanan (*funding*)

Untuk memperkuat sistem permodalan, BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari menggunakan sistem penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Tujuan dari pengumpulan dana tersebut adalah untuk tambahan modal usaha BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari. Simpanan dari masyarakat merupakan suatu titipan dalam bentuk penanaman modal, yang pada akhirnya akan dikembalikan lagi kepada masyarakat sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Adapun produk-produk simpanan dari BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari yaitu diantaranya:

a) Si Rima (Simpanan Syariah Masyarakat Jepara)

Simpanan syariah masyarakat jepara merupakan suatu produk simpanan yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip syariah serta dikhususkan bagi masyarakat jepara. Simpanan ini bersifat mudah, dikarenakan untuk penarikan dana bisa diambil kapan saja sesuai dengan kebutuhan anggota.⁹

b) Si Hara (Simpanan Hari Raya)

Simpanan hari raya merupakan produk simpanan yang terencana dan dikhususkan bagi anggota untuk memenuhi kebutuhannya pada waktu menjelang hari raya idul fitri maupun idul adha..¹⁰

Adapun fasilitas dari jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bisa diambil 30 hari sebelum hari raya
- 2) Mudah, dengan layanan antar jemput
- 3) Tanpa biaya administrasi
- 4) Pembayaran simpanan pada awal pendaftaran adalah sebesar Rp. 10.000,- pembayaran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-

⁹ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

¹⁰ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

- 5) Mendapat bingkisan menarik menjelang hari raya.¹¹
- c) Si Mada (Simpanan Masa Depan)
 Simpanan masa depan merupakan produk simpanan dengan tujuan untuk meringankan beban anggota dimasa yang akan datang.¹²
 Ketentuan simpanan masa depan adalah:
- 1) Untuk mempersiapkan pembiayaan terencana
 - 2) Hanya bisa diambil pada saat jatuh tempo
 - 3) Mudah dengan layanan antar jemput
 - 4) Tanpa biaya administrasi
 - 5) Setoran flat mulai dari Rp. 100.000,- sd Rp. 500.000,-
 - 6) Meringankan beban biaya sekolah
 - 7) Dapat digunakan sebagai jaminan pembayaran dan fasilitas lainnya.¹³
- d) Si Liwa (Simpanan Lembaga Peduli Siswa)
 Simpanan lembaga peduli siswa merupakan salah satu produk simpanan dengan keikutsertaan siswa yaitu dengan cara pengumpulan dana dari tabungan siswa serta memberikan fasilitas beasiswa dan bonus bagi lembaga.¹⁴
 Ketentuan dari Si Liwa yaitu sebagai berikut:
- 1) Diperuntukkan untuk lembaga dan siswa
 - 2) Mudah dengan layanan antar jemput
 - 3) Tanpa biaya administrasi
 - 4) Setoran awal Rp. 50.000,-
 - 5) Meringankan biaya sekolah
 - 6) Dapat digunakan sebagai jaminan pembayaran dan fasilitas lainnya.¹⁵
- e) Si Kasya (Simpanan Berjangka Syariah)
 Si Kasya merupakan salah satu produk simpanan yang pada awalnya nasabah menyetorkan sejumlah dana dengan jumlah yang tetap dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati diawal sesuai dengan prinsip syariah. Simpanan

¹¹ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

¹² Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

¹³ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

¹⁴ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

¹⁵ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

berjangka syariah menjadi investasi yang sangat menguntungkan hal ini, dikarenakan simpanan ini aman bebas bunga.¹⁶

Tabel 4.1
Ketentuan nisbah Si Kasya

Produk	Nisbah	Perkiraan presentase
Si kasya 3 bulan	45:55	0.44%
Si kasya 6 bulan	55:45	0.54%
Si kasya 12 bulan	60:40	0.69%
Si kasya 24 bulan	70:30	0.76%

Keunggulan dari produk Si Kasya adalah sebagai berikut:

- 1) Waktu yang fleksibel
 - 2) Bagi hasil dibagi setiap bulan
 - 3) Tanpa potongan administrasi
 - 4) Dapat dijadikan agunan
 - 5) Tanpa pinalti.¹⁷
- f) **Si Haja (Simpanan Haji dan Umrah)**
Si Haja merupakan salah satu produk simpanan dengan tujuan untuk merencanakan ibadah haji dan umrah.¹⁸
Ketentuan dari Si Haja adalah sebagai berikut:
- 1) Untuk merencanakan haji dan umrah
 - 2) Dapat juga digunakan untuk wisata religi
 - 3) Mudah dengan fasilitas layanan antar jemput
 - 4) Tanpa biaya administrasi
 - 5) Setoran awal Rp. 100.000,-
 - 6) Dapat digunakan setoran awal ONH.¹⁹
- g) **Simpanan Syariah Askowanu**
Simpanan syariah askowanu merupakan salah satu jenis produk simpanan yang dikelola oleh seluruh BMT yang

¹⁶ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

¹⁷ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

¹⁸ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

¹⁹ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

tergabung dalam naungan Asosiasi Koperasi Syariah Warga NU.²⁰

Ketentuan Simpanan Askowanu adalah:

- 1) Foto copy KTP
- 2) Pembayaran simpanan pertama sebesar Rp. 10.000,-
- 3) Kemudian pembayaran seterusnya minimal Rp. 5.000,-
- 4) Tanpa potongan administrasi bulanan
- 5) Penutupan rekening sejumlah setoran pertama Rp.10.000,-.²¹

2) Produk Pembiayaan (*financing*)

a) Pembiayaan *Qordlu Syar'i*

Pembiayaan *qordlu syar'i* adalah pembiayaan multi guna dengan cara memberikan pinjaman kepada orang lain dengan syarat wajib menanggihkan agunan sesuai dengan prinsip syariat Islam yang terdapat pada kutubus salaf.²²

Persyaratan umum *qordlu syar'i* ini adalah:

- 1) Nasabah menunjukkan foto copy KTP dan KK yang masih berlaku
- 2) Nasabah menunjukkan foto copy SK/SIUP bagi badan usaha.
- 3) Wajib membawa agunan dan menyerahkannya pada waktu pencairan dana.
- 4) Nasabah mengisi formulir biodata diri serta permohonan untuk menggunakan pembiayaan.²³

b) Ba'i Bitsaman Ajil

Ba'i bitsaman ajil merupakan salah satu bentuk pembiayaan murabahah yaitu dengan cara BMT berperan sebagai penjual sedangkan seorang anggota berperan sebagai pembeli terhadap barang yang telah menjadi kesepakatan bersama.²⁴ Persyaratan umum bai'i bi'tsaman

²⁰ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

²¹ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

²² Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

²³ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

²⁴ Dokumentasi BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari pada tanggal 17 Februari 2019.

ajil adalah sebagaimana persyaratan yang harus dipenuhi pada pembiayaan *qordlu syar'i*.

2. Gambaran Umum Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 82 responden pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*. Berikut ini adalah pemaparan data tentang jenis kelamin responden pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Laki-laki	57	69,5%
2.	Perempuan	25	30,5%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan data pada tabel 4.2, bisa disimpulkan bahwa dari 82 responden nasabah pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* responden yang paling banyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 57 responden (69,5%), sedangkan responden perempuan sebanyak 25 responden (30,5%).

b. Usia Responden

Dibawah ini adalah pemaparan data tentang usia responden pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3
Usia Responden

No.	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	20-29 tahun	4	4,9%
2.	30-40 tahun	36	43,9%
3.	41-50 tahun	28	34,1%
4.	> 50 tahun	14	17,1%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan data pada tabel 4.3, bisa disimpulkan bahwa dari 82 responden nasabah pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* responden yang berusia 20-29 tahun berjumlah 4 responden (4,9%), responden yang berusia 30-40 tahun berjumlah 36

responden (43,9%), responden yang berusia 41-50 tahun berjumlah 28 responden (34,1%), dan responden yang berusia lebih dari 50 tahun berjumlah 14 responden (17,1%).

c. Pendidikan Terakhir Responden

Dibawah ini adalah pemaparan data tentang pendidikan terakhir responden pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	SD	21	25,6%
2.	SMP	33	40,2%
3.	SMA	12	14,6%
4.	Perguruan Tinggi (Diploma/Strata)	16	19,5%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan data pada tabel 4.4, bisa disimpulkan bahwa dari 82 responden nasabah pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* responden yang pendidikan terakhir SD berjumlah 21 responden (25,6%), untuk responden yang pendidikan terakhir SMP berjumlah 33 responden (40,2%), untuk responden yang pendidikan terakhir SMA berjumlah 12 responden (14,6%), dan untuk responden yang pendidikan terakhir perguruan tinggi (diploma/strata) berjumlah 16 responden (19,5%).

d. Pekerjaan Responden

Dibawah ini adalah pemaparan data tentang pekerjaan responden pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*, berikut ini:

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	PNS	1	1,2%
2.	Pegawai Swasta	4	4,9%
3.	Wiraswasta	32	39,0%
4.	Guru	13	15,9%
5.	Buruh	16	19,5%
6.	Ibu Rumah	5	6,1%

	Tangga		
7.	Karyawan Pabrik	4	4,9%
8.	Pedagang	6	7,3%
9.	Pensiunan TNI	1	1,2%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan data pada tabel 4.5, bisa disimpulkan bahwa dari 82 responden nasabah pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 1 responden (1,2%), untuk responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 4 responden (4,9%), untuk responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 32 responden (39,0%), untuk responden yang bekerja sebagai guru sebanyak 13 responden (15,9%), untuk responden yang bekerja sebagai buruh sebanyak 16 responden (19,5%), untuk responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 5 responden (6,1%), untuk responden yang bekerja sebagai karyawan pabrik sebanyak 4 responden (4,9%), untuk responden yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 6 responden (7,3%), dan untuk responden yang bekerja sebagai pensiunan TNI sebanyak 1 responden (1,2%).

e. Lama Menjadi Nasabah

Dibawah ini adalah pemaparan data tentang lama responden menjadi nasabah pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6
Lama Menjadi Nasabah

No.	Masa Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	> 1 tahun	13	15,9%
2.	< 1 tahun	69	84,1%
Jumlah		84	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan data pada tabel 4.6, bisa disimpulkan bahwa dari 82 responden nasabah pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* responden yang sudah menjadi nasabah lebih dari 1 tahun berjumlah 13 responden (15,9%) sedangkan responden yang sudah menjadi nasabah kurang dari 1 tahun berjumlah 69 responden (84,1%).

3. Analisis Data

a. Deskripsi Data Penelitian

1) Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam proses perencanaan, penciptaan, dan penyaluran suatu produk kepada konsumen, sehingga konsumen dapat menerima manfaatnya sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan merupakan ciri dari kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.²⁵ Dalam mengukur kualitas pelayanan terdapat 5 dimensi yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphathi* (perhatian).²⁶

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Item Pertan yaan	Tot al ST S	%	T ot al T S	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
P1	0	0 %	0	0 %	7	8,5 %	60	73, 2%	15	18,3 %
P2	0	0 %	0	0 %	10	12, 2%	63	76, 8%	9	11,0 %
P3	0	0 %	0	0 %	5	6,1 %	59	72, 0%	18	22,0 %
P4	0	0 %	0	0 %	7	8,5 %	63	76, 8%	12	14,6 %
P5	0	0 %	0	0 %	7	8,5 %	57	69, 5%	18	22,0 %
P6	0	0 %	0	0 %	13	15, 9%	51	62, 2%	18	22,0 %
P7	0	0 %	0	0 %	10	12, 2%	52	63, 4%	20	24,4 %

²⁵ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 91.

²⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, 89-90.

P8	0	0 %	0	0 %	6	7,3 %	59	72, 0%	17	20,7 %
P9	0	0 %	0	0 %	11	13, 4%	46	56, 1%	25	30,5 %
P10	0	0 %	1	1, 2 %	16	19, 5%	43	52, 4%	22	26,8 %

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan tabel 4.7, dapat diketahui data tentang hasil tanggapan jawaban responden mengenai pertanyaan variabel kualitas pelayanan (X_1) yang akan dipaparkan dibawah ini:

- a. Pada item pertanyaan pertama, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *tangibles* (bukti fisik), yaitu terdapat 7 responden (8,5%) menyatakan netral, 60 responden (73,2%) menyatakan setuju dan 15 responden (18,3%) menyatakan sangat setuju.
- b. Pada item pertanyaan kedua, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *tangibles* (bukti fisik), yaitu terdapat 10 responden (12,2%) menyatakan netral, 63 responden (76,8%) menyatakan setuju dan 9 responden (11,0%) menyatakan sangat setuju.
- c. Pada item pertanyaan ketiga, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *reliability* (keandalan), yaitu terdapat 5 responden (6,1%) menyatakan netral, 59 responden (72,0%) menyatakan setuju, dan 18 responden (22,0%) menyatakan sangat setuju.
- d. Pada item pertanyaan keempat, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *reliability* (keandalan), yaitu terdapat 7 responden (8,5%) menyatakan netral, 63 responden (76,8%) menyatakan setuju, dan 12 responden (14,6%) menyatakan sangat setuju.
- e. Pada item pertanyaan kelima, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *responsiveness* (ketanggapan), yaitu terdapat 7 responden (8,5%) menyatakan netral, 57 responden (69,5%) menyatakan setuju, dan 18 responden (22,0%) menyatakan sangat setuju.
- f. Pada item pertanyaan keenam, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *responsiveness* (ketanggapan), yaitu ada 13 responden (15,9%) menyatakan

- netral, 51 responden (62,2%) menyatakan setuju, dan 18 responden (22,0%) menyatakan sangat setuju.
- g. Pada item pertanyaan ketujuh, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *assurance* (jaminan), yaitu terdapat 10 responden (12,2%) menyatakan netral, 52 responden (63,4%) menyatakan setuju, dan 20 responden (24,4%) menyatakan sangat setuju.
 - h. Pada item pertanyaan kedelapan, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *assurance* (jaminan), yaitu terdapat 6 responden (7,3%) menyatakan netral, 59 responden (72,0%) menyatakan setuju, dan 17 responden (20,7%) menyatakan sangat setuju.
 - i. Pada item pertanyaan kesembilan, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *emphathi* (perhatian), yaitu terdapat 11 responden (13,4%) menyatakan netral, 46 responden (56,1%) menyatakan setuju, dan 25 responden (30,5%) menyatakan sangat setuju.
 - j. Pada item pertanyaan kesepuluh, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan *emphathi* (perhatian), yaitu terdapat 1 responden (1,2%) menyatakan tidak setuju, 16 responden (19,5%) menyatakan netral, 43 responden (52,4%) menyatakan setuju, dan 22 responden (26,8%) menyatakan sangat setuju.

2) Variabel *Word of Mouth* (WOM) (X_2)

Menurut Freddy Rangkuti sebagaimana yang dikutip oleh Hesty Yulinda Purna Lestari dan Rizal Hari Magnadi menjelaskan bahwa *word of mouth* diartikan sebagai bentuk usaha promosi dari mulut ke mulut yang mampu mempengaruhi pelanggan untuk menceritakan, memperkenalkan, dan menyarankan suatu produk atau jasa kepada pelanggan lain.²⁷ Adapun dalam meneliti variabel *word of mouth* menggunakan 3 dimensi yaitu berbicara (*talking*), promosi (*promoting*), dan penjualan (*selling*).²⁸

²⁷ Hesty Yulinda Purna Lestari dan Rizal Hari Magnadi, "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah untuk Mengambil Pembiayaan pada BMT Al Halim Temanggung," *Journal of Management* 6, no. 1 (2017): 3.

²⁸ Eka Dyah Setyaningsih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* Melalui Minat terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan E-Banking pada Bank BNI," *Jurnal Ekonomi Bisnis* 22, no. 1 (2017): 16.

Tabel 4.8
Frekuensi Variabel *Word Of Mouth* (X_2)

Item Pertanyaan	Tot al ST S	%	Tot al TS	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
P1	0	0%	3	3,7 %	25	30,5%	54	65,9%	0	0%
P2	2	2,4 %	2	2,4 %	31	37,8%	44	53,7%	3	3,7 %
P3	0	0%	1	1,2 %	29	35,4%	52	63,4%	0	0%
P4	0	0%	2	2,4 %	40	48,8%	40	48,8%	0	0%
P5	0	0%	3	3,7 %	31	37,8%	47	57,3%	1	1,2 %
P6	0	0%	3	3,7 %	27	32,9%	52	63,4%	0	0%

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan tabel 4.8, dapat diketahui data tentang hasil tanggapan jawaban responden mengenai pertanyaan variabel *word of mouth* (X_2) yang akan dipaparkan dibawah ini:

- a. Pada item pertanyaan pertama, dimensi *word of mouth* yang menunjukkan berbicara (*talking*), yaitu terdapat 3 responden (3,7%) menyatakan tidak setuju, 25 responden (30,5%) menyatakan netral, dan 54 responden (65,9%) yang menyatakan setuju.
- b. Pada item pertanyaan kedua, dimensi *word of mouth* yang menunjukkan berbicara (*talking*), yaitu terdapat 2 responden (2,4%) yang menyatakan sangat tidak setuju, 2 responden (2,4%) yang menyatakan tidak setuju, 31 responden (37,8%) yang menyatakan netral, 44 responden (53,7%) yang menyatakan setuju, dan 3 responden (3,7%) yang menyatakan sangat setuju.
- c. Pada item pertanyaan ketiga, dimensi *word of mouth* yang menunjukkan promosi (*promoting*), yaitu terdapat 1 responden (1,2%) yang menyatakan tidak setuju, 29 responden (35,4%) menyatakan netral, dan 52 responden (63,4%) yang menyatakan setuju.

- d. Pada item pertanyaan keempat, dimensi *word of mouth* yang menunjukkan promosi (*promoting*), yaitu terdapat 2 responden (2,4%) yang menyatakan tidak setuju, 40 responden (48,8%) menyatakan netral, dan 40 responden (48,8%) yang menyatakan setuju.
- e. Pada item pertanyaan kelima, dimensi *word of mouth* yang menunjukkan penjualan (*selling*), yaitu terdapat 3 responden (3,7%) yang menyatakan tidak setuju, 31 responden (37,8%) menyatakan netral, 47 responden (57,3%) yang menyatakan setuju, dan 1 responden (1,2%) yang menyatakan sangat setuju.
- f. Pada item pertanyaan keenam, dimensi *word of mouth* yang menunjukkan penjualan (*selling*), yaitu terdapat 3 responden (3,7%) yang menyatakan tidak setuju, 27 responden (32,9%) yang menyatakan netral, dan 52 responden (63,4%) yang menyatakan setuju.

3) Variabel Lokasi (X_3)

Menurut Lupiyoadi lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha bermarkas dan menjalankan aktivitasnya.²⁹ Dalam meneliti variabel lokasi digunakan 6 dimensi yaitu akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir yang luas, aman dan nyaman, ekspansi, dan lingkungan.³⁰

Tabel 4.9
Frekuensi Variabel Lokasi (X_3)

Item Pertany aan	Tot al ST S	%	Tot al TS	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
P1	0	0 %	0	0%	19	23,2 %	53	64,6 %	10	12,2 %
P2	0	0 %	0	0%	25	30,5 %	43	52,4 %	14	17,1 %
P3	0	0 %	4	4,9 %	23	28,0 %	50	61,0 %	5	6,1 %
P4	0	0	2	2,4	26	31,7	49	59,8	5	6,1

²⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 61.

³⁰ Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti, "Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya," *Journal Of Business and Banking* 5, no. 1 (2015): 155-156.

		%		%		%		%		%
P5	0	0 %	0	0%	20	24,4 %	53	64,6 %	9	11,0 %
P6	0	0 %	4	4,9 %	23	28,0 %	50	61,0 %	5	6,1 %

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan tabel 4.9, dapat diketahui data tentang hasil tanggapan jawaban responden mengenai pertanyaan variabel lokasi (X_3) yang akan dipaparkan dibawah ini:

- a. Pada item pertanyaan pertama, dimensi lokasi yang menunjukkan akses, yaitu terdapat 19 responden (23,2%) yang menyatakan netral, 53 responden (64,6%) yang menyatakan setuju, dan 10 responden (12,2%) yang menyatakan sangat setuju.
- b. Pada item pertanyaan kedua, dimensi lokasi yang menunjukkan visibilitas, yaitu terdapat 25 responden (30,5%) yang menyatakan netral, 43 responden (52,4%) yang menyatakan setuju, dan 14 responden (17,1%) yang menyatakan sangat setuju.
- c. Pada item pertanyaan ketiga, dimensi lokasi yang menunjukkan lalu lintas (*traffic*), yaitu 4 responden (4,9%) menyatakan tidak setuju, 23 responden (28,0%) yang menyatakan netral, 50 responden (61,0%) yang menyatakan setuju, dan 5 responden (6,1%) yang menyatakan sangat setuju.
- d. Pada item pertanyaan keempat, dimensi lokasi yang menunjukkan tempat parkir yang luas, aman dan nyaman, yaitu 2 responden (2,4%) yang menyatakan tidak setuju, 26 responden (31,7%) yang menyatakan netral, 49 responden (59,8%) yang menyatakan setuju, dan 5 responden (6,1%) yang menyatakan sangat setuju.
- e. Pada item pertanyaan kelima, dimensi lokasi yang menunjukkan ekspansi, yaitu 20 responden (24,4%) yang menyatakan netral, 53 responden (64,6%) yang menyatakan setuju, dan 9 responden (11,0%) yang menyatakan sangat setuju.
- f. Pada item pertanyaan keenam, dimensi lokasi yang menunjukkan lingkungan, yaitu 4 responden (4,9%) yang menyatakan tidak setuju, 23 responden (28,0%) yang menyatakan netral, 50 responden (61,0%) yang menyatakan

setuju dan 5 responden (6,1%) yang menyatakan sangat setuju.

4) Variabel Kepercayaan (X₄)

Menurut Mayer, et al. seperti yang dikutip oleh Rika Yulianti, dkk menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan “keinginan satu pihak untuk mendapatkan perlakuan dari pihak lainnya dengan harapan bahwa pihak lainnya akan melakukan tindakan penting untuk memenuhi harapan tersebut, terlepas dari kemampuannya untuk memonitor atau mengontrol pihak lain”.³¹ Dalam meneliti variabel kepercayaan digunakan 3 dimensi yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).³²

Tabel 4.10
Frekuensi Variabel Kepercayaan (X₄)

Item Pertanyaan	Tot al ST S	%	Tot al TS	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
P1	0	0%	7	8,5%	2	2,4%	52	63,4%	21	25,6%
P2	0	0%	6	7,3%	2	2,4%	58	70,7%	16	19,5%
P3	0	0%	4	4,9%	1	1,2%	62	75,6%	15	18,3%
P4	0	0%	8	9,8%	2	2,4%	52	63,4%	20	24,4%
P5	0	0%	8	9,8%	3	3,7%	57	69,5%	14	17,1%
P6	0	0%	5	6,1%	2	2,4%	54	65,9%	21	25,6%

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2020

Sesuai dengan tabel 4.10, dapat diketahui data tentang hasil tanggapan jawaban responden mengenai pertanyaan variabel kepercayaan (X₄) yang akan dipaparkan dibawah ini:

³¹ Rika Yulianti, dkk., “Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin,” *Jurnal Wawasan Manajemen* 4, no. 2 (2016): 131.

³² Yusnidar, dkk., “Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan* 4, no. 12 (2014): 318-319.

- a. Pada item pertanyaan pertama, dimensi kepercayaan yang menunjukkan kemampuan (*ability*), yaitu terdapat 7 responden (8,5%) yang menyatakan tidak setuju, 2 responden (2,4%) yang menyatakan netral, 52 responden (63,4%) yang menyatakan setuju, dan 21 responden (25,6%) menyatakan sangat setuju.
- b. Pada item pertanyaan kedua, dimensi kepercayaan yang menunjukkan kemampuan (*ability*), yaitu terdapat 6 responden (7,3%) yang menyatakan tidak setuju, 2 responden (2,4%) yang menyatakan netral, 58 responden (70,7%) yang menyatakan setuju, dan 16 responden (19,5%) menyatakan sangat setuju.
- c. Pada item pertanyaan ketiga, dimensi kepercayaan yang menunjukkan kebaikan hati (*benevolence*), yaitu terdapat 4 responden (4,9%) yang menyatakan tidak setuju, 1 responden (1,2%) yang menyatakan netral, 62 responden (75,6%) yang menyatakan setuju, dan 15 responden (18,3%) yang menyatakan sangat setuju.
- d. Pada item pertanyaan keempat, dimensi kepercayaan yang menunjukkan kebaikan hati (*benevolence*), yaitu terdapat 8 responden (9,8%) yang menyatakan tidak setuju, 2 responden (2,4%) yang menyatakan netral, 52 responden (63,4%) yang menyatakan setuju, dan 20 responden (24,4%) yang menyatakan sangat setuju.
- e. Pada item pertanyaan kelima, dimensi kepercayaan yang menunjukkan integritas (*integrity*), yaitu terdapat 8 responden (9,8%) yang menyatakan tidak setuju, 3 responden (3,7%) yang menyatakan netral, 57 responden (69,5%) yang menyatakan setuju, dan 14 responden (17,1%) yang menyatakan sangat setuju.
- f. Pada item pertanyaan keenam, dimensi kepercayaan yang menunjukkan integritas (*integrity*), yaitu terdapat 5 responden (6,1%) yang menyatakan tidak setuju, 2 responden (2,4%) yang menyatakan netral, 54 responden (65,9%) yang menyatakan setuju, dan 21 responden (25,6%) yang menyatakan sangat setuju.

5) Variabel Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Qordlu Bi Syarti Rahni* (Y)

Menurut Kotler sebagaimana yang dikutip oleh Shobirin, dkk menjelaskan bahwa keputusan merupakan suatu

cara pemecahan masalah yang terdiri dari proses identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap informasi, kemudian proses pengambilan keputusan.³³ Adapun untuk meneliti variabel pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* menggunakan 5 dimensi yaitu pengenalan masalah atau kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.³⁴

Tabel 4.11
Frekuensi Variabel Pengambilan Keputusan
Nasabah dalam Pembiayaan *Qordlu Bi Syarti Rahni* (Y)

Item	To	%	To	%	To	%	To	%	To	%
Pertanyaan	tal		tal		tal		tal		tal	
	ST		TS		N		S		SS	
	S									
P1	0	0%	2	2,4%	3	3,7%	61	74,4%	16	19,5%
P2	0	0%	0	0%	18	22,0%	47	57,3%	17	20,7%
P3	0	0%	0	0%	8	9,8%	52	63,4%	22	26,8%
P4	0	0%	0	0%	7	8,5%	59	72,0%	16	19,5%
P5	0	0%	4	4,9%	19	23,2%	43	52,4%	16	19,5%
P6	0	0%	0	0%	20	24,4%	51	62,2%	11	13,4%
P7	0	0%	0	0%	5	6,1%	58	70,7%	19	23,2%

³³ Shobirin, dkk., “Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Empiris pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera),” *Journal of Management* 2, no. 2 (2016): 6.

³⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009, 184-190).

										%
P8	0	0%	0	0%	33	40,2%	40	48,8%	9	11,0%
P9	0	0%	4	4,9%	19	23,2%	48	58,5%	11	13,4%
P10	0	0%	2	2,4%	12	14,6%	50	61,0%	18	22,0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Sesuai dengan tabel 4.11, dapat diketahui data tentang hasil tanggapan jawaban responden mengenai pertanyaan variabel pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* (Y) yang akan dipaparkan dibawah ini:

- a. Pada item pertanyaan pertama, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan pengenalan masalah atau kebutuhan, yaitu terdapat 2 responden (2,4%) yang menyatakan tidak setuju, 3 responden (3,7%) yang menyatakan netral, 61 responden (74,4%) yang menyatakan setuju, dan 16 responden (19,5%) yang menyatakan sangat setuju.
- b. Pada item pertanyaan kedua, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan pengenalan masalah atau kebutuhan, yaitu terdapat 18 responden (22,0%) yang menyatakan netral, 47 responden (57,3%) yang menyatakan setuju, dan 17 responden (20,7%) yang menyatakan sangat setuju.
- c. Pada item pertanyaan ketiga, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan pencarian informasi, yaitu terdapat 8 responden (9,8%) yang menyatakan netral, 52 responden (63,4%) yang menyatakan setuju, dan 22 responden (26,8%) yang menyatakan sangat setuju.
- d. Pada item pertanyaan keempat, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan pencarian informasi, yaitu terdapat 7 responden (8,5%) yang menyatakan netral, 59 responden (72,0%) yang menyatakan setuju, dan 16 responden (19,5%) yang menyatakan sangat setuju.

- e. Pada item pertanyaan kelima, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan evaluasi alternatif, yaitu terdapat 4 responden (4,9%) yang menyatakan tidak setuju, 19 responden (23,2%) yang menyatakan netral, 43 responden (52,4%) yang menyatakan setuju, dan 16 responden (19,5%) yang menyatakan sangat setuju.
- f. Pada item pertanyaan keenam, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan evaluasi alternatif, yaitu terdapat 20 responden (24,4%) yang menyatakan netral, 51 responden (62,2%) yang menyatakan setuju, dan 11 responden (13,4%) yang menyatakan sangat setuju.
- g. Pada item pertanyaan ketujuh, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan keputusan pembelian, yaitu terdapat 5 responden (6,1%) yang menyatakan netral, 58 responden (70,7%) yang menyatakan setuju, dan 19 responden (23,2%) yang menyatakan sangat setuju.
- h. Pada item pertanyaan kedelapan, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan keputusan pembelian, yaitu terdapat 33 responden (40,2%) yang menyatakan netral, 40 responden (48,8%) yang menyatakan setuju, dan 9 responden (11,0%) yang menyatakan sangat setuju.
- i. Pada item pertanyaan kesembilan, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan perilaku pasca pembelian, yaitu terdapat 4 responden (4,9%) yang menyatakan tidak setuju, 19 responden (23,2%) yang menyatakan netral, 48 responden (58,5%) yang menyatakan setuju, dan 11 responden (13,4%) yang menyatakan sangat setuju.
- j. Pada item pertanyaan kesepuluh, dimensi pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* yang menunjukkan perilaku pasca pembelian, yaitu terdapat 2 responden (2,4%) yang menyatakan tidak setuju, 12 responden (14,6%) yang menyatakan netral, 50 responden (61,0%) yang menyatakan setuju, dan 18 responden (22,0%) yang menyatakan sangat setuju.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas Instrumen Responden

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu data, uji validitas disini berperan penting dalam mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner diartikan valid, apabila suatu pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid, namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.³⁵

Dalam penelitian ini, pengujian kevalidan suatu kuesioner dilakukan dengan metode *pearson correlation*, metode ini merupakan suatu cara untuk menghubungkan antara nilai per item pertanyaan pada kuesioner dengan nilai total variabel. Nilai r_{hitung} diambil dari hasil output *SPSS For Windows 16.0* pada kolom nilai *pearson correlation*. Selanjutnya untuk menguji taraf signifikansi harus membandingkan antara nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi alpha 5% dengan uji 2 sisi, dan nilai r_{tabel} yang diperoleh dari rumus *degree of freedom* ($df = n-2$).³⁶

Peneliti mendapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,2172 yaitu dengan menggunakan rumus $df = n-2 = 82-2 = 80$ dengan alpha sebesar 5% maka dan memperoleh nilai sebesar 0,2171.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Responden

Variabel	Item	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	P1	0,536	0,2172	Valid
	P2	0,463	0,2172	Valid
	P3	0,683	0,2172	Valid
	P4	0,736	0,2172	Valid
	P5	0,663	0,2172	Valid
	P6	0,778	0,2172	Valid
	P7	0,787	0,2172	Valid
	P8	0,635	0,2172	Valid

³⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

³⁶ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), 52.

	P9	0,683	0,2172	<i>Valid</i>
	P10	0,653	0,2172	<i>Valid</i>
<i>Word Of Mouth</i> (X ₂)	P1	0,752	0,2172	<i>Valid</i>
	P2	0,803	0,2172	<i>Valid</i>
	P3	0,755	0,2172	<i>Valid</i>
	P4	0,646	0,2172	<i>Valid</i>
	P5	0,656	0,2172	<i>Valid</i>
	P6	0,836	0,2172	<i>Valid</i>
Lokasi (X ₃)	P1	0,816	0,2172	<i>Valid</i>
	P2	0,563	0,2172	<i>Valid</i>
	P3	0,836	0,2172	<i>Valid</i>
	P4	0,840	0,2172	<i>Valid</i>
	P5	0,753	0,2172	<i>Valid</i>
	P6	0,759	0,2172	<i>Valid</i>
Kepercayaan (X ₄)	P1	0,848	0,2172	<i>Valid</i>
	P2	0,815	0,2172	<i>Valid</i>
	P3	0,530	0,2172	<i>Valid</i>
	P4	0,880	0,2172	<i>Valid</i>
	P5	0,773	0,2172	<i>Valid</i>
	P6	0,918	0,2172	<i>Valid</i>
Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan <i>Qordlu Bi Syarti Rahni</i> (Y)	P1	0,422	0,2172	<i>Valid</i>
	P2	0,606	0,2172	<i>Valid</i>
	P3	0,478	0,2172	<i>Valid</i>
	P4	0,702	0,2172	<i>Valid</i>
	P5	0,819	0,2172	<i>Valid</i>
	P6	0,764	0,2172	<i>Valid</i>
	P7	0,516	0,2172	<i>Valid</i>
	P8	0,434	0,2172	<i>Valid</i>
	P9	0,728	0,2172	<i>Valid</i>
	P10	0,769	0,2172	<i>Valid</i>

Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.12, hasil dari pengolahan data pada seluruh item pertanyaan mengenai variabel kualitas pelayanan (X₁), *word of mouth* (X₂), lokasi (X₃), kepercayaan (X₄), dan variabel pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan

qordlu bi syarti rahni (Y) dinyatakan valid, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} sehingga semua item pertanyaan pada masing-masing variabel dapat digunakan sebagai instrumen yang sah dalam proses analisis berikutnya.

2) Uji Reliabilitas Instrumen Responden

Reliabilitas adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk menguji seberapa tetap responden dalam menjawab sebuah kuesioner, sesuai dengan indikator-indikator yang telah disusun. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha*. Untuk mengetahui reliabel atau tidak reliabel, maka dapat dilihat dari nilai *cronbach alpha*. Apabila nilai *cronbach alpha* > 0,60 berarti data bersifat reliabel, sedangkan jika nilai *cronbach alpha* < 0,60 berarti data bersifat tidak reliabel.³⁷

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Responden

Variabel	N of item	Cronbach Alpha	Nilai kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	10	0,857	0,60	Reliabel
Word of Mouth (X ₂)	6	0,834	0,60	Reliabel
Lokasi (X ₃)	6	0,851	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X ₄)	6	0,887	0,60	Reliabel
Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan <i>Qordlu Bi Syarti Rahni</i> (Y)	10	0,830	0,60	Reliabel

Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13, hasil dari pengolahan data pada seluruh item pertanyaan mengenai variabel kualitas pelayanan (X₁), *word of mouth* (X₂), lokasi (X₃), kepercayaan (X₄), dan

³⁷ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 192.

variabel pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* (Y), dapat dikatakan reliabel karena hasil *cronbach alpha* lebih besar dari standar yang ditentukan yaitu 0,60. Artinya semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan teknik analisis data yang berfungsi untuk menguji apakah didalam sebuah regresi terdapat hubungan diantara masing-masing variabel bebas atau tidak. Suatu analisis data yang baik pada uji multikolinearitas adalah tidak adanya hubungan antara variabel bebas didalam sebuah regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan cara melihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Dikatakan terjadi gejala multikolinearitas, apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) ≥ 10 . Sedangkan, apabila nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) ≤ 10 , maka tidak ada gejala multikolinearitas.³⁸ Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,893	1,120	Tidak ada gejala multikolinearitas
<i>Word of Mouth</i>	0,880	1,136	Tidak ada gejala multikolinearitas
Lokasi	0,939	1,065	Tidak ada gejala multikolinearitas
Kepercayaan	0,931	1,074	Tidak ada gejala multikolinearitas

Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14, hasil perhitungan uji multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* 0,893 pada variabel kualitas pelayanan, 0,880 untuk variabel *word of mouth*, 0,939 untuk variabel lokasi, dan 0,931 untuk

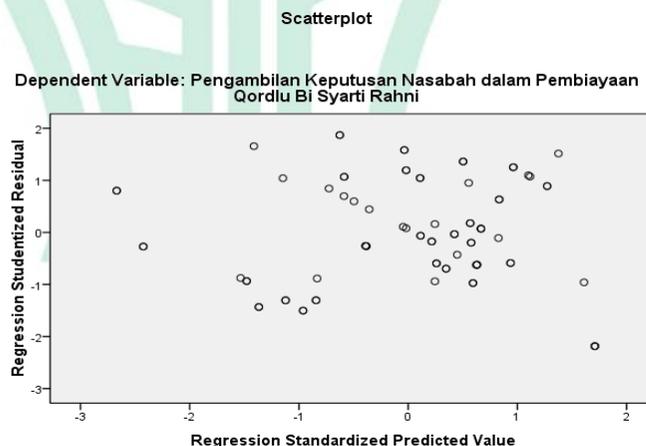
³⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*, 105.

variabel kepercayaan. Sedangkan nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 1,120, 1,136 untuk variabel *word of mouth*, 1,065 untuk variabel lokasi, dan 1,074 untuk variabel kepercayaan. Hasil perhitungan nilai *tolerance* dan VIF menandakan bahwa tidak ada variabel independen yang mempunyai nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 . Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan teknik analisis data yang berfungsi untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan didalam model regresi. Apabila nilai varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Pada teknik analisis data ini, model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁹ Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dengan melihat penyebaran titik-titik di scatterplot. Dan hasil pengujian SPSS sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

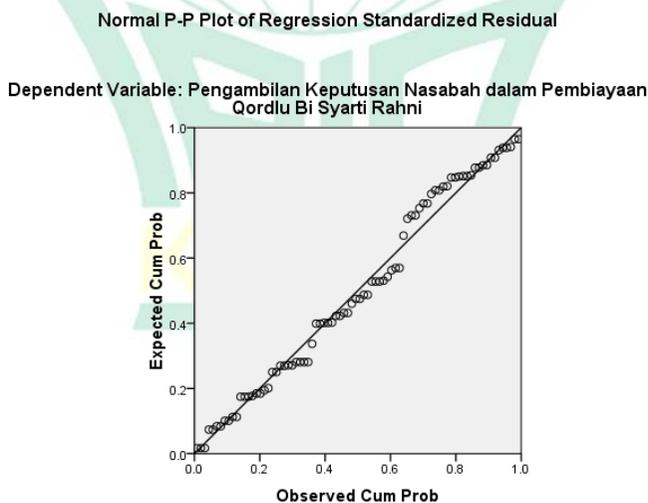
³⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 137-138.

Sesuai dengan gambar 4.2, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta menyebar dengan teratur baik diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Jadi, dapatdisimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan teknik analisis data yang berfungsi untuk mengetahui data variabel dependen dengan variabel independen yang digunakan peneliti apakah didalam model regresi datanya berdistribusi normal atau tidak. Sebuah data yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal.⁴⁰ Dalam pembahasan ini, untuk mengetahui bahwa data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat nilai pada *normal probability plot* dan uji *kolmogorov smirnov*.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas
P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

⁴⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Stain Kudus, 2009), 106.

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,69767466
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,078
	Negative	-,083
Kolmogorov-Smirnov Z		,752
Asymp. Sig. (2-tailed)		,623

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

Sesuai dengan gambar 4.3 diatas, hasil perhitungan menunjukkan bahwa pada uji *normal probability plot* terlihat data menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Maka, data tersebut berdistribusi normal. Selain itu, berdasarkan pada tabel 4.15, menunjukkan bahwa uji *kolmogorov smirnov* menghasilkan tingkat signifikansi residual (2-tailed) sebesar $0,623 > 0,05$ jadi dapat diambil kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis data yang digunakan untuk mencari hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Tujuan dari analisis regresi ini adalah untuk meramalkan nilai variabel terikat dengan variabel bebas yang akan memberikan pengaruh positif atau negatif pada masing-masing variabel.⁴¹ Dibawah ini adalah hasil perhitungan data Dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS versi 16.0.

⁴¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 123.

Tabel 4.16
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.577	4.654		-.769	.444
	Kualitas Pelayanan	.532	.087	.498	6.118	.000
	Word of Mouth	.459	.126	.299	3.644	.000
	Lokasi	.300	.110	.217	2.731	.008
	Kepercayaan	.206	.089	.184	2.303	.024

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Qordlu Bi Syarti Rahni

Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda pada tabel 4.16, maka diperoleh rumus persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = -3,577 + 0,532X_1 + 0,459X_2 + 0,300X_3 + 0,206X_4 + e$$

Dimana :

- Y = Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Qordlu Bi Syarti Rahni*
- a = Konstanta
- X₁ = Kualitas Pelayanan
- X₂ = *Word of Mouth*
- X₃ = Lokasi
- X₄ = Kepercayaan
- b₁, b₂, b₃, b₄ = Koefisien regresi untuk variabel X₁, X₂, X₃, X₄
- e = Standar *error estimate*

Hasil dari pengujian analisis regresi linier berganda pada tabel 4.16 antara variabel kualitas pelayanan, *word of mouth*, lokasi, dan kepercayaan menunjukkan tanda positif, hal itu dapat diinterpretasikan bahwa dari masing-masing variabel independen mampu memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai dari variabel independen meningkat, maka akan mendorong peningkatan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* begitu pula sebaliknya.

- a. Nilai konstanta (a) pada hasil pengujian analisis regresi berganda sebesar $-3,577$. Tanda negatif pada nilai konstanta menandakan bahwa apabila variabel independen tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen, maka variabel dependen akan bernilai $-3,577$, dimana tanda negatif disini menunjukkan penurunan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.
- b. Nilai koefisien regresi (X_1) pada variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu sebesar $0,532$. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa apabila pengaruh kualitas pelayanan meningkat, maka akan meningkatkan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.
- c. Nilai koefisien regresi (X_2) pada variabel *word of mouth* bernilai positif yaitu sebesar $0,459$. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa apabila pengaruh *word of mouth* meningkat, maka akan meningkatkan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.
- d. Nilai koefisien regresi (X_3) pada variabel lokasi bernilai positif yaitu sebesar $0,300$. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa apabila pengaruh lokasi meningkat, maka akan meningkatkan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.
- e. Nilai koefisien regresi (X_4) pada variabel kepercayaan bernilai positif yaitu sebesar $0,206$. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa apabila pengaruh kepercayaan meningkat, maka akan meningkatkan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.

e. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan alat ukur yang digunakan untuk menguji seberapa besar kontribusi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya

nilai pada koefisien determinasi adalah berkisar antara angka 0 sampai dengan 1. Apabila nilai koefisien determinasi rendah hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan, apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka 1, berarti variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat sangat baik.⁴² Dibawah ini adalah hasil pengujian koefisien determinasi menggunakan SPSS yaitu:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.544	.520	2.767

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Word of Mouth

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Qordlu Bi Syarti Rahni

Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

Untuk mengetahui hasil dari pengujian koefisien determinasi, dapat dilihat pada tabel 4.17 diatas yang menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,520 atau 52,0%. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan (X_1), *word of mouth* (X_2), lokasi (X_3) dan kepercayaan (X_4) hanya mampu menjelaskan sebesar 52,0% terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* (Y). Sedangkan sisanya 48,0% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

f. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁴³ Untuk menentukan t_{tabel} dapat dicari melalui tabel distribusi t dengan memakai rumus derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (n = jumlah sampel,

⁴² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 97.

⁴³ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 128.

k = jumlah variabel independen). Jadi, nilai t tabel sebesar 1,9913 dari rumus $df = 82 - 4 - 1 = 77$ dengan taraf signifikansi $5\% : 2 = 0,025$ (karena dua sisi) dan hasilnya adalah 1,9913. Secara lebih rinci akan dijelaskan oleh tabel berikut : apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.18
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.577	4.654		-.769	.444
	Kualitas Pelayanan	.532	.087	.498	6.118	.000
	Word of Mouth	.459	.126	.299	3.644	.000
	Lokasi	.300	.110	.217	2.731	.008
	Kepercayaan	.206	.089	.184	2.303	.024

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Qordlu Bi Syarti Rahni

Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Pada tabel 4.18 nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 6,118 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,9913. Jadi, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} ($6,118$) $>$ t_{tabel} ($1,9913$) dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan pada hipotesis yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*” diterima (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Artinya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.

- b. Pengaruh *word of mouth* terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Pada tabel 4.18 nilai t_{hitung} untuk variabel *word of mouth* adalah sebesar 3,644 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,9913. Jadi, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} (3,644) $>$ t_{tabel} (1,9913) dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan pada hipotesis yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara *word of mouth* terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*” diterima (H_0 ditolak dan H_2 diterima). Artinya secara parsial *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.

- c. Pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Pada tabel 4.18 nilai t_{hitung} untuk variabel lokasi adalah sebesar 2,731 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,9913. Jadi, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} (2,731) $>$ t_{tabel} (1,9913) dan taraf signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$. Hal ini membuktikan pada hipotesis yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara lokasi terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*” diterima (H_0 ditolak dan H_3 diterima). Artinya secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.

- d. Pengaruh kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Pada tabel 4.18 nilai t_{hitung} untuk variabel kepercayaan adalah sebesar 2,303 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,9913. Jadi, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} (2,303) $>$ t_{tabel} (1,9913) dan taraf signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$. Hal ini membuktikan pada hipotesis yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*” diterima (H_0 ditolak dan H_4 diterima). Artinya secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.

g. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji f merupakan metode pengujian data yang berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁴⁴ Untuk mencari tabel f maka dengan menggunakan rumus derajat kebebasan ($df = n - k - 1$ ($n =$ jumlah sampel, $k =$ jumlah variabel independen)). Sehingga f_{tabel} diperoleh $df = 82 - 4 - 1 = 77$ dengan signifikansi 5% adalah 2,49. Dibawah ini akan dijelaskan lebih lanjut sesuai dengan tabel berikut ini. Apabila nilai $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Apabila nilai $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.19
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	703.466	4	175.866	22.973	.000 ^a
	Residual	589.473	77	7.655		
	Total	1292.939	81			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Word of Mouth

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Qordlu Bi Syarti Rahni

Sumber: Data SPSS versi 16 yang diolah, 2020

Hasil penelitian pada uji-F diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar 22,973. Sedangkan nilai f_{tabel} menunjukkan 2,49, maka nilai f_{hitung} ($22,973$) $>$ f_{tabel} ($2,49$) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan pada hipotesis yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, *word of mouth*, lokasi, dan kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*” diterima (H_0 ditolak dan H_5 diterima). Artinya secara simultan antara kualitas pelayanan, *word of mouth*, lokasi,

⁴⁴ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, 127-128.

dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.

B. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Berdasarkan hasil uji t (parsial), menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* di BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari. Yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (6,118) > t_{tabel} (1,9913)$ dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu dari Dimas Suhendra Syahri Ramadhan yang meneliti mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang, hal ini dibuktikan dari hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} (7,973) > t_{tabel} (1,988)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dimensi variabel kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphathi*. Masing-masing dimensi mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat, maka pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* pada BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari juga akan mengalami peningkatan. Dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik, anggota maupun calon anggota akan merasa puas ketika mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka akan mendorong nasabah untuk mengambil pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* pada BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari. Dari hasil pengujian membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh dan menjadi prioritas nasabah terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* pada BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari.

2. Pengaruh *word of mouth* terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Berdasarkan hasil uji t (parsial), menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* di BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari. Yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (3,644) > t_{tabel} (1,9913)$ dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu dari Agung Satrio Elhamidy meneliti tentang “Pengaruh Citra Merek, Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan *Word Of Mouth* terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah Bank BNI Syariah, hal ini dibuktikan dari hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} (4,137) > t_{tabel} (1,985)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.

Dimensi-dimensi dari variabel *word of mouth* yang dapat mengakibatkan peningkatan pada keputusan nasabah mengambil pembiayaan yaitu berbicara (*talking*), promosi (*promoting*), dan penjualan (*selling*). Masing-masing dimensi dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*. Dari hasil pengujian membuktikan bahwa kemampuan *word of mouth* dalam meningkatkan keputusan seseorang untuk mengambil pembiayaan ditunjukkan oleh nilai maksimum *word of mouth* yaitu 52 yang menunjukkan keinginan nasabah untuk mempromosikan produk pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* kepada kalangan terdekat. Dapat dikatakan bahwa promosi melalui *word of mouth* sangat efektif dalam memasarkan suatu produk. Hal yang melatarbelakangi adalah nasabah yang terpuaskan akan dapat menjadi alat promosi yang efektif dan meyakinkan. Seorang calon anggota dalam berkeputusan untuk memilih suatu produk akan melalui tahapan pencarian informasi terhadap produk tersebut. Dengan adanya *word of mouth* calon anggota dapat mengetahui informasi-informasi yang ada terkait dengan produk pembiayaan dari individu yang telah menggunakan dan merasakan akan manfaat atau kepuasan dari produk tersebut. Adanya pernyataan dari individu tersebut akan memberikan keyakinan kepada calon anggota untuk berkeputusan menggunakan produk yang diinginkan. Proses penyaluran informasi lewat *word of mouth* yang baik akan memberikan dampak positif kepada seseorang untuk memutuskan mengambil pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* pada BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari.

3. Pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Berdasarkan hasil uji t (parsial), menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* di BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari. Yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (2,731) > t_{tabel} (1,9913)$ dan taraf signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu dari Ismu Adam, yang meneliti mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Nasabah Mengajukan Akad Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat KCP Pamulang)”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah mengajukan akad pembiayaan murabahah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat KCP Pamulang), hal ini dibuktikan dari hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} (4,393) > t_{tabel} (1,984)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.

Variabel lokasi mempunyai beberapa dimensi yaitu akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir yang luas, aman dan nyaman, ekspansi, dan lingkungan. Dari masing-masing dimensi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*. Pemilihan lokasi usaha yang tepat merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk menentukan kesuksesan sebuah usaha, karena hal itu sebagai salah satu strategi dalam berbisnis. Apalagi, mengenai usaha jasa harus memiliki lokasi yang dekat dengan para pelanggan, sehingga diharapkan dapat terjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan. Dari hasil pengujian membuktikan bahwa dalam pemilihan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi proses keputusan seseorang untuk mengambil pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* pada BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari.

4. Pengaruh kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Berdasarkan hasil uji t (parsial), menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* di BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari. Yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (2,303) > t_{tabel} (1,9913)$ dan taraf signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$. Hasil penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu yaitu dari Luvi Setyoningrum, yang meneliti mengenai “Pengaruh

Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Perusahaan terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Musyarakah pada Bank Panin Dubai Syariah”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan musyarakah pada Bank Panin Dubai Syariah, hal ini dibuktikan dari hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} (5,253) > t_{tabel} (1,984)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.

Variabel kepercayaan memiliki dimensi yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Masing-masing dimensi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*. Dari hasil pengujian membuktikan bahwa antara BMT dengan nasabah saling memberikan kepercayaan satu sama lain, oleh karena itu dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil produk pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* pada BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari.

5. Pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth*, lokasi dan kepercayaan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*

Berdasarkan hasil perhitungan uji-F diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar 22,973. Sedangkan nilai f_{tabel} menunjukkan 2,49, maka nilai $f_{hitung} (22,973) > f_{tabel} (2,49)$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya secara simultan antara kualitas pelayanan, *word of mouth*, lokasi, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni*.

Dari hasil analisis determinasi menghasilkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,520 atau 52,0%. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan (X_1), *word of mouth* (X_2), lokasi (X_3) dan kepercayaan (X_4) hanya mampu menjelaskan sebesar 52,0% terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *qordlu bi syarti rahni* (Y). Sedangkan sisanya 48,0% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.