

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM
PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA BMT AL-AQOBAH PUSRI
PALEMBANG



Oleh:
Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM : 13190060

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

PALEMBANG

2017



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikriy, Kode Pos 30126 Kontak Pos : 54 Telp (0711) 362427 KM. 3.5 Palembang

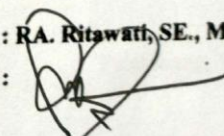
Formulir E. 4

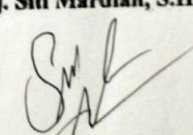
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

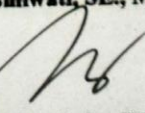
Nama : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM/Program Studi : 13190060/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

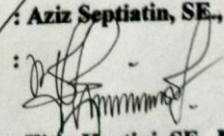
Telah Diterima dalam Ujian Skripsi pada Tanggal 26 April 2017


PANITIA UJIAN SKRIPSI

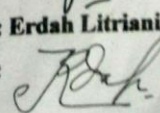
Tanggal Pembimbing Utama : RA. Ritawati, SE., M.Hi
t.t : 

Tanggal Pembimbing Kedua : Hj. Siti Mardiah, S.Hi., M.Sh
t.t : 

Tanggal Penguji Utama : Mismiwati, SE., MP
t.t : 

Tanggal Penguji Kedua : Aziz Septiatin, SE., M.Si
t.t : 

Tanggal Ketua : Tinin Hartini, SE., M.Si
t.t : 

Tanggal Sekretaris : Erdah Litriani, SE., M. Ec., Dev
t.t : 

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM : 13190060
Jenjang : S1 Ekonomi Islam

Menyatakan, bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, 10 Mei 2017

Saya



Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM: 13190060

MOTTO dan PERSEMBAHAN

MOTTO

*“Bersusah-Susah Dahulu di Awal, Baru Nanti Menikmati Hasilnya
Kedepan Sehingga Kelak tidak Sia-sia dalam Berbuat”*

Oleh: Dimas Suhendra

Persembahan Untuk:

- *Allah SWT dan Rasulullah SAW*
- *Bapak dan Mamak Tercinta*
- *Ayuk, Adik-adik dan Keluarga Besar*
- *Para Dosen, Terutama Dosen Pembimbing dan Penguji*
- *Teman-teman Kuliah Khususnya Eki 2 Angkatan 2013 dan
Saudara Satu Organisasi*
- *Almamaterku dan Agamaku*
- *Sahabat Wanita Saya yang paling Spesial Bernama Desi
Mursalina*
- *Teman-teman SD, SMP, SMA, dan dirumah*



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

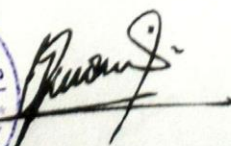
Ditulis oleh : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan

NIM : 13190060

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)

Palembang, 10 Mei 2017
Dekan,




Dr. Qodariah Barkah, M.H.I
NIP. 197011261997032002

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum wr.wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan
Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah*
Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

Yang ditulis oleh:

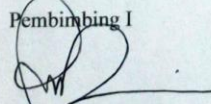
Nama : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM/Program Studi : 13190060/ Ekonomi Islam
Program : S1 Ekonomi Islam

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam sidang *Munaqosyah* ujian skripsi.

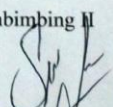
Wassalamu'alaikum wr.wb.

Palembang, 10 Maret 2017

Pembimbing I


RA Ritawati, SE., M.Hi
NIP. 197206172007102004

Pembimbing II


Hj. Siti Mardiah, S.Hi., M.Sh
NIP. 1605061781



KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl.Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Kode Pos 30126 Kotak Pos : 54 Telp (0711) 354668 KM. 3.5 Palembang

Formulir C

Hal: Persetujuan Skripsi untuk Diuji

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamualaikum wr. Wb.

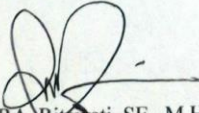
Kami menyampaikan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM/Program Studi : 13190060/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

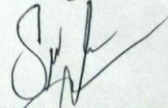
Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti ujian skripsi.

Demikianlah pemberitahuan kami, bersama ini dilampirkan skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Pembimbing Utama


RA. Riawati, SE., M.Hi
NIP. 197206172007102004

Palembang, 10 Maret 2017
Pembimbing Kedua


Hj. Siti Mardiah, S.Hi., M.Sh
NIP. 1605061781

ABSTRAK

BMT berperan sebagai lembaga pendukung kegiatan masyarakat kecil yang diharapkan mampu membuka usaha-usaha mikro yang berlandaskan syariah. Berdirinya BMT Al-Aqobah Pusri Palembang ini diharapkan mampu ikut serta dalam pembangunan daerah yaitu mengurangi pengangguran. Khususnya produk BMT Al-Aqobah Pusri di kota Palembang yang paling banyak diminati adalah pembiayaan *Murabahah*. Untuk itu, perlu adanya penelitian yang mengkaji apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk baik secara *simultan* maupun *parsial* terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil sebanyak 86 responden. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *Accidental Sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif responden, analisis statistik deskriptif variabel, analisis uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan $F_{hitung} (31,844) > F_{tabel} (3,95)$ dan $t_{hitung} (7,973)X_1 (2,486)X_2 > t_{tabel} (1,988)$. Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah*

TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

A. Huruf Konsonan

أ	=	'	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	ś	ص	=	Ṣ	م	=	m
ج	=	j	ض	=	dh	ن	=	n
ح	=	h	ط	=	ṭ	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	zh	ه	=	h
د	=	d	ع	=	'	ء	=	'
ذ	=	z	غ	=	gh	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. *Ta` Marbûthah*

1. Ta` marbûthah sukun ditulis h contoh بِعِبَادَةٍ ditulis *bi 'ibâdah*.
2. Ta` marbûthah sambung ditulis ṭ contoh بِعِبَادَةِ رَبِّهِ ditulis *bi 'ibâdat rabbih*.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

- a. Fathah (---) = a
- b. Kasrah (---) = i
- c. Dhammah (---) = u

2. Vokal Rangkap

- a. (اي) = ay
- b. (ي--) = îy
- c. (او) = aw
- d. (و--) = ûw

3. Vokal Panjang

- a. (l---) = â
- b. (ي---) = î
- c. (و---) = û

D. Kata Sandang

Penulisan *al qamarīyah* dan *al syamsīyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarīyah* contohnya: ”الحمْد“ ditulis *al-hamd*
2. *Al syamsīyah* contohnya: ”النمل“ ditulis *al-naml*

E. Daftar Singkatan

H	=	Hijriyah
M	=	Maschi
h.	=	halaman
swt.	=	<i>subhānahu wa ta‘ālā</i>
saw.	=	<i>sall Allāh ‘alaih wa sallam</i>
QS.	=	al-Qur`ān Surat
HR.	=	Hadis Riwayat
terj.	=	terjemah

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rohmat, taufik serta segala hidayah dan karunia-Nya sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafaatnya nanti di *yaumul qiamah* dan tetap menjadi umatnya kelak. Amin.

Tidak lepas dari pertolongan dan hidayah-Nya peneliti dapat menyusun laporan ini untuk memenuhi tugas akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang”.

Selama penyusunan Skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dukungan semangat dan motivasi dari berbagai pihak demi kelancaran penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Drs. H. M. Sirozi, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Dr. Qodariah Barkah, MH.I., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Titin Hartini, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4. Ibu RA. Ritawati, SE., M.Hi., M.Si., selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian ini dapat

terselesaikan tepat waktu.

5. Ibu Hj. Siti Mardiah, S.Hi.,M.Sh selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sampai akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Mbak Dewi Sartika, S.E.I selaku manajer BMT al-Aqobah Pusri Palembang memberikan izin untuk penelitian di kantor BMT al-Aqobah Pusri Palembang dan karyawan.
7. Kedua orang tua, kakak perempuan dan kedua adikku yang telah mendoakan dan memotivasi demi terselesainya tugas skripsi ini.
8. Semua teman-teman Ekonomi Islam khususnya EKI 2 angkatan 2013 yang telah memberikan kontribusi semangat dalam penelitian ini.
9. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan hasil penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi lebih sempurnanya penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang. Semoga dengan terselesaikannya laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya serta membuahkan ilmu yang bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

Palembang, 2 Maret 2017

Penulis

Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM: 13190060

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
MOTTO PERSEMBAHAN.....	ii
PENGESAHAN DEKAN	iii
ABSTRAK.....	iv
TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR dan TABEL.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Pelayanan	
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	8
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	9
B. Kualitas Produk	
1. Pengertian Kualitas Produk.....	11
2. Dimensi Kualitas Produk.....	13
C. Pengambilan Keputusan Nsabah dalam Pembiayaan <i>Murabahah</i>	
1. Pengertian Pengambilan Keputusan	15
2. Tahapan-Tahapan dalam Pengambilan Keputusan.....	16
3. Pengertian Pembiayaan <i>Murabahah</i>	18

D. Penelitian Terdahulu.....	20
E. Kerangka Pemikiran.....	24
F. Pengembangan Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian.....	27
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	27
C. Jenis dan Sumber Data.....	28
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	28
E. Populasi dan Sampel.....	29
F. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
G. Teknik Pengumpulan Data.....	30
H. Definisi Operasional Variabel.....	31
I. Teknik Analisis Data.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.....	40
B. Deskripsi Responden.....	43
C. Uji Instrumen Penelitian.....	51
D. Uji Asumsi Klasik	54
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
F. Uji Hipotesis.....	60
G. Pembahasan Hasil Penelitian	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA.....	70
----------------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74
----------------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	74
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR dan TABEL

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar IV.1 Struktur Organisasi BMT Al-Aqobah Palembang.....	43
Gambar IV.2 Hasil Uji Normalitas	56
Gambar IV.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel I.1 Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>Murabahah</i> BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.....	3
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel II.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel II.3 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel II.4 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel III.1 Klasifikasi Skala Likert.....	31
Tabel III.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel IV.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel IV.2 Profil Responden Berdasarkan Umur	44
Tabel IV.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel IV.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel IV.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X_1)	46
Tabel IV.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_2).....	48
Tabel IV.7 Tanggapan Responden Mengenai Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y)	50
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1).....	51
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	52
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y).....	53
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel IV.12 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel IV.13 Hasil Analisis Linier Berganda.....	58

Tabel IV.14 Hasil Uji F (Simultan).....	60
Tabel IV.15 Hasil Uji T (Parsial).....	61
Tabel IV.16 Hasil Uji Adjusted R Square.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syariah mempunyai karakteristik umum dan landasan dasar operasional secara keseluruhan adalah pada prinsip bagi hasil (*profit sharing*) atau prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudharabah*. Hal ini yang menjadi ciri khas dan membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam aplikasinya, konsep penyertaan modal menjadi pembeda antara keduanya. Selain itu, lembaga keuangan Syariah tidak menggunakan pranata bunga untuk menutup biaya operasional dan mendapatkan keuntungan dari jasa keuangan.¹

Produk lembaga keuangan Syariah tidak berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, yaitu bertumpu pada penyediaan jasa simpanan dan pinjaman (pembiayaan). Ada banyak produk penghimpunan dan penyaluran dana yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan sebuah lembaga keuangan syariah. Hal ini dimungkinkan karena sistem Syariah memberi ruang yang cukup untuk itu. Namun dalam praktek, sebagian besar lembaga keuangan Syariah masih membatasi diri dengan beberapa produk saja yang dianggap aman dan *profitable*. Dalam upayanya menghimpun dana, produk dengan prinsip bagi hasil *mudharabah* lebih diminati dengan pertimbangan tidak terlalu beresiko, mengingat kapasitasnya sebagai *mudharib*, serta relatif

¹Nurul Widyaningrum. *Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil* (Bandung: Akatiga 2002) hlm 41.

lebih mudah dalam penerapannya. Sedangkan dalam upaya menyalurkannya kembali dalam bentuk pemberian pembiayaan pada nasabah, produk *Murabahah* lebih dikedepankan dengan alasan produk tersebut mampu memberikan jaminan perolehan keuntungan yang memadai berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak pada saat perjanjian dilakukan.

Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk *Murabahah* dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk-produk lembaga keuangan syariah khususnya *Baitul Mal Wal Tamwil* (BMT). Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga *Baitul Mal Wal Tamwil* (BMT) merupakan salah satu perwujudan dari sistem keuangan Syariah. Lembaga ini dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro, karena umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.

BMT Al- Aqobah Pusri Palembang adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menyelenggarakan pembiayaan untuk usaha masyarakat dengan akad *Murabahah*. BMT Al-Aqobah Pusri berdiri pada tanggal 3 Januari 2014 dibawah binaan Pusat Inkubasi dan Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Sumatera Selatan. Meskipun BMT Al-Aqobah Pusri Palembang tergolong baru di kota Palembang, namun nasabah pada BMT Al-Aqobah sudah berjumlah 621 nasabah dalam memilih produk pembiayaan *Murabahah*. Hal ini bisa kita lihat pada tabel dibawah ini dalam peningkatan nasabah dalam kurun waktu 3 tahun kebelakang.

Tabel 1.1
Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah*
BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

No	Tahun	Nasabah
1	2014	171
2	2015	220
3	2016	230
Jumlah		621

Sumber : BMT Al-Aqobah Pusri Palembang, 2017

Kepercayaan nasabah selama ini terhadap pembiayaan *Murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sudah menjadi ciri khas tersendiri, yang mana pembiayaan *Murabahah* diperuntukkan bagi nasabah produktif dengan pemberian pembiayaan dari mulai 500 ribu sampai 10 juta dengan jangka waktu minimal 10 bulan dan sampai saat ini BMT Al-Aqobah Pusri Palembang telah memberikan pinjaman kepada nasabah dari sektor usaha kecil sebanyak 141 nasabah.

Sehingga para nasabah merasa mendapatkan kepercayaan dari BMT Al-Aqobah Pusri dalam produk pembiayaan *Murabahah*. Kebutuhan akan modal membuat pembiayaan ini cukup diminati. BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sendiri memiliki produk yang di tawarkan kepada nasabah untuk pembiayaan, yaitu *Murabahah* (jual beli).²

²Muhammad Syafii Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani 2001) hlm 95

Kebanyakan nasabah BMT Al-Aqobah Pusri Palembang lebih memilih pembiayaan *Murabahah* dibandingkan pembiayaan *Mudharabah*. Setiap nasabah tentunya memiliki alasan tersendiri dalam memutuskan pengajuan pembiayaan *Murabahah* ini. Pembiayaan *Murabahah* merupakan salah satu produk penyaluran dana yang cukup digemari di BMT ini. Karakteristik pembiayaan *Murabahah* yang *profitable* mudah dalam penerapan dan dengan risiko yang ringan untuk diperhitungkan.³

Selain itu BMT Al-Aqobah Pusri Palembang juga menyadari bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat, kualitas pelayan jasa yang bermutu dapat menciptakan kepuasan nasabah. Banyak pelayanan yang kurang memuaskan yang diakibatkan kurangnya sasaran dari nasabah. Hal ini menyebabkan suatu perusahaan akan kehilangan nasabahnya.⁴ Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, karena dalam perusahaan jasa pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan maka akan semakin besar pemasukan yang didapat. Pelayanan jasa yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi nasabahnya.⁵

BMT Al-Aqobah Pusri Palembang juga memperhatikan perusahaan yang memiliki kualitas produk yang sangat inovatif. Maka dari itu kualitas produk juga menjadi pusat perhatian sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. Banyaknya produk yang ditawarkan tidak

³ Dokumentasi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga 2006) hlm 87

⁵ Adiwarman Karim. *Bank Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2008) hlm 78

memuaskan masyarakat sehingga nasabah kecewa dengan kualitas produk yang di tawarkan pada perusahaan yang mengakibatkan nasabah tidak peduli apa yang ditawarkan pada perusahaan tersebut. Kualitas Produk yang baik akan menciptakan kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan nasabahnya.⁶

Hubungan kualitas pelayanan dengan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah*, semakin baik tingkat kualitas pelayanan suatu perusahaan jasa, tidak menutup kemungkinan semakin tinggi pula calon nasabah terhadap suatu pembiayaan *Murabahah*.⁷ Sedangkan hubungan kualitas produk sendiri dengan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* itu dikarenakan semakin mudah kualitas produk yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan nasabah maka akan semakin banyak nasabah yang akan mengajukan produk pembiayaan.

Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana respon masyarakat, dalam pengusaha kecil, terhadap lembaga keuangan syariah pada umumnya dan BMT Al-Aqobah Pusri Palembang pada khususnya kualitas pelayanan dan kualitas produk pembiayaan *Murabahah*. Pertanyaan ini penting untuk dikaji dan diteliti oleh penulis, maka dari itu penulis mengangkat judul tentang **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.**

⁶ Adiwarman Karim. *Op. Cit.* Hlm 80

⁷ J.P.G. Sianipar. *Manajemen Pelayanan Masyarakat* (Jakarta: Lembaga Administrasi Negara 2008) hlm 8

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang?
2. Apakah kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang diidentifikasi di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.
- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi manfaat antara lain:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang koperasi jasa keuangan syariah khususnya berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. serta menambah referensi pengetahuan khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

b. Secara Praktis

1). Bagi Penulis

Memberikan wawasan pengetahuan dan menjadi pembanding antara ilmu yang diperoleh di bangku kuliah. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi media penerapan ilmu yang didapatkan penulis di bangku kuliah ke dalam kehidupan praktis.

2). Bagi Lembaga (BMT)

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang untuk meningkatkan mutu dan pelayanan, sehingga nasabah memperoleh kepuasan terhadap layanan yang diberikan serta sebagai pertimbangan untuk menetapkan kebijakan selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Fandi Tjiptono, Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.⁸

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasan. Kualitas pelayanan terbagi atas:⁹

a. Kualitas Pelayanan Internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah:

- 1) Pola manajemen umum perusahaan

⁸ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta: Andi Offset. 2001) hlm. 87

⁹ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit PRENHALLINDO, 1997) hlm 30

- 2) Penyediaan fasilitas pendukung
- 3) Pengembangan sumber daya manusia
- 4) Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- 5) Pola intensif

b. Kualitas Pelayanan Eksternal

Mengenai kualitas layanan kepada pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

- 1) Berkaitan dengan penyediaan jasa
- 2) Berkaitan dengan penyediaan barang

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

- a. Bentuk fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya pada nasabah. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah.¹⁰
 - 1) Penataan dan pengaturan ruang *front office*.
 - 2) Peralatan dan fasilitas fisik.
 - 3) Kerapian penampilan karyawan.¹¹
- b. Keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

¹⁰ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta: Andi Ofset. 2001) hlm 221

¹¹ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit PRENHALLINDO, 1997) hlm 38

- 1) Ketepatan waktu dimana bila pihak bank mengadakan perjanjian dengan nasabah mereka selalu menepatinya.
 - 2) Kecepatan dan ketepatan dalam melayani nasabah.
 - 3) Memberikan keyakinan bahwa karyawan dapat diandalkan dan dapat dipercaya.
- c. ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu kemampuan bank untuk menolong nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah pada bank.
- 1) Tanggap dalam merespon permintaan nasabah.
 - 2) Kecepatan memberikan informasi.
 - 3) Menyediakan waktu untuk melayani nasabah secara cepat dan tepat.¹²
- d. Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank.
- 1) Pihak karyawan meyakinkan nasabahnya dalam melaksanakan pekerjaannya.
 - 2) Karyawan memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang pekerjaannya.
 - 3) Kesopanan karyawan dalam melayani nasabah.¹³
- e. Perhatian (*Emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.
- 1) Memahami kebutuhan nasabah.

¹² Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit PRENHALLINDO, 1997) hlm 44

¹³ Karsono. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Jurnal Bisnis dan Ekonomi)

- 2) Penyediaan jasa kerja untuk kebutuhan nasabah.
- 3) Perhatian individu kepada nasabah.

B. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Pengertian mengenai kualitas dari suatu produk yang ditawarkan dapat berbeda bagi setiap orang karena kualitas itu sendiri memiliki banyak kriteria. Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁴

Menurut Tjiptono, konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian merupakan suatu ukuran seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi persyaratan dan spesifikasi kualitas yang ditetapkan.¹⁵

Kemudian Goetsch Davis juga membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁶

¹⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta: Andi, 2013) hlm. 99

¹⁵ Teuku Edyansyah. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo)*. *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara*.. Hlm 186

¹⁶ Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Yogyakarta: Ekonista, 2005) hlm 8

Setiap perusahaan yang menghasilkan produk baik itu berupa barang ataupun jasa pasti menginginkan produk tersebut laku dan dapat menarik perhatian untuk dibeli atau digunakan. Dalam dunia perbankan agar produk yang dihasilkan dapat menarik minat nasabah maka penciptaannya pun harus memperhatikan tingkat kualitas produk tersebut sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.

Menurut Asri, kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kemudian, menurut Swastha dan Irawan, kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.¹⁷

Adapun kualitas produk menurut Feignbaum, yakni keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan pengertian lain kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang dan jasa. Isu utama dalam penilaian kinerja produk adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya.¹⁸

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu keadaan yang berhubungan dengan sesuatu yang dapat

¹⁷ Teuku Edyansyah. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo)*. Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara. Hlm 187

¹⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta: Andi, 2013) hlm. 188

ditawarkan dalam hal ini berupa barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan / konsumen / nasabah dan bertujuan untuk memuaskan.

2. Dimensi Kualitas Produk

a. Adapun Menurut Zulian Yamit dimensi dasar dari kualitas produk dibagi menjadi tujuh dimensi yakni:¹⁹

1) Kinerja

- a) Tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan
- b) Sejauh mana produk atau jasa digunakan dengan benar
- c) Jumlah atribut yang ditawarkan
- d) Kemampuan pegawai untuk menangani masalah dengan baik
- e) Kualitas informasi yang diberikan kepada pelanggan

2) Interaksi pegawai

- a) Keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditujukan oleh masyarakat pemberi jasa atau barang
- b) Kredibilitas menyeluruh para pegawai termasuk kepercayaan konsumen dan persepsi tentang keahlian pegawai

3) Reliabilitas adalah konsistensi kinerja barang, jasa dan toko

4) Daya tahan adalah rentang kehidupan produk dan kekuatan umum

5) Ketepatan waktu dan kenyamanan

- a) Seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki
- b) Seberapa cepat informasi atau jasa diberikan

¹⁹ Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Yogyakarta: Ekonista, 2005) hlm. 7

c) Kenyamanan pembelian dan proses jasa

6) Estetika

a) Penampilan fisik barang atau toko

b) Daya tarik penyajian jasa

c) Kesenangan atmosfer dimana jasa atau produk diterima

d) Bagaimana desain produk yang akan diperlihatkan kepada masyarakat

7) Kesadaran akan merek adalah dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak yang mengenal merek atau nama toko atas evaluasi konsumen²⁰

b. Menurut Josep S. Martinich dalam dimensi kualitas produk

Kemudian beberapa karakteristik lain juga dikemukakan oleh Josep S. Martinich yang menspesifikasikan kedalam dimensi kualitas produk yang lebih relevan dengan pelanggan. Dimensi kualitas produk tersebut dapat dikelompokkan dalam enam dimensi, yaitu:²¹

1) *Performance*

Hal yang paling penting bagi pelanggan adalah apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan diberikan dengan cara benar.

²⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta: Andi, 2013) hlm. 188-189

²¹ Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Yogyakarta: Ekonista, 2005) hlm. 10

2) *Range and Type of Features*

Selain fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan, pelanggan seringkali tertarik pada kemampuan atau keistimewaan yang dimiliki produk dan pelayanan²²

3) *Reliability and Durability*

Kehandalan produk dalam penggunaan secara norma dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan

4) *Maintainability and Serviceability*

Kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti

5) *Sensory Characteristics*

Penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera, dan beberapa faktor lainnya mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas

6) *Esthical Profile and Image*

Kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan²³

C. Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah*

1. Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Jhon. C Mowen dan Minor²⁴, perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian,

²² Zulian Yamit. *Op. Cit.* hlm. 11

²³ Kasmir. *Pemasaran Bank Edisi Revisi.* (Jakarta: Kencana, 2010) hlm 123

²⁴ John. C Mowen dan Michael Miror, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002) hlm. 11

langkah-langkah ini termasuk pengenalan masalah, mencari, evaluasi *alternative* memilih dan evaluasi pasca perolehan. Sedangkan menurut Baron²⁵, mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses terjadinya identifikasi masalah, menetapkan tujuan pemecahan, pembuatan keputusan awal, pengembangan dan penilaian alternatif-alternatif, serta pemilihan salah satu alternatif yang kemudian dilaksanakan dan ditidakanjuti.

Berdasarkan definisi di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian, langkah-langkah ini termasuk identifikasi masalah, mencari, evaluasi *alternative* memilih dan evaluasi pasca perolehan kemudian untuk dilaksanakan dan ditidakanjuti.

2. Tahapan – Tahapan dalam Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler dan Amstrong, seseorang mengambil keputusan pembelian dapat melalui lima tahapan, yaitu:

a. Pengenalan terhadap kebutuhan

Konsumen mulai proses pembelian ketika menyadari dan merasakan adanya masalah atau kebutuhan konsumen, merasakan suatu perbedaan antara keadaan yang sekarang dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan

²⁵Robert A. Baron dan Donn Byrne, *social psychology: understanding human interaction*, (Boston: Allyn & Bacon, 1986) hlm. 69

jenis kebutuhan dan masalah apa yang timbul, apa yang menyebabkan, dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu.

b. Pencarian informasi

Seseorang terdorong oleh kebutuhan akan melakukan proses pembelian lebih lanjut yaitu pencarian informasi mengenai sumber-sumber dan menilainya. Ketika semakin banyak informasi yang diperoleh maka kesadaran konsumen terhadap sebuah produk akan meningkat. Pada tahap ini, konsumen mencari informasi secara aktif mengenai sebuah produk yang diinginkan.

c. Evaluasi alternatif

Konsumen akan menggunakan perhitungan yang cermat dan logis dalam memproses informasi untuk sampai pada pilihannya. Atas dasar tujuan pembelian, alternatif-alternatif pembelian yang telah diidentifikasi akan dinilai dan diseleksi menjadi satu alternatif pembelian yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.²⁶

d. Keputusan pembelian

Keputusan untuk membeli disini merupakan proses pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap sebelumnya dilakukan maka, *consume* yang memutuskan untuk membeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk,

²⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2012) hlm. 222-229

merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya. Dalam tahap ini, konsumen akan memilih penjual yang terbaik untuk membeli barang.

e. Purna atau pasca pembelian

Setelah memutuskan untuk mengambil suatu produk, proses pembelian tidak berakhir pada saat produk sudah dibeli tetapi berlanjut sampai periode sesudah pembelian. Konsumen akan merasakan suatu kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli suatu barang atau jasa. Konsumen merasa puas dan tidak puas didasarkan pada harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan. Ketika konsumen merasa puas maka akan cenderung menggunakan produk kembali namun jika konsumen tidak puas akan membawa efek pada konflik pasca pembelian.

3. Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan menurut Ahmad Sumiyanto²⁷, pembiayaan adalah aktivitas menyalurkan dana yang terkumpul kepada anggota pengguna dana, memilih jenis usaha yang akan dibiayai agar diperoleh jenis usaha yang produktif, menguntungkan dan dikelola oleh anggota yang jujur dan bertanggung jawab. Sementara itu, menurut keputusan menteri Negara koperasi dan usaha kecil dan menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang petunjuk kegiatan usaha koperasi jasa keuangan Syariah

²⁷Ahmad Sumiyanto, *BMT menuju Koperasi Modern.*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008) hlm. 165

“pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama permodalan antar koperasi dengan anggota, calon anggotanya. Yang mewajibkan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad disertai pembayaran sejumlah bagi hasil dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut.

Menurut Adiwarman Karim²⁸, *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Sementara itu, menurut PSAK No. 102²⁹, *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan harga barang tersebut kepada pembeli. Dan Menurut keputusan menteri Negara koperasi dan usaha kecil dan menengah No. 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004³⁰ tentang petunjuk kegiatan usaha koperasi jasa keuangan Syariah.

Murabahah adalah tagihan atas penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*) yang disepakati pihak penjual (koperasi) dan pembeli (nasabah), yang mewajibkan anggota untuk melunasi kewajibannya sesuai jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran imbalan berupa *Margin* keuntungan yang disepakati dimuka

²⁸A. Karim, Adiwarman. *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*. (Jakarta: Gema Insani Press. 2001) hlm. 113

²⁹accounting.binus.ac.id/2014/01/08/psak-102-revisi-2013-akuntansi-murabah/ PSAK No. 102

³⁰www.depkop.go.id

sesuai akad.³¹ Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa *Murabahah* merupakan suatu akad jual beli barang dengan harus menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*), dan pelunasan kewajiban disertai pembayaran *Margin* yang disepakati sesuai dengan akad.

Berdasarkan definisi tersebut di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pembiayaan *murabahah* adalah suatu aktifitas penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan dengan akad jual beli barang dengan menyatakan perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli, untuk dipergunakan dalam aktifitas yang produktif sehingga anggota dapat melunasi pembiayaan tersebut.

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Alima Setiayarini (2008)	<i>Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani</i>	Persepsi Nasabah (X_1) <i>Margin</i> (X_2), dan Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y)	Sama-sama menggunakan keputusan pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i> sebagai variabel dependen	Menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel independen

Sumber : Alima Setiayarini (2008).

³¹ Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek. Cet 1* (Jakarta: Gema Insani Press, 2010) hlm 160

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nur'atiah (2011)	<i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Nasabah Non Muslim Terhadap Pembiayaan Murabahah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Medan</i>	Biaya Akad (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Keuntungan Margin (X_3) dan Permintaan Murabahah (Y)	Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen	Menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel independen dan pengambialn keputusan pembiayaan murabahah sebagai variabel dependen
Visa Alvi Sa'adah (2015)	<i>Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Agritama Blitar</i>	Penetapan Harga (X_1), Tingkat Margin (X_2), Keputusan Pembiayan Murabahah (Y)	Sama-sama menggunakan keputusan pembiayaan murabahah sebagai variabel dependen	Menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel independen
Zulkifli (2016)	<i>Pengaruh Prosedur Pembiayaan, Margin, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang</i>	Prosedur Pembiayaan (X_1), Tingkat Margin (X_2) Kualitas Pelayanan (X_3), Keputusan Pengambilan Murabahah (Y)	Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan keputusan pengambilan sebagai variabel dependen	Menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel independen

Sumber : Nur'atiah (2011), Visa Alvi Sa'adah (2015) dan Zulkifli (2016).

Tabel 2.3
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Dwi Martono (2007)	<i>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah BMT Amanah Ummah di Universitas Muhammadiyah Surakarta</i>	Produk (X_1), Pelayanan (X_2), Distribusi (X_3), Bagi Hasil (X_4), Persepsi Nasabah (Y)	Sama-sama menggunakan variabel produk dan pelayanan sebagai variabel independen	Menggunakan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan <i>murabahah</i> sebagai variabel dependen
Musliana Ratnasari (2016)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta</i>	Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Produk (X_2), Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan (Y)	Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan keputusan pemilihan produk pembiayaan <i>murabahah</i> sebagai variabel dependen	menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel independen
Rizqa Ramadhani Tyas (2012)	<i>Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang</i>	Lokasi (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Keputusan Nasabah Menabung (Y)	Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel independen	menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel independen

Sumber : Dwi Martono (2007), Musliana Ratnasari (2016) dan Rizqa Ramadhani Tyas (2012).

Tabel 2.4
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Sujarwanti (2013)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keuntungan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di PT. BPR Syariah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta</i>	Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), Keuntungan (X_3) Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah (Y)	Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel independen	Menggunakan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah sebagai variabel dependen
Octarika Kusworo (2015)	<i>Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Lokasi Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada BNI Syariah Surakarta)</i>	Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk Tabungan (X_2), Kepuasan Nasabah (Y)	Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan sebagai variabel independen	Menggunakan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah sebagai variabel dependen
Udin Purnomo (2011)	<i>Pengaruh Kualitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bina Ikhsanul</i>	Kualitas Pelayanan (X_1), Persepsi Nasabah (X_2) dan Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Y)	Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan keputusan pembiayaan murabahah sebagai variabel dependen	Menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel independen

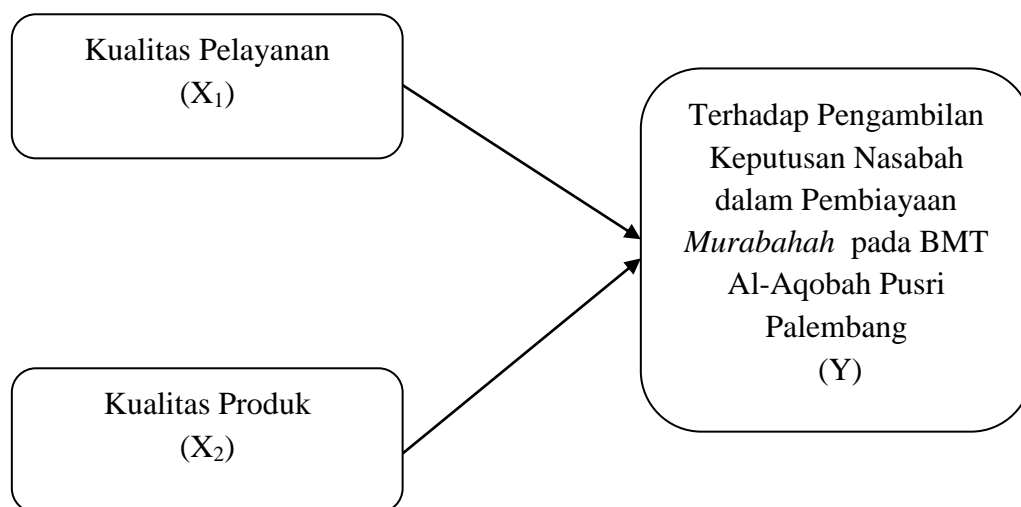
Sumber : Sujarwanti (2013), Octarika Kusworo (2015) dan Udin Purnomo (2011)

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal yang penting. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pikir yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang dominan untuk meningkatkan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

Gambar 2.1

Gambar Kerangka Pemikiran



F. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam

bentuk kalimat pertanyaan.³² Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu pengujian atau test yang disebut tes hipotesis. Ada dua macam hipotesis yang dibuat dalam suatu percobaan penelitian, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).³³

1. $H_0 : \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan dependen.
2. $H_a : \beta \neq 0$, terdapat pengaruh antara variabel independen dengan dependen.

Parasuraman menyatakan kepuasan pelanggan merupakan hasil dari persepsi pembeli mengenai kualitas layanan. Apabila kualitas layanan memberikan suatu yang sesuai dengan persepsi konsumen maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen.

Berdasarkan teori diatas yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan hipotesis dari kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut:

$H_0 : H_1 =$ Diduga variabel Kualitas pelayanan (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

$H_a : H_1 =$ Diduga Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

Pada penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina

³²Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta 2009) hal 93

³³Ety Rochayety, dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media 2009) hal 108

Mandiri Sejahtera Yogyakarta oleh Musliana Ratnasari (2016) diperoleh bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *Murobahah*.³⁴

Ho : H₂ = Diduga variabel Kualitas Produk (X₂) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

Ha : H₂ = Diduga Kualitas Produk (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

Pada penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keuntungan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di PT. BPR Syariah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta oleh Sujarwanti (2013) diperoleh bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *Murobahah*.³⁵

³⁴Musliana Ratnasari .(2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*. Jurnal Penelitian Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta.

³⁵ Sujarwanti. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keuntungan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di PT. BPR Syariah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta*. Jurnal Penelitian Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih BMT Al-Aqobah Pusri Palembang yang berada di jalan Mayor Zen Gedung PT. SAK Kel. Sei Selayur, Kalidoni Palembang.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁶ Penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan cara memperoleh pengetahuan atau permasalahan di mana data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka.³⁷

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei. Menurut Kerlinger yang dikutip Riduwan, penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga

³⁶Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta 2012) hlm 8

³⁷Toto Syatori Nasehuddie. *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar)* (Cirebon: STAIN Cirebon 2008) hlm 23

ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.³⁸

C. Sumber Data

Data yang diperoleh untuk kepentingan penelitian ini yaitu data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.³⁹ Data primer dalam penelitian ini antara lain berupa kuesioner yang diberikan kepada seluruh nasabah BMT Al-Aqobah Pusri Palembang yang aktif dalam pembiayaan *murabahah*.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah sumber yang diperoleh atau informasi yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti. Adapun subjek penelitian dalam skripsi ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu titik perhatian fokus penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah *Baitul Mal Wattamwil* (BMT) Al-Aqobah Pusri Palembang. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan

³⁸Muhammad Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta 2008) hlm 49

³⁹Umar Husein, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2003) hlm. 99

Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

E. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu ada 621 orang yang melakukan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. Sedangkan sampelnya adalah nasabah yang terdaftar aktif dalam pembiayaan *murabahah*.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan atau *accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁴⁰

Tingkat variasi populasi memberikan pengaruh dalam menentukan ukuran sampel. Semakin besar dispersi atau variasi suatu populasi maka semakin besar pula ukuran sampel yang diperlukan agar estimasi terhadap parameter populasi dapat dilakukan dengan akurat dan presisi.⁴¹ Dari penjelasan diatas serta adanya pendapat ahli bahwa jumlah sample yang dianjurkan dalam sebuah penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, adalah 1028 dari keseluruhan nasabah di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

⁴⁰Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta 2007) hlm 138

⁴¹ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2002) hlm. 132.

sampai dengan 621 yang memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.⁴²

Menurut Arikunto bahwa jika jumlah populasi kurang dari 100 orang maka sampelnya dapat diambil 100%, sedangkan jumlah populasi lebih dari 100 orang maka diambil sampel penelitian 10-15% atau 15%-25% atau lebih.⁴³ Dari keseluruhan populasi yang semuanya berjumlah 621 orang, maka sesuai pendapat diatas jumlah sampel dalam penelitian ini dapat diambil 14% dari keseluruhan jumlah populasi. Sehingga dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuisisioner kepada responden sebanyak 86 eksemplar yang dibagikan kepada nasabah memilih pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Kota Palembang.

G. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang pengumpulannya dilakukan melalui:

Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁴⁴ Setelah data terkumpul, dilakukan proses *editing* dalam dua tahap, yaitu: tahap pertama pada kuisisioner sebelum datanya *di-entry* untuk dianalisis dengan terlebih dahulu diberikan skor item jawaban

⁴² Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 94.

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002). hlm 108

⁴⁴ Soeratno & Lincoln Arsyad, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008) hlm. 91

pertanyaan kuisioner dengan skala Likert yaitu dengan menggunakan lima angka penilaian: 5. Sangat Setuju (SS), 4. Setuju (S), 3. Netral (N), 2. Tidak Setuju (TS), dan 1. Sangat Tidak Setuju (STS).⁴⁵

Tabel 3.1
Klasifikasi Skala Likert

No	Klasifikasi	Skor
1	Apabila jawaban “Sangat Setuju”	5
2	Apabila jawaban “Setuju”	4
3	Apabila jawaban “Netral”	3
4	Apabila jawaban “Tidak Setuju”	2
5	Apabila jawaban “Sangat Tidak Setuju”	1

Sumber : Hasan⁴⁶

H. Definisi Operasional Variabel

Setelah ditetapkan mana variabel bebas (*Independent variabel*) dan variabel terikat (*Dependent variabel*) maka akan dilakukan penjelasan atau pendefinisian terhadap masing-masing variabel yang digunakan terdiri dari:

1. Kualitas pelayanan (X_1) adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen⁴⁷
2. Kualitas Produk (X_2) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁴⁸ Menurut Philip Kotler definisi kualitas produk adalah “Kualitas Produk adalah segala sesuatu

⁴⁵ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Cet. 9 Bogor: Ghalia Indonesia, 2014) hlm 243

⁴⁶ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghlmia Indonesia, 2002) hlm. 72

⁴⁷ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama (Yogyakarta: Andi Ofset 2001) hlm 50

⁴⁸ Philip Kotler, *Marketing Management 9e*, alih bahasa : Hendra teguh dan Ronny A. Rusli, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) hlm 49

yang ditawarkan organisasi jasa untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.⁴⁹

3. Pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y) adalah Menurut Jhon. C Mowen dan Minor “perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian, langkah-langkah ini termasuk pengenalan masalah, mencari, evaluasi *alternative* memilih dan evaluasi pasca perolehan”.⁵⁰

Menurut Adiwarman Karim “*Murobahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli”.⁵¹

Dengan demikian, pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murobahah* adalah keputusan nasabah pada saat melakukan pengambilan pembiayaan *murobahah* melalui serangkaian langkah-langkah meliputi: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi *alternative*, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

⁴⁹ *Ibid.* hlm 52

⁵⁰ John. C Mowen dan Michael Miror. *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga2002) hlm 11

⁵¹ Adiwarman Karim. *Bank Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2008) hlm 113

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	1. <i>Tangibles</i> (Wujud Fisik)	Fasilitas yang dimiliki
		2. <i>Reliability</i> (Kehandalan)	Kemampuan memberikan pelayanan
		3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Menanggapi keinginan pelanggan dengan baik dan cepat
		4. <i>Assurance</i> (Jaminan)	Adanya jaminan kerahasiaan pelanggan
		5. <i>Empathy</i> (Perhatian)	Permohonan maaf atas pelayanan yang kurang baik
2	Kualitas Produk (X_2)	1. Sesuai dengan kebutuhan dan tujuan	Sesuai dengan kebutuhan dan tujuan
		2. Persyaratan cukup ringan	Persyaratan cukup ringan
		3. Lebih mudah pelaksanaan	Lebih mudah pelaksanaan
		4. Merasa lebih nyaman dan memuaskan	Merasa lebih nyaman dan memuaskan
		5. Lebih mudah di pahami	Lebih mudah di pahami
		6. Kesan pelanggan	Kesan pelanggan terhadap pelayanan
3	Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y)	1. Biaya administrasi murah	Biaya administrasi murah
		2. Kebutuhan yang mendesak	Kebutuhan yang mendesak
		3. Untuk modal usaha	Untuk modal usaha
		4. Prosedur mudah	Prosedur mudah
		5. Sesuai Syariah	Akad transaksi sesuai dengan syariat Islam

Sumber : Gagasan penulisan berdasarkan teori, 2017

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu data-data yang diperoleh kemudian dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan metode yang telah ditetapkan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut maka pemilihan tes statistik yang akan dilakukan adalah regresi linier berganda.

Perangkat lunak yang digunakan adalah *software* SPSS 16.00 yaitu dengan menggunakan metode pengukuran data dan teknik pengolahan data. Dalam proses analisisnya, teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ditempuh dalam beberapa teknik analisis data yaitu:

1. Uji instrumen penelitian di bagi menjadi dua, yaitu:

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item-item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien

korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.⁵²

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang di gunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. Dalam program SPSS 16,00 akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan metode Cronbach's Alpha. Metode Cronbach's Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala rentangan (> 60).⁵³

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, atau pun rasio. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data yang dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

⁵² Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010) hlm 90

⁵³ *Ibid* hlm 97-98

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Dikatakan terjadi *multikolinieritas* jika koefisien korelasi antara variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) lebih besar dari 0,60 (pendapat lain: 0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak terjadi *multikolinieritas* jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0,60$). Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 maka terjadi gejala *multikolinierita* yang tinggi.⁵⁴ Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, yaitu Uji Spearman's rho, Uji Glejser, Uji Park, dan

⁵⁴Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011) hlm. 79

melihat pola grafik regresi. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.⁵⁵

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Dimana :

$$Y = \text{Pembiayaan } \textit{Murabahah}$$

$$a = \text{Konstanta}$$

$$b_1 = \text{Koefisien regresi variabel } X_1$$

$$b_2 = \text{Koefisien regresi variabel } X_2$$

$$X_1 = \text{Kualitas Pelayanan}$$

$$X_2 = \text{Kualitas Produk}$$

$$e = \text{Tingkat Error, tingkat kesalahan}$$

⁵⁵Danang Sunyoto, *Op. Cit* hlm 81-83

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

a. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2 \dots X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). F hitung dapat di cari dengan rumus berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2 \dots X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

Hasil uji t dapat dilihat pada output *Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.⁵⁶

5. Uji Determenasi R Square (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebab dari variabel-variabel independen yang menerangkan variabel dependen atau angka yang menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen.

Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$, yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Pada penelitian ini juga akan digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah observasinya, karena lebih menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.⁵⁷

⁵⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010) hlm 61-68.

⁵⁷ Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011) hlm. 87-88.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

1. Sejarah singkat BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

BMT Al-Aqobah adalah sebuah perusahaan yang bergerak dilembaga keuangan mikro syariah atau koperasi simpan pinjam berprinsip syariah untuk pembiayaan modal usaha atau konsumtif, juga memiliki fungsi membantu pemberdayaan umat dengan melakukan pembinaan masyarakat dalam membentuk kelompok mitra BMT (K.M.B), serta menyalurkan infak, zakat dan shadaqah (ZIS), selain itu BMT Al-Aqobah memiliki usaha dalam sektor real berupa kerja sama dengan asuransi takaful dan event organizer (E.O).

Kepengurusan BMT Al-Aqobah berada dibawah badan pengurus masjid Al-Aqobah, dengan jumlah anggota sebanyak 22 anggota pendiri. BMT Al-Aqobah didirikan dan dasar kepedulian atas dasar sesama, ditunjukkan kepada pedagang-pedagang kecil untuk pemberian pembiayaan agar bisa terlepas dari rentenir dan proses ribawi, serta memberikan kesempatan kepada masyarakat yang ingin membuka usaha untuk diberikan pelatihan, dibina, dalam manajemen keuangan dan bisnis serta diberikan modal usaha, agar bisa mandiri serta dapat meningkatkan taraf hidupnya.⁵⁸

⁵⁸ Dokumentasi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

2. Visi dan Misi BMT Al-Aqobah

Visi BMT adalah mewujudkan kualitas anggota, keluarga dan masyarakat di lingkungan yang selamat, damai, sejahtera dengan mengembangkan lembaga dan usaha dan kelompok usaha masyarakat (POKUSMA) berlandaskan atas azas dan prinsip-prinsip dasar yang maju berkembang, terpercaya, aman dan nyaman, transparan, dan berkehati-hatian.

Misi BMT adalah mengembangkan POKUSMA dan BMT berlandaskan atas azas dan prinsip-prinsip dasar yang maju berkembang, terpercaya, aman dan nyaman, transparan dan berkehati-hatian sehingga terwujud kualitas anggota, keluarga dan masyarakat dilingkungan BMT yang selamat dan sejahtera.

3. Tujuan Lembaga BMT Al-Aqobah

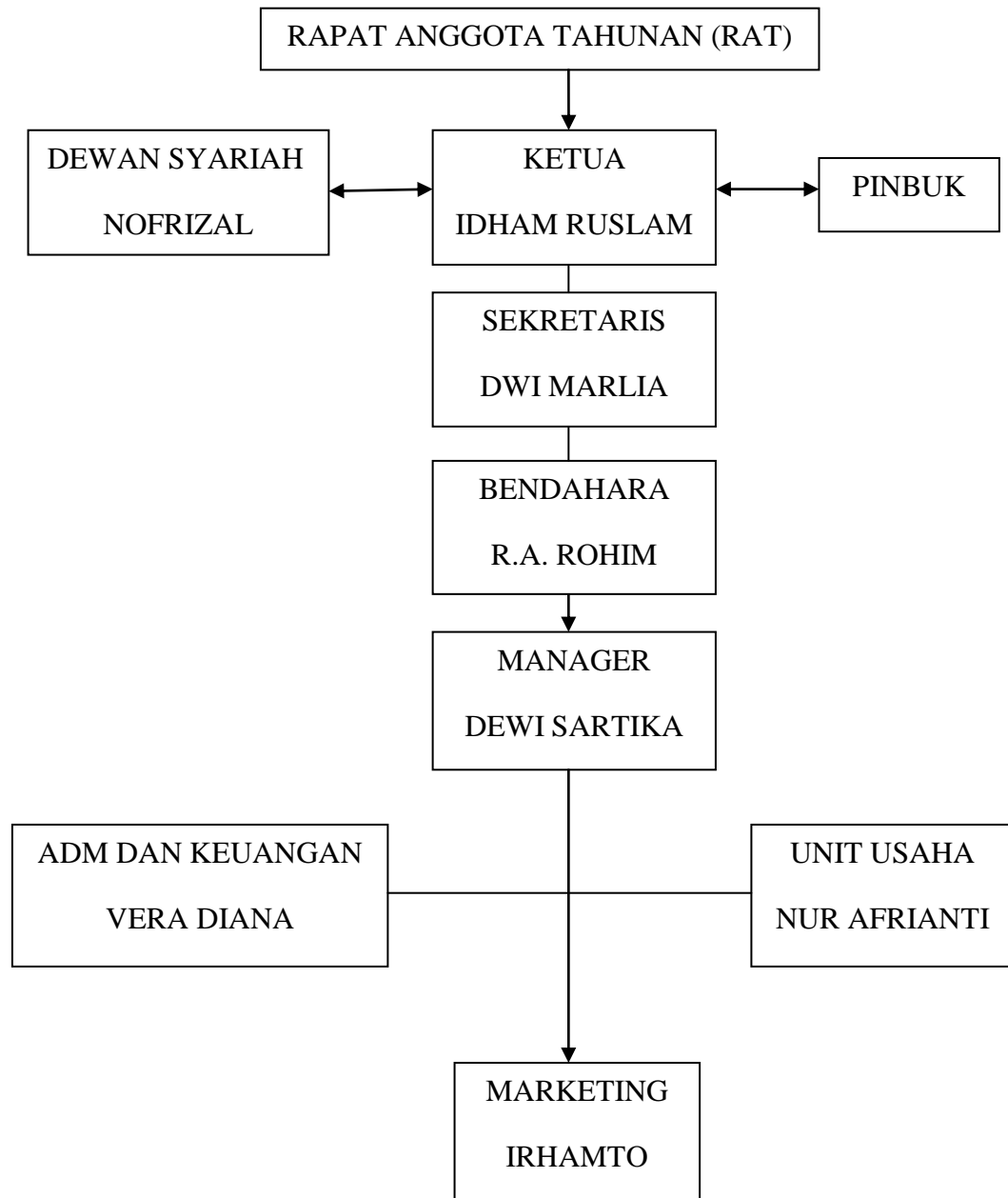
Alasan didirikannya BMT Al-Aqobah Palembang, diantaranya:

- a. Membantu manajemen perekonomian masyarakat kalangan menengah kebawah
- b. Membantu masyarakat usaha mikro untuk maju secara ekonomi, terbebas dari jeratan rentenir dan meningkatkan kesadaran menabung dan beusaha secara mandiri.
- c. Menumbuh kembangkan kepercayaan masyarakat kepada BMT Al-Aqobah dan mengembangkan BMT Al-Aqobah secara mandiri.⁵⁹

⁵⁹ Dokumentasi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

4. Struktur Organisasi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

Gambar 4.1
Srtuktur Organisasi BMT Al-Aqobah pusri Palembang



Sumber: BMT Al-Aqobah Pusri Palembang, 2017

B. Deskripsi Responden

1. Analisis profil responden

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Al-Aqobah di Palembang. Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik Sampling menurut Slovin dengan jumlah sampel sebanyak 86 orang responden. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 86 eksamplar dan semua kuesioner kembali serta responden telah mengisi kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian. Selanjutnya dalam profil responden diperinci menurut jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan. Salah satu tujuan dari pengelompokan responden adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	58	67,4%
Perempuan	28	32,6%
Total	86	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2017

Profil responden berdasarkan tabel 4.1 jenis kelamin menjelaskan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah laki-laki yakni sebanyak 58 orang atau 67,4%, sedangkan perempuan sebanyak 28 orang atau 32,6%, sehingga dari perbandingan persentase profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah dalam penelitian ini pada BMT Al-Aqobah Palembang adalah laki-laki.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan umur responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Profil Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
<20 tahun	8	9,3%
21-30 tahun	19	22,1%
31-40 tahun	22	25,6%
41-50 tahun	22	25,6%
>50 tahun	15	17,4%
Total	86	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 yakni profil responden berdasarkan umur menjelaskan bahwa umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 31-40 yakni sebanyak 22 orang atau 25,6%, kemudian yang berumur 41-50 tahun yakni sebanyak 22 orang atau 25,6%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah BMT AL-Aqobah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki umur antara 31-40, 41-50 yakni sebanyak 22 orang atau 25,6% tahun.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Umur	Frekuensi	Persentase
SD	2	2,3%
SMP	8	9,3%
SMA	34	39,5%
Diploma	26	30,2%
Sarjana	16	18,6%
Total	86	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 yakni profil responden berdasarkan pendidikan terakhir bahwa pendidikan terakhir responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah SMA sebanyak 34 orang atau 39,5%, kemudian SD sebanyak 2 orang atau 2,3%, SMP sebanyak 8 orang atau 9,3%, Diploma sebanyak 26 orang atau 30,2% dan pendidikan Sarjana sebanyak 16 orang atau 18,6% sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah BMT AL-Aqobah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pendidikan terakhirnya SMA.

Tabel 4.4
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	19	22,1%
PNS/TNI/POLRI	14	16,2%
Pegawai Swasta	22	25,6%
Wiraswasta	31	36,1%
Total	86	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 yakni profil responden berdasarkan pekerjaan bahwa pekerjaan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah Wiraswasta sebanyak 31 orang atau 36,1%, kemudian PNS/TNI/POLRI sebanyak 14 orang atau 16,2%, Pelajar/Mahasiswa sebanyak 19 orang atau 22,1%, dan Pegawai Swasta sebanyak 22 orang atau 25,6% sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah BMT AL-Aqobah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pekerjaannya Wiraswasta.

2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan atau Variabel Independen (X_1)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas pelayanan (X_1) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X_1)

No	Indikator	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Fasilitas	9	65	11	1	0	86	10,5%	75,6%	12,8%	1,2%	0%	100%
2	Pelayanan	12	61	12	1	0	86	14,0%	70,9%	14,0%	1,2%	0%	100%
3	Tanggapan	8	50	24	4	0	86	9,3%	58,1%	27,9%	4,7%	0%	100%
4	Jaminan	14	47	22	2	1	86	16,3%	54,7%	25,6%	2,3%	1,2%	100%
5	Perhatian	14	48	22	2	0	86	16,3%	55,8%	25,6%	2,3%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 65 responden atau 75,6% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap fasilitas yang dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi ($X_{1.1}$).

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 61 responden atau 70,9% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai memberikan pelayanan dengan baik, sabar, dan sopan (X1.2).

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 50 responden atau 58,1% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai BMT Al-Aqobah menanggapi keinginan nasabah dengan baik dan cepat (X1.3).

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 47 responden atau 54,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap BMT Al-Aqobah menjamin kerahasiaan nasabah dalam bertransaksi (X1.4).

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 48 responden atau 55,8% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap para pegawai BMT Al-Aqobah selalu meminta maaf apabila ada pelayanan yang kurang baik dalam melaksanakan tugasnya (X1.5).

3. Deskripsi Variabel Kualitas Produk atau Variabel Independen (X_2)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas produk (X_2) dapat di uraikan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X₂)

No	Indikator	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Kebutuhan	15	55	16	0	0	86	17,4%	64,0%	18,6%	0%	0%	100%
2	Persyaratan	19	54	12	1	0	86	22,1%	62,8%	14,0%	1,2%	0%	100%
3	Kemudahan	19	53	12	2	0	86	22,1%	61,6%	14,0%	2,3%	0%	100%
4	Kenyamanan	23	47	15	1	0	86	26,7%	54,7%	17,4%	1,2%	0%	100%
5	Pemahaman	22	52	10	2	0	86	25,6%	60,5%	11,6%	2,3%	0%	100%
6	Kesan	17	50	19	0	0	86	19,8%	58,1%	22,1%	0%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 55 responden atau 64,0% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap sesuai dengan kebutuhan dan tujuan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* (X2.1).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 54 responden atau 62,8% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap persyaratan yang dilakukan cukup ringan dan mudah (X2.2).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 53 responden atau 61,6% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kemudahan dalam melaksanakan pencarian pembiayaan *murabahah* (X2.3).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 47 responden

atau 54,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap merasa lebih nyaman dan memuaskan pelayanan jasa yang diberikan (X2.4).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 52 responden atau 60,5% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap lebih mudah dipahami memilih pembiayaan *murabahah* (X2.5).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 50 responden atau 58,1% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kesan pelanggan terhadap pelayanan jasa pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sudah baik (X2.6).

4. Deskripsi Variabel Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* atau Variabel Dependen (Y)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) dapat di uraikan dengan tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Pengambilan Keputusan Nasabah
Dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y)

No	Indikator	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Biaya	27	46	13	0	0	86	31,4%	53,5%	15,1%	0%	0%	100%
2	Membantu	10	47	16	13	0	86	11,6%	54,7%	18,6%	15,1%	0%	100%
3	Modal	9	65	11	1	0	86	10,5%	75,6%	12,8%	1,2%	0%	100%
4	Prosedur	9	62	14	1	0	86	10,5%	72,1%	16,3%	1,2%	0%	100%
5	Akad	20	54	12	0	0	86	23,3%	62,8%	14,0%	0%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 46 responden atau 53,5% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap biaya administrasi yang murah dan tidak memberatkan (Y1).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 47 responden atau 54,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap untuk membantu kebutuhan yang mendesak (Y2).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 65 responden atau 75,6% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap untuk modal usaha dagangan (Y3).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 62 responden atau 72,1% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap prosedur yang dilakukan sangatlah mudah dan tidak menyusahkan (Y4).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 54 responden atau 62,8% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap akad transaksi yang dilakukan sudah sesuai dengan syariat Islam (Y5).

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,21. Berikut pengujian validitas pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1.	X1.1	0,405	0,2120	Valid
2.	X1.2	0,371	0,2120	Valid
3.	X1.3	0,634	0,2120	Valid
4.	X1.4	0,640	0,2120	Valid
5.	X1.5	0,512	0,2120	Valid
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0				

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil pengolahan data variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat

valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

b. Variabel Kualitas Produk (X_2)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,21. Berikut pengujian validitas pada variabel Kualitas Produk (X_2). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1	X2.1	0,320	0,2120	Valid
2	X2.2	0,326	0,2120	Valid
3	X2.3	0,436	0,2120	Valid
4	X2.4	0,415	0,2120	Valid
5	X2.5	0,520	0,2120	Valid
6	X2.6	0,364	0,2120	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil pengolahan data variabel Kualitas Produk (X_2) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

c. Variabel Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,21. Berikut pengujian validitas pada variabel Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1	Y1	0.481	0,2120	Valid
2	Y2	0.741	0,2120	Valid
3	Y3	0.551	0,2120	Valid
4	Y4	0.553	0,2120	Valid
5	Y5	0.477	0,2120	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.10 diatas hasil pengolahan data variabel Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y). Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

2. Uji Realibity

Realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dimana Kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari $> 0,60$ sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha (α)	Nilai Alpha	Hasil Realibilitas
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,741	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk (X_2)	0,683	0,60	Reliabel
3	Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y)	0,786	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.11 diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

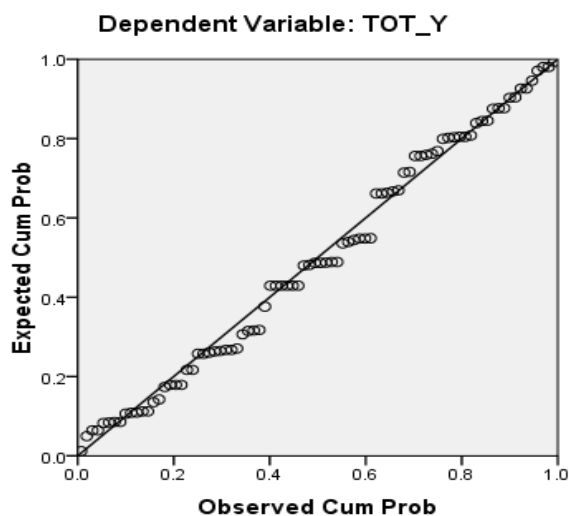
1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun

mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS 16.0. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Pada gambar 4.2 terlihat bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 . Dan sebaliknya apabila *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model	B	Std. Error	Beta					Tolerance
1	(Constant)	2.563	.516		4.966	.000		
	Kualitas Pelayanan	.443	.112	.412	3.947	.000	.930	1.075
	Kualitas Produk	.344	.120	.125	2.866	.001	.930	1.075

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

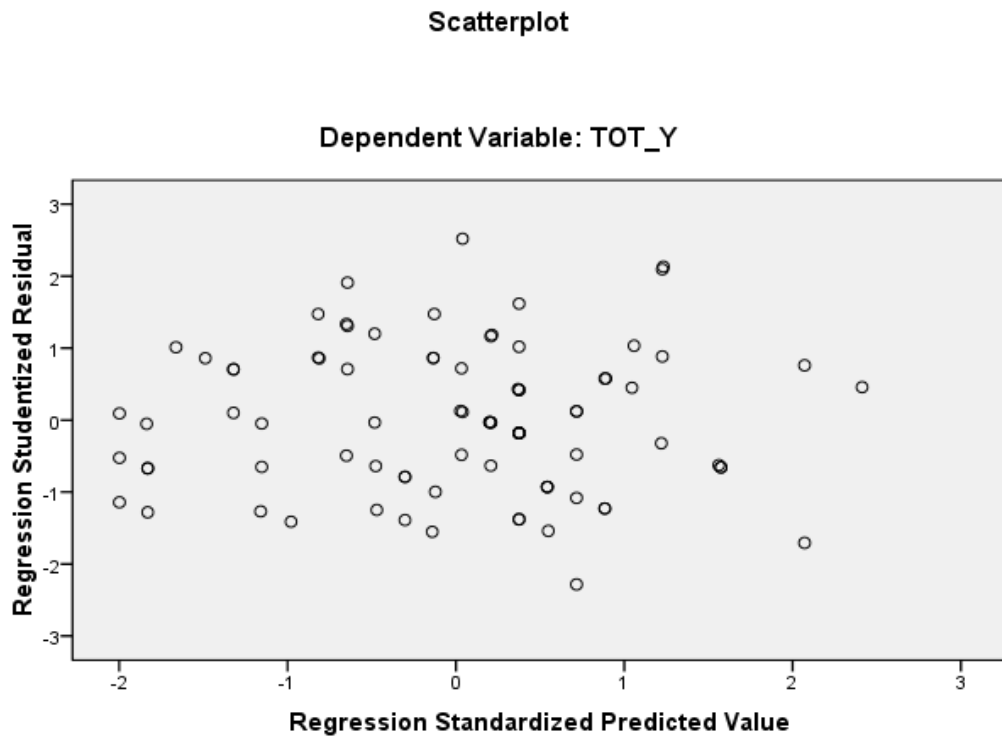
Dari tabel 4.12 diatas diketahui nilai *VIF* (*variance Inflation Faktor*) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (non-multikolinearitas).

3. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas diuji dengan melihat hasil uji spss pada gambar scatterplot dimana ketentuannya adalah apabila gambar membentuk pola maka terjadi Heterokedastisitas. Dan apabila pada gambar tidak

membentuk pola atau acak maka tidak terjadi Heterokedastisitas. Berikut gambar yang disajikan di bawah ini:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Dari gambar 4.3 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) Pada BMT Al-

Aqobah Pusri Palembang.

Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.563	.516		4.966	.000		
	Kualitas Pelayanan	.443	.112	.412	3.947	.000	.930	1.075
	Kualitas Produk	.344	.120	.125	2.866	.001	.930	1.075

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

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

Dimana :

$$Y = \text{Pembiayaan } \textit{Murabahah}$$

$$a = 2,563$$

$$b_1 = 0,443$$

$$b_2 = 0,344$$

$$X_1 = \text{Kualitas Pelayanan}$$

$$X_2 = \text{Kualitas Produk}$$

$$e = \text{Tingkat Error, tingkat kesalahan}$$

$$Y = 2,563 + 0,443X_1 + 0,344X_2$$

Bilangan Konstanta mempunyai nilai sebesar 2,563 (positif) menyatakan bahwa jika mengabaikan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) maka skor Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) adalah 2,563. Artinya masih tetap ada Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* walaupun nilai X_1 dan X_2 terhadap Y bernilai nol (0).

Koefisien regresi X_1 sebesar 0,443 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Kualitas Pelayanan akan meningkatkan skor Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* sebesar 0,443 dengan menjaga skor Kualitas Produk (X_2) tetap/konstan. Jika ada penurunan terhadap Kualitas Pelayanan (X_1) akan menurunkan Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y).

Koefisien regresi X_2 sebesar 0,344 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Kualitas Produk akan meningkatkan skor Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* sebesar 0,344 dengan menjaga skor Kualitas Pelayanan (X_1) tetap/konstan. Jika ada penurunan terhadap Kualitas Produk (X_2) akan menurunkan Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah*.

F. Uji Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara bersama/simultan berpengaruh terhadap variabel Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.917	2	1.959	7.802	.001 ^a
	Residual	20.838	83	.251		
	Total	24.756	85			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Uji F dikatakan berpengaruh jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} $> 3,95$ sedangkan apabila nilai F_{hitung} lebih kecil dari $F_{tabel} < 3,95$ maka uji F dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.14 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} $7,802 > F_{tabel}$ $3,95$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama/simultan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

2. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara individu/parsial berpengaruh terhadap variabel Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.563	.516		4.966	.000		
Kualitas Pelayanan	.443	.112	.412	3.947	.000	.930	1.075
Kualitas Produk	.344	.120	.125	2.866	.001	.930	1.075

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Uji T dikatakan berpengaruh jika nilai T_{hitung} lebih besar dari $T_{tabel} > 1,988$ sedangkan apabila nilai T_{hitung} lebih kecil dari $T_{tabel} < 1,988$ maka uji T dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dijelaskan masing-masing variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara individu/parsial berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sebagai berikut :

- a. Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1) secara individu/parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan

murabahah (Y). Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar = 3,947 terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y) sebesar = 1,988 hal ini berarti $t_{hitung} 3,947 > t_{tabel} 1,988$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X_1) terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y).

- b. Pengaruh variabel kualitas produk (X_2) secara individu/parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas produk (X_2) sebesar = 2,866 terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y) sebesar = 1,988 hal ini berarti $t_{hitung} 2,866 > t_{tabel} 1,988$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk (X_2) terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi R Square (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (*R Square*), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan *R Square* dapat dilihat pada output *Model Sumarry*. Pada kolom *R Square* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-

variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Determinasi R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.598 ^a	.458	.438	1.501

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.16 hasil output di atas menunjukkan bahwa pada kolom R Square diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,458 atau 45,8%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk) terhadap variabel terikat (pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*) adalah sebesar 45,8%, sedangkan sisanya ($100 - 45,8 = 54,2$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari uji validitas dan realibilitas menunjukkan bahwa uji validitas dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih besar dari $R_{tabel} > 0,2120$ dilihat dari pengujian diatas menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari R_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Sedangkan hasil dari uji realibilitas menunjukkan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan pengambilan

keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* semua nilai *cronbach alpha* sudah melebihi nilai > 60 yang telah ditentukan.

Dari hasil uji normalitas diatas bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji dari multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF < 10 yang dimana nilai VIF-nya adalah 1,142. Hasil uji dari heterokedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Dari hasil analisis data variabel (X_1) Kualitas Pelayanan dengan indikator fasilitas yang dimiliki, kemampuan memberikan pelayanan, menanggapi keinginan pelanggan dengan baik dan cepat, adanya jaminan kerahasiaan pelanggan, permohonan maaf atas pelayanan yang kurang baik. Maka, kelompok kualitas pelayanan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan sebesar 0,443%. Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muslina Ratnasari tahun 2016 “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta” yang menyatakan bahwa tingkat kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

Dari hasil analisis variabel (X_2) Kualitas Produk dengan indikator sesuai dengan kebutuhan dan tujuan nasabah, persyaratan yang dilakukan cukup ringan, kemudahan dalam melaksanakan pencarian, merasa lebih nyaman dan memuaskan, lebih mudah dipahami, kesan pelanggan terhadap pelayanan jasa. Maka, kualitas produk mempunyai kontribusi pengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan sebesar 0,344%. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Sujarwanti tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keuntungan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di PT. BPR Syariah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta” yang menyatakan bahwa tingkat kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

Dalam pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Peneliti menguji dengan uji F. Yaitu dilihat dari tabel (*ANNOVA*) bahwa F hitung lebih besar dari F tabel dengan taraf signifikansi 0.001. Maka dapat dijelaskan bahwa kedua variabel antara pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) berpengaruh signifikan.

Dalam pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara individu terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Peneliti menguji dengan uji T. Yaitu dilihat dari tabel (*Coefficients*) bahwa T hitung lebih besar dari T tabel dengan taraf signifikansi Kualitas Pelayanan (X_1) = 0.000 Kualitas Produk (X_2) = 0.001. Maka dapat dijelaskan bahwa kedua variabel antara pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara individu terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) berpengaruh signifikan.

Hasil dari uji Determinasi R Square menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas (variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk) terhadap variabel terikat (pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*) adalah sebesar 0.458 atau 45,8%, sedangkan sisanya ($100 - 45,8 = 54,2\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Muslina Ratnasari (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan *Murabahah* di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta. Variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan dan citra produk. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh

kualitas pelayanan dan citra produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan *Murabahah* di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penelitian yang dilakukan oleh Sujarwanti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Keuntungan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan *Murabahah* di PT. BPR Syari'ah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta. Variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keuntungan. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keuntungan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan *Murabahah* di PT. BPR Syari'ah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dari kesimpulan dua penelitian diatas menunjukkan bahwa ada dukungan dari penelitian ini untuk penulis mengkajinya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang” yang aktif dalam pembiayaan *murabahah* sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Sehingga semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang maka akan semakin tinggi jumlah anggota yang mengajukan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang dengan demikian hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan “terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang” terbukti.
2. Variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Sehingga semakin bagus kualitas pelayanan dan kualitas produk pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang maka akan semakin tinggi jumlah anggota yang mengajukan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang dengan

demikian hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan “terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang” terbukti.

B. Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Dari sisi akademis

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih banyak (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan di berbagai tempat.

2. Dari sisi perusahaan (BMT Al-Aqobah Pusri Palembang)

Untuk perkembangan dalam BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, dengan demikian kegiatan operasional pada BMT al-Aqobah Pusri Palembang akan berjalan dengan lancar. Serta tingkatkan kualitas pelayanan untuk menjadi daya tarik nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmarman. (2001). *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press.
- A. Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*. (Jakarta: Gema Insani Press. 2001)
- accounting.binus.ac.id/2014/01/08/psak-102-revisi-2013-akuntansi-murabah/
PSAK No. 102
- Alima Setiarini. *pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murobahah di BMT Bumi sekar madani*. di akses di (eprints.uny.ac.id/7663/1/1-08412141009.pdf) 20 September 2015 jam 20:10 WIB (Skripsi di terbitkan 2008).
- Antonio, M. Syafi'i. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2010). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek. Cet 1* Jakarta: Gema Insani Press
- Arikunto, Suharsimi. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dokumentasi BMT Insan Mulia Palembang.
- Dwi Martono. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah BMT Amanah Ummah di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses di (ums.ac.id/1854/) 14 januari 2017 jam 15:10 WIB (Skripsi di terbitkan 2007)
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghlmia Indonesia.
- Husein, Umar. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Karim, Adiwarmarman (2008). *Bank Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Karsono. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap*

Loyalitas Pelanggan, (Jurnal Bisnis dan Ekonomi) di akses di (eprints.uny.ac.id/7663/1/1-08412141009.pdf) 1 februari 2017 jam 21:10 WIB (Jurnal di terbitkan 2010).

Kasmir. SE. M.M. (2010). *Pemasaran Bank, Edisi Revisi* Jakarta : Kencana.

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

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary *Prinsip-Prinsip Pemasaran* , (Jakarta: Raja Grafindo, 2012)

Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management 9e*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: penerbit PRENHALLIN DO.

Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi,

Mowen, John. C dan Miror, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Musliana Ratnasari. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*. Jurnal Penelitian Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta. di akses di (digilib.suka.ac.id/746/1/2-36589100.pdf) 15 februari 2017 jam 10:08 WIB (Jurnal di terbitkan 2016).

Nasehuddie, Toto Syatori. (2008). *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar)*. Cirebon: STAIN Cirebon.

Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian Cet. 9* Bogor: Ghalia Indonesia.

Nur "atiah. *faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan nasabah non Muslim terhadap pembiayaan Murobahah di PT. Bank Syariah mandiri cabang medan* di akses di (repository.usu.ac.id/xmlui/handle/123456789/28842?show=full) 20 September 2015 jam 20:15 WIB (Skripsi di terbitkan 2011).

Octarika Kusworo. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Lokasi Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada BNI Syariah Surakarta)*. Jurnal Penelitian Universitas Surakarta, Jawa Tengah. di akses di (eprints.uny.ac.id/7663/1/1-08412141009.pdf) 15 februari 2017 jam 10:10 WIB (Jurnal di terbitkan 2015).

- Priyatno, Duwi. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: MediaKom.
- Riduwan, Muhammad. (2008). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rizqa Ramadhaning Tyas. (2012). *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*. Jurnal Penelitian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga. di akses di (www.stain.ac.id/236/1/1-099340.pdf) 15 Februari 2017 jam 10:12 WIB (Jurnal di terbitkan 2012).
- Rochayety, Ety dkk (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. (2002). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sianipar, J.P.G. (2008). *Manajemen Pelayanan Masyarakat*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Soeratno & Arsyad, Lincolin. (2008) *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiyono (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alvabeta.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarwanti. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keuntungan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di PT. BPR Syariah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta*. Jurnal Penelitian Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. di akses di (digilib.suka.ac.id/71656/1/1-02990087340.pdf) 15 Februari 2017 jam 10:14 WIB (Jurnal di terbitkan 2013).
- Sumiyanto, Ahmad (2008). *BMT menuju Koperasi Modern*. Yogyakarta: ISES Publishing.
- Sunyoto, Danang. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Teuku Edyansyah. (2005). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo)*. Jurnal

Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara. di akses di (www.um.ac.id/236/1/1-2661870.pdf) 15 Februari 2017 jam 10:16 WIB (Jurnal di terbitkan 2005).

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Ofset.

Udin purnomo. *pengaruh kualitas layanan dan persepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Bina ikhsanul fikry yogyakarta* di akses di (eprints.uny.ac.id/7663/3/BAB%202-08412141009) 20 September 2015 jam 20:12 WIB (Skripsi di terbitkan 2011)

Visa alvi sa'adah. *Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota Bmt Agritama Blitar* di akses di (repo.iain-tulungagung.ac.id) 20 September 2015 jam 20:20 WIB (Skripsi di terbitkan 2015)

Widyaningrum, Nurul. (2002). *Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil*. Bandung: Akatiga.

www.depkop.go.id

Yamit, Zulian. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Yogyakarta: Ekonista, 2005)

Zulkifli. “*Pengaruh Prosedur Pembiayaan, Margin, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT al-Aqobah Pusri Palembang*”. (Skripsi tidak diterbitkan 2016)

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : **DIMAS SUHENDRA SYAHRI RAMADHAN**
Tempat dan Tanggal lahir : Palembang, 15 Februari 1995
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
No. Telepon : 0896 – 2738- 0408
Alamat : Jl. Inspektur Marzuki, Jl. Pembangunan Rt
03/Rw09 No. 2451 Pakjo, Kec. Ilir Barat I, Kel.
Siring Agung

Riwayat Pendidikan

1. SD. N 27 Palembang (2001 – 2007)
2. SMP N 22 Palembang (2007 - 2010)
3. SMA Swasta ARINDA Palembang (2010 – 2013)

Nama Orang Tua

Ayah : Amzi Hamzain, Sos
Ibu : Sulis Mawati
Status dalam Keluarga : Anak Kedua dari 4(Empat) Bersaudara

Nama Saudara

1. Mareta Purnama Sari
2. Dimas Suhendro Aris Munandar
3. Muhammad Qurais Akbar

Riwayat Organisasi

1. Anggota Pramuka di SD N 27 Palembang
2. Pusat Kajian Ekonomi Islam UIN RF (Anggota) periode 2013-2014
3. HMPS EKI (Anggota) periode 2013-2014
4. Senat Mahasiswa FEBI (Anggota) periode 2014-2015
5. KOPMA UIN RF (Anggota) periode 2014-2015
6. LDK Refah UIN RF (Anggota) 2013-2014
7. LITBANG Refah UIN RF (Anggota) 2013-2014

8. KAMMI Refah UIN RF (Anggota) 2013-2014

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA BMT AL-AQOBAH PUSRI PALEMBANG

Petunjuk Pengisian:

Berikan Tanda (√) pada alternatif jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i yang paling sesuai.

1. No* : (*diisi Petugas)
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Umur : < 20 Tahun 40-49
 21-29 Tahun > 50 Tahun
 30-39 Tahun
4. Pendidikan : SD Diploma
 SMP Sarjana
 SMA
5. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 PNS/TNI/POLRI
 Pegawai Swasta
 Wiraswasta

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda centang (√) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada 5 (lima) pilihan yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

PERNYATAAN

A. Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Fasilitas yang dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi					
2.	Pegawai memberikan pelayanan dengan baik, sabar, dan sopan					
3.	Pegawai BMT Al-Aqobah menanggapi keinginan nasabah dengan baik dan cepat					
4.	BMT Al-Aqobah menjamin kerahasiaan nasabah dalam bertransaksi					
5.	Para pegawai BMT Al-Aqobah selalu meminta maaf apabila ada pelayanan yang kurang baik dalam melaksanakan tugasnya					

B. Kualitas Produk (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
6.	Sesuai dengan kebutuhan dan tujuan nasabah dalam memilih pembiayaan <i>murabahah</i>					
7.	Persyaratan yang dilakukan cukup ringan dan mudah					
8.	Kemudahan dalam melaksanakan pencarian pembiayaan <i>murabahah</i>					
9.	Merasa lebih nyaman dan memuaskan pelayanan jasa yang diberikan					
10.	Lebih mudah dipahami memilih pembiayaan <i>murabahah</i>					
11.	Kesan pelanggan terhadap pelayanan jasa pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sudah baik					

C. Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
12.	Biaya administrasi yang murah dan tidak memberatkan					
13.	Untuk membantu kebutuhan yang mendesak					
14.	Untuk modal usaha dagangan					
15.	Prosedur yang dilakukan sangatlah mudah dan tidak menyusahkan					
16.	Akad transaksi yang dilakukan sudah sesuai dengan syariat Islam					



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl.Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Kode Pos 30126 Kotak Pos : 54 Telp (0711) 354668 KM. 3.5 Palembang

Formulir D 2

Hal : Mohon Izin Penjilidan Skripsi

Kepada Yth.
Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM/Program Studi : 13190060/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

Telah selesai melaksanakan perbaikan skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Palembang, 4 Mei 2017

Penguji Utama,

Mismiwati, SE., MP
NIP. 196810272014112000

Penguji Kedua

Aziz Septiatin, SE., M.Si
NIP. 1605061711/BLU

Mengetahui,
Wakil Dekan I

Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag
NIP. 197509 28 200 604 2 001



KOPERASI BMT AL AQOBAH

Alamat : Komplek Perkantoran PT.SAK Jln. May Zen Sei Selayur Palembang 30118

No : 014/BMT AA/SB/II/2017
Perihal : Balasan Mohon Izin Penelitian
Lampiran :-

Palembang, 16 Februari 2017

Kepada
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
di
Palembang

Surat Saudara No. B.145/Un.09/V1.1/PP.009/01/2017 Tanggal 31 Januari 2017

U/p. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

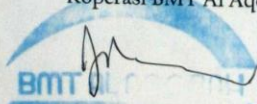
Menanggapi Surat Saudara perihal tersebut pada pokok surat di atas, dengan ini kami sampaikan :

Nama : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM : 13190060
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al Aqobah Pusri Palembang

Mahasiswa Universitas Islam Negeri Palembang yang akan melaksanakan izin penelitian/observasi/wawancara/pengambilan data pada BMT Al Aqobah dapat kami setujui sepanjang tidak menyangkut kerahasiaan Koperasi BMT Al Aqobah.

Demikian surat ini kami sampaikan agar Saudara maklum.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb
Koperasi BMT Al Aqobah



Idham Ruslan
Ketua Pengurus

LAMPIRAN

Lampiran 1

Hasil Uji Validitas dan Realibitas

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kualitas Pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1	.151	.347**	.240*	.108	.405**
	Sig. (2-tailed)		.164	.001	.026	.320	.000
	N	86	86	86	86	86	86
X1.2	Pearson Correlation	.151	1	.278**	.337**	.095	.371**
	Sig. (2-tailed)	.164		.010	.002	.383	.000
	N	86	86	86	86	86	86
X1.3	Pearson Correlation	.347**	.278**	1	.434**	.303**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010		.000	.005	.000
	N	86	86	86	86	86	86
X1.4	Pearson Correlation	.240*	.337**	.434**	1	.344**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.026	.002	.000		.001	.000
	N	86	86	86	86	86	86
X1.5	Pearson Correlation	.108	.095	.303**	.344**	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.320	.383	.005	.001		.000
	N	86	86	86	86	86	86
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.405**	.371**	.634**	.640**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	5

b. Variabel Kualitas Produk (X_2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Kualitas Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	.093	.057	.026	.318**	.059	.320**
	Sig. (2-tailed)		.393	.605	.813	.003	.588	.003
	N	86	86	86	86	86	86	86
X2.2	Pearson Correlation	.093	1	.022	.043	.123	.053	.326**
	Sig. (2-tailed)	.393		.837	.691	.260	.626	.002
	N	86	86	86	86	86	86	86
X2.3	Pearson Correlation	.057	.022	1	.293**	.121	.055	.436**
	Sig. (2-tailed)	.605	.837		.006	.268	.613	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
X2.4	Pearson Correlation	.026	.043	.293**	1	.234*	.029	.415**
	Sig. (2-tailed)	.813	.691	.006		.030	.788	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
X2.5	Pearson Correlation	.318**	.123	.121	.234*	1	.245*	.520**
	Sig. (2-tailed)	.003	.260	.268	.030		.023	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
X2.6	Pearson Correlation	.059	.053	.055	.029	.245*	1	.364**
	Sig. (2-tailed)	.588	.626	.613	.788	.023		.001
	N	86	86	86	86	86	86	86
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.320**	.326**	.436**	.415**	.520**	.364**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000	.000	.000	.001	
	N	86	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.683	6

c. Variabel Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Pembiayaan Murabahah
Y1	Pearson Correlation	1	.425**	.289**	.131	.108	.481**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.229	.324	.000
	N	86	86	86	86	86	86
Y2	Pearson Correlation	.425**	1	.492**	.320**	.264*	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.014	.000
	N	86	86	86	86	86	86
Y3	Pearson Correlation	.289**	.492**	1	.505**	.234*	.551**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.000	.030	.000
	N	86	86	86	86	86	86
Y4	Pearson Correlation	.131	.320**	.505**	1	.440**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.229	.003	.000		.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86
Y5	Pearson Correlation	.108	.264*	.234*	.440**	1	.477**
	Sig. (2-tailed)	.324	.014	.030	.000		.000
	N	86	86	86	86	86	86
Pembiayaan Murabahah	Pearson Correlation	.481**	.741**	.551**	.553**	.477**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

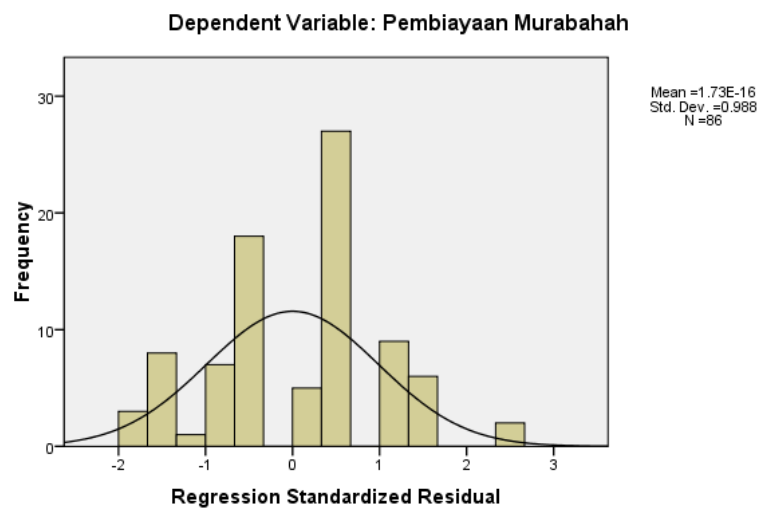
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	6

Lampiran 2

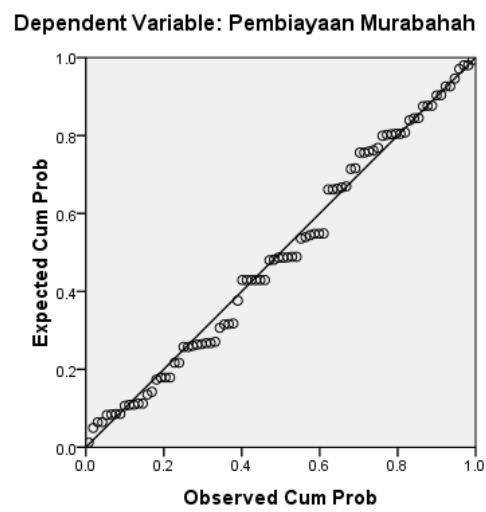
Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



b. Uji Multikolinearitas

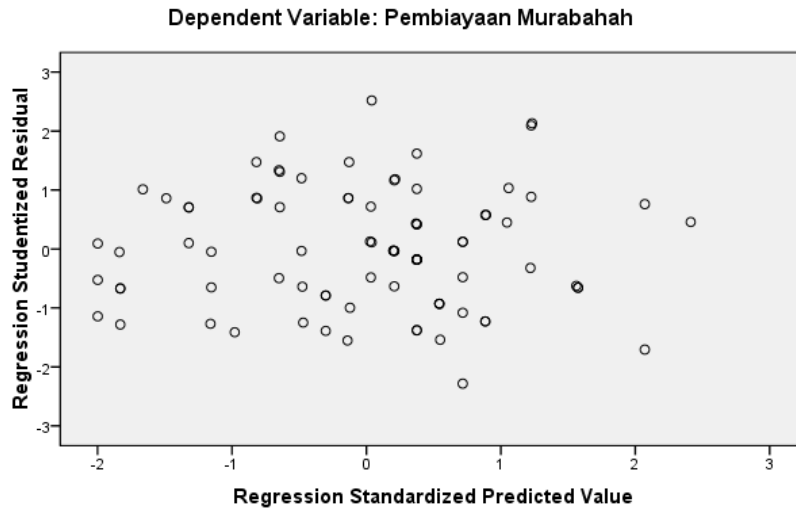
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.563	.516		4.966	.000		
	Kualitas Pelayanan	.443	.112	.412	3.947	.000	.930	1.075
	Kualitas Produk	.344	.120	.125	2.866	.001	.930	1.075

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

c. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 3

Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.563	.516		4.966	.000		
	Kualitas Pelayanan	.443	.112	.412	3.947	.000	.930	1.075
	Kualitas Produk	.344	.120	.125	2.866	.001	.930	1.075

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

Lampiran 4

Hasil Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.917	2	1.959	7.802	.001 ^a
	Residual	20.838	83	.251		
	Total	24.756	85			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

b. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.563	.516		4.966	.000		
	Kualitas Pelayanan	.443	.112	.412	3.947	.000	.930	1.075
	Kualitas Produk	.344	.120	.125	2.866	.001	.930	1.075

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

c. Uji Adjusted R Square

Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.598 ^a	.458	.438	1.501

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

Lampiran 5

Hasil Uji Tanggapan Responden dengan Skala Likert (Frekuensi)

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
	netral	11	12.8	12.8	14.0
	setuju	65	75.6	75.6	89.5
	sangat setuju	9	10.5	10.5	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Netral	12	14.0	14.0	15.1
	Setuju	61	70.9	70.9	86.0
	sangat setuju	12	14.0	14.0	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	4	4.7	4.7	4.7
	netral	24	27.9	27.9	32.6
	setuju	50	58.1	58.1	90.7
	sangat setuju	8	9.3	9.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
	tidak setuju	2	2.3	2.3	3.5
	netral	22	25.6	25.6	29.1
	setuju	47	54.7	54.7	83.7
	sangat setuju	14	16.3	16.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
	netral	22	25.6	25.6	27.9
	setuju	48	55.8	55.8	83.7
	sangat setuju	14	16.3	16.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

b. Variabel Kualitas Produk (X_2)**x2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	netral	16	18.6	18.6	18.6
	setuju	55	64.0	64.0	82.6
	sangat setuju	15	17.4	17.4	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
	netral	12	14.0	14.0	15.1
	setuju	54	62.8	62.8	77.9
	sangat setuju	19	22.1	22.1	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
netral	12	14.0	14.0	16.3
setuju	53	61.6	61.6	77.9
sangat setuju	19	22.1	22.1	100.0
Total	86	100.0	100.0	

x2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
netral	15	17.4	17.4	18.6
setuju	47	54.7	54.7	73.3
sangat setuju	23	26.7	26.7	100.0
Total	86	100.0	100.0	

x2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
netral	10	11.6	11.6	14.0
setuju	52	60.5	60.5	74.4
sangat setuju	22	25.6	25.6	100.0
Total	86	100.0	100.0	

x2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid netral	19	22.1	22.1	22.1
setuju	50	58.1	58.1	80.2
sangat setuju	17	19.8	19.8	100.0
Total	86	100.0	100.0	

c. Variabel Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah*

(Y)

y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid netral	13	15.1	15.1	15.1
setuju	46	53.5	53.5	68.6
sangat setuju	27	31.4	31.4	100.0
Total	86	100.0	100.0	

y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	13	15.1	15.1
	netral	16	18.6	33.7
	setuju	47	54.7	88.4
	sangat setuju	10	11.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0

y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.2	1.2
	netral	11	12.8	14.0
	setuju	65	75.6	89.5
	sangat setuju	9	10.5	100.0
	Total	86	100.0	100.0

y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.2	1.2
	netral	14	16.3	17.4
	setuju	62	72.1	89.5
	sangat setuju	9	10.5	100.0
	Total	86	100.0	100.0

y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	14.0	14.0
	Setuju	54	62.8	76.7
	sangat setuju	20	23.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0

Lampiran Tabulasi (Jawaban 86 Responden)

Kualitas Pelayanan (X1)							Kualitas Produk (X2)							Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah (Y)					
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
1	4	4	4	5	4	4,2	5	5	5	4	5	4	4,7	5	4	4	4	5	4,4
2	4	4	4	4	5	4,2	4	4	5	4	4	4	4,2	4	4	4	4	5	4,2
3	4	3	4	5	5	4,2	4	4	4	4	5	4	4,2	3	3	4	4	5	3,8
4	4	5	4	3	3	3,8	4	4	4	5	5	4	4,3	3	3	4	4	3	3,4
5	4	5	5	5	5	4,8	5	4	5	5	5	5	4,8	4	4	4	5	4	4,2
6	4	5	5	5	5	4,8	5	4	5	5	5	5	4,8	4	4	4	5	4	4,2
7	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4,5	5	4	4	4	5	4,4
8	4	4	4	4	5	4,2	4	4	5	4	4	4	4,2	5	4	4	4	4	4,2
9	5	4	4	4	4	4,2	4	4	4	4	4	4	4,0	4	5	5	4	4	4,4
10	4	3	3	4	4	3,6	5	4	4	4	4	3	4,0	3	4	4	5	5	4,2
11	4	4	4	4	5	4,2	4	4	4	4	4	5	4,2	4	4	4	4	4	4
12	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4,2	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4,3	5	3	4	4	4	4
14	3	4	4	4	4	3,8	4	5	4	4	4	4	4,2	5	4	3	2	3	3,4
15	4	4	2	3	3	3,2	4	5	5	5	4	3	4,3	3	2	4	4	4	3,4
16	4	4	2	3	3	3,2	5	5	3	5	5	3	4,3	3	2	4	4	3	3,2
17	3	4	2	4	3	3,2	5	4	4	5	4	3	4,2	4	2	3	3	4	3,2
18	3	4	3	3	3	3,2	5	5	4	3	4	4	4,2	3	2	3	3	4	3
19	3	4	2	4	3	3,2	3	4	4	5	4	5	4,2	4	2	3	3	4	3,2
20	3	4	3	3	3	3,2	4	5	5	4	4	4	4,3	3	2	3	3	4	3
21	4	4	3	4	4	3,8	5	4	4	4	4	4	4,2	4	2	4	4	4	3,6
22	4	4	3	4	4	3,8	4	4	4	5	4	4	4,2	4	2	4	4	4	3,6

23	4	4	4	4	2	3,6	4	4	4	4	4	5	4,2	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,8	5	4	4	3	3	3,8
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,2	4	3	4	4	4	3,8
26	4	4	3	3	3	3,4	3	5	4	5	5	4	4,3	4	3	4	4	4	3,8
27	5	4	4	4	5	4,4	4	4	4	4	4	5	4,2	5	5	5	5	5	5
28	5	4	4	5	4	4,4	4	4	5	4	5	3	4,2	5	5	5	4	4	4,6
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,2	4	4	4	4	4	4
30	4	3	4	3	4	3,6	4	4	4	3	5	4	4,0	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	4	4	4	4	4
32	3	4	3	3	4	3,4	3	4	4	4	5	4	4,0	3	3	3	4	4	3,4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	5	4	4	4	4	4,2
34	4	3	4	1	4	3,2	4	3	4	4	5	4	4,0	5	4	4	3	3	3,8
35	4	5	4	4	4	4,2	4	4	4	3	4	5	4,0	4	3	4	4	4	3,8
36	4	5	4	4	4	4,2	4	4	4	3	4	5	4,0	4	3	4	4	4	3,8
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	4	4	4	4	4
38	4	4	3	2	3	3,2	3	4	5	4	2	3	3,5	3	2	4	3	4	3,2
39	4	4	3	4	4	3,8	3	4	4	3	4	4	3,7	4	4	4	4	4	4
40	4	4	5	3	3	3,8	5	3	4	4	3	3	3,7	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	4	4	4	4	4
42	3	4	3	3	4	3,4	3	4	5	5	4	3	4,0	4	4	3	3	4	3,6
43	5	4	4	4	5	4,4	4	5	4	4	4	5	4,3	5	5	5	4	4	4,6
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,8	4	3	4	4	4	3,8
45	4	4	4	4	3	3,8	4	3	4	4	4	4	3,8	4	3	4	4	4	3,8
46	4	5	4	5	4	4,4	4	5	5	4	5	4	4,5	5	4	4	4	5	4,4
47	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3,3	5	4	4	4	5	4,4
48	4	4	3	4	3	3,6	3	4	3	3	4	3	3,3	5	4	4	4	3	4

49	3	4	4	5	5	4,2	5	5	5	5	5	5	5,0	4	4	3	3	4	3,6
50	5	2	4	3	3	3,4	4	3	4	4	3	4	3,7	5	5	5	3	3	4,2
51	3	3	4	4	4	3,6	4	4	5	5	4	4	4,3	3	3	3	3	4	3,2
52	4	5	5	4	3	4,2	5	4	3	5	4	4	4,2	3	3	4	4	3	3,4
53	4	5	5	5	4	4,6	5	3	3	3	5	4	3,8	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	5	4	4	5	5	4,6
55	4	3	3	3	5	3,6	4	4	4	4	4	4	4,0	5	4	4	4	5	4,4
56	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4,2	5	4	4	4	5	4,4
57	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4,0	5	4	4	4	5	4,4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	5	4	4	4	4,2
59	4	4	4	4	3	3,8	4	5	4	4	4	3	4,0	4	5	4	4	4	4,2
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	4	4	4	4	4
61	5	4	4	5	5	4,6	4	3	3	3	5	5	3,8	4	5	5	5	5	4,8
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	2	4	4	4	3,6
63	4	4	3	3	3	3,4	4	4	4	3	3	3	3,5	4	3	4	3	4	3,6
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	2	4	4	4	3,6
65	4	4	4	3	3	3,6	4	4	4	3	3	3	3,5	4	2	4	4	3	3,4
66	4	4	4	4	5	4,2	4	4	4	2	4	4	3,7	4	4	4	4	5	4,2
67	4	4	4	2	3	3,4	4	3	3	3	2	5	3,3	4	4	4	4	3	3,8
68	5	4	4	5	5	4,6	4	5	5	4	5	5	4,7	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	5	4	4,8	5	4	3	3	5	4	4,0	4	5	5	5	5	4,8
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,8	4	4	4	4	3	3,8
72	4	5	3	3	4	3,8	3	5	3	3	3	4	3,5	5	4	4	4	4	4,2
73	4	4	5	5	4	4,4	5	3	2	4	5	4	3,8	5	4	4	4	4	4,2
74	4	3	3	3	4	3,4	3	3	5	5	5	4	4,2	5	2	4	4	4	3,8

75	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3,7	5	3	2	4	3	3,4
76	3	4	3	4	4	3,6	3	4	4	5	4	3	3,8	4	3	3	4	4	3,6
77	4	4	5	5	3	4,2	5	5	3	4	5	4	4,3	3	4	4	3	4	3,6
78	4	4	3	3	3	3,4	3	4	2	5	3	4	3,5	4	4	4	4	5	4,2
79	4	4	3	3	3	3,4	3	4	4	3	3	3	3,3	4	4	4	4	5	4,2
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	4	4	4	4	4
81	4	3	3	3	4	3,4	3	3	4	5	3	4	3,7	4	4	4	4	4	4
82	4	4	3	4	4	3,8	3	5	3	4	4	4	3,8	5	4	4	4	4	4,2
83	4	4	4	4	3	3,8	4	3	5	5	4	3	4,0	5	4	4	4	4	4,2
84	4	3	3	3	4	3,4	3	2	5	5	5	5	4,2	4	3	4	3	4	3,6
85	3	3	3	4	4	3,4	4	4	4	5	4	4	4,2	3	4	3	4	5	3,8
86	5	5	3	5	2	4	4	5	3	5	5	4	4,3	5	4	5	5	5	4,8

DAFTAR KONSULTASI

Nama : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
NIM : 13190060
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang
Pembimbing I : RA. Ritawati, SE., M.Hi., M.Si

No	Hari/Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1.	9 - 02 - 2017	Perbaikan Bab I	[Signature]
2.	13 - 02 - 2017	ACC Bab .	[Signature]
3.	14 - 2 - 2017	Perbaikan Bab II .	[Signature]
4.	16 - 2 - 2017	perbaikan Bab II . ACC setelah perbaikan .	[Signature]
5.	20 - 2 - 2017	ACC BAB III lanjut Bab III .	[Signature]
6.	2 - 3 - 2017.	Acc. Bab II dan V .	[Signature]

— 000 —

Lanjut ke Sidang Munagasyah !

DAFTAR KONSULTASI

Nama : Dimas Suhendra Syahri Ramadhan
 NIM : 13190060
 Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang
 Pembimbing II : Hj. Siti Mardiah, S.Hi., M.Sh

No	Hari/Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1	8-NOV - 2016	- Perbaikan pendahuluan - tabel pustaka - pengembangan hipotesis	Y
2	19-Des - 2017	- perbaikan pengembangan hipotesis - perbaikan metodologi penelitian	Y
3	24-Jan - 2017	- acc proposal	Y
4	31-Jan - 2017	- judul disesuaikan - perbaikan pendahuluan - perdalam teori - tambah teori terdahulu pada pengembangan hipotesis	Y
5	3 - Feb - 2017	-Perbaikan strukturisasi landasan teori - penulisan ibid. op. cit - kesimpulan pengertian dan penelitian terdahulu	Y
6	7-Februari-2017	- ACC bab 1-3	Y
7	28-februari 2017	-Perbaikan bab IV - V	Y
8	7 - Maret - 2017	- perbaikan abstrak - perbaikan penulisan - tambahan pada hasil penelitian di bab 4 - kesimpulan disesuaikan dengan rumusan masalah	Y
9	10 Maret - 2017	- ACC bab keseluruhan	Y