

**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA, KEBUTUHAN  
MODAL DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MODAL  
USAHA**

**(Studi Kasus pada Nasabah Pembiayaan Murabahah di KSPPS BTM  
Perkasa KC Bobotsari)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Oleh:**

**RESTU TRI MUGIANTI  
NIM. 2017202080**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Restu Tri Mugianti  
NIM : 2017202080  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Kebutuhan Modal dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 20 September 2024  
Saya yang menyatakan,



Restu Tri Mugianti  
NIM. 2017202080

## LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA, KEBUTUHAN MODAL,  
DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MODAL USAHA (Studi Kasus  
Pada Nasabah Pembiayaan Murabahah Di KSPSS BTM PERKASA KC  
BOBOTSARI)**

Yang disusun oleh Saudara **RESTU TRI MUGIANTI NIM 2017202080** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat, 11 Oktober 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.  
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Umdah Aulia Rohmah, M.H.  
NIP. 19930421 202012 2 015

Pembimbing/Penguji

H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.  
NIP. 19880924 201903 1 008

Purwokerto, 15 Oktober 2024

Mengesahkan  
Dekan,



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Restu Tri Mugianti NIM. 2017202080 yang berjudul:

**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA, KEBUTUHAN MODAL  
DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MODAL USAHA**

**(Studi Kasus pada Nasabah Pembiayaan Murabahah di KSPPS BTM Perkasa  
KC Bobotsari)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 20 September 2024  
Pembimbing,



**H. Ubaidillah, S.E., M.E.I**  
**NIP. 19880924 201903 1 004**

**PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA, KEBUTUHAN MODAL,  
DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MODAL USAHA  
(Studi Kasus Pada Nasabah Pembiayaan Murabahah di KSPPS BTM  
Perkasa KC Bobotsari)**

**RESTU TRI MUGIANTI**  
**2017202080**

Email: [pbgtrestitu10@gmail.com](mailto:pbgtrestitu10@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Pemerintah dalam meningkatkan perekonomian Indonesia telah menempuh berbagai kebijaksanaan penyesuaian baik di sektor moneter dan perbankan. Salah satunya adalah dengan penyediaan modal usaha bagi para pelaku usaha, termasuk sektor UMKM, melalui skema pembiayaan murabahah. Skema ini kini tidak hanya berfungsi sebagai akad jual beli, tetapi juga menjadi pilihan alternatif untuk pembiayaan modal usaha. Bersamaan dengan itu, pentingnya faktor modal usaha sebagai penunjang kegiatan produksi usaha secara tidak langsung terjadi peningkatan pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha khususnya nasabah mengenai produk-produk pembiayaan berbasis syariah sebagai opsi untuk memenuhi kebutuhan modal usaha mereka. Hal ini juga diiringi dengan meningkatnya kesadaran nasabah tentang konsep penghindaran riba dalam setiap transaksi keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi menghindari riba, kebutuhan modal, dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha, yang merupakan penelitian kausal dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasinya adalah nasabah pembiayaan murabahah aktif tahun 2023 yang ada di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data pada penelitian ini meliputi uji keabsahan data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 29.

Hasil penelitian berdasarkan uji F menunjukkan bahwa motivasi menghindari riba (X1), kebutuhan modal (X2), dan pengetahuan produk (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dengan nilai F-hitung dengan F-tabel sebesar  $26,577 > 2,70$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sementara itu, berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel motivasi menghindari riba (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar 2,701, variabel kebutuhan modal (X2) memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,977, dan variabel pengetahuan produk (X3) dengan nilai t-hitung sebesar 5,522 yang artinya setiap variabel secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

**Kata Kunci: Motivasi Menghindari Riba, Kebutuhan Modal, Pengetahuan Produk, Pembiayaan Modal Usaha.**

***THE INFLUENCE OF MOTIVATION TO AVOID USURY, CAPITAL NEEDS, AND PRODUCT KNOWLEDGE ON CUSTOMERS' DECISIONS TO CHOOSE BUSINESS CAPITAL FINANCING PRODUCTS***

***(Case Study on Murabahah Financing Customers at KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari)***

**RESTU TRI MUGIANTI**

**2017202080**

Email: [pbgtriestu10@gmail.com](mailto:pbgtriestu10@gmail.com)

*Study Program of Islamic Banking Islamic Economic and Business Faculty State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*The government in improving the Indonesian economy, has adopted various adjustment policies in both the monetary and banking sectors. One of them is by providing business capital for entrepreneurs, including the MSMEs sector, through the murabahah financing scheme. This scheme now not only functions as a sales and purchase agreement, but also becomes an alternative option for business capital financing. At the same time, the importance of business capital factors as supporting business production activities indirectly increases the knowledge possessed by business actors, especially customers, regarding sharia-based financing products as an option to meet their business capital needs. This is also accompanied by increasing customer awareness about the concept of avoiding usury in every financial transactions.*

*This research aims to determine the influence of motivation to avoid usury, capital needs, and product knowledge on customers' decisions in choosing business capital financing products, which is clause research using quantitative research. The population is active murabahah financing customers in 2023 at KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari with a sample size of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis in this research includes data validity testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using SPSS version 29 application tools.*

*The research results based on the F test show that motivation to avoid usury (X1), capital needs (X2), and product knowledge (X3) simultaneously have a positive and significant effect on customer decisions (Y) with an F-calculated value with F-table of  $26.577 > 2.70$  and a significance value of  $0.001 < 0.05$ . Meanwhile, based on the results of the T test, it shows that the motivation variable to avoid usury (X1) has a t-calculated value of 2.701, the capital needs variable (X2) has a t-calculated value of 3.977, and the product knowledge variable (X3) has a t-calculated value amounting to 5.522, which means that each variable partially has a positive and significant effect on customer decisions (Y).*

***Keywords: Motivation to Avoid Usury, Capital Needs, Product Knowledge,  
Business Capital Financing***

**MOTTO**

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling banyak manfaatnya bagi manusia”

(HR. Ahmad)

“Bermimpilah setinggi langit, karena ketika terjatuh kita masih berada di antara bintang-bintang”



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi

ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

2. **Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.**

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. **Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.**

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arabh yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "Al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	ditulis	Zakât al-fitr
------------	---------	---------------

4. **Vokal pendek**

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. **Vokal panjang**

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a

	تنس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

## 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

## 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

## 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, peneliti panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Kebutuhan Modal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha (Studi Kasus pada Nasabah Pembiayaan Murabahah di KSPSS BTM Perkasa KC Bobotsari)”.

Alhamdulillah, skripsi ini telah peneliti susun dengan maksimal atas bantuan, arahan, maupun motivasi dari berbagai pihak yang telah berkontribusi sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi ini. Meskipun begitu, peneliti berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak khususnya bagi peneliti dan pembaca skripsi ini. Terlepas dari itu, peneliti menyadari sepenuhnya masih ada kekurangan dikarenakan keterbatasan dan kelemahan dari peneliti. Oleh karena itu, dengan segala kebesaran hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdu Aziz, M.Ag., selaku Dewan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., selaku Koordinatir Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. H. Ubaidillah, S.E., M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Segala hormat dan terima kasih saya haturkan sebab dengan ikhlas memberi arahan, bimbingan, dan dukungan hingga selesai sudah tanggung jawab saya dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga segala hal baik senantiasa mengiringi.

5. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Kepada seluruh responden dan pihak KSPSS BTM Perkasa KC Bobotsari yang telah membantu peneliti.
7. Teruntuk orang tersayang yang do'a dan dukungannya tidak pernah putus mendo'akan saya yaitu kedua orang tua saya, Ibu Kamsiyah dan Bapak Suwanto. Segala keberhasilan, pencapaian dan seluruh tujuan hidup saya, senantiasa saya persembahkan untuk bapak ibu saya.
8. Kepada saudara kandung yang saya cintai, yang selalu mendukung saya dengan do'a dan selalu siap disetiap kapan pun saya butuhkan. Kaka saya Mas Oki Oktaviana dan Istri Mba Imah, serta keponakan saya Azril Fauzan Rasya yang dengan tingkah unik dan kepintarannya selalu berhasil menghibur saya.
9. Teruntuk kaka kandung saya yang paling spesial yaitu Aris Setiawan, yang dengan kehadirannya selalu menemani saya dengan percakapan absurdnya, yang dengan bersamanya hari-hari yang dilalui jadi tidak terasa sepi terlebih di setiap saya mengerjakan proposal skripsi maupun dikala revisian. Serta dua kucing saya Jono dan Joni yang selalu ada dengan tingkah lucunya.
10. Kepada teman-teman saya yang selalu turut membantu dan menemani dalam proses pembuatan skripsi ini, khususnya Putri Ramadani Utami. Kemudian Aisyah Safitri, Rinita Robiatul Adawiyah, sahabat terdekat saya dari awal kuliah hingga sekarang. Tidak lupa, Fernanda Abiyu K.H yang merupakan salah satu teman yang secara tidak langsung selalu memberikan supportnya kepada saya. Semoga kita semua dipertemukan kembali dengan cerita kesuksesan kita masing-masing.
11. Seluruh teman-teman satu angkatan program Studi Perbankan Syariah, khususnya Perbankan Syariah B 2020. Serta teman-teman komunitas CEO angkatan 2021 hingga 2023, serta teman-teman satu pondok pesantren modern Elfira 1 yang telah kebersamai saya.

12. Kepada pihak KSPSS BTM Perkasa KC Bobotsari yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan PPL, sekaligus memberikan izin serta turut membantu saya dalam penelitian skripsi saya dari awal hingga akhir.
13. Sebagai penutup, saya ucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah berusaha sebaik mungkin, dan juga kepada pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini, maupun yang telah membantu saya dari awal perkuliahan hingga saat ini.

Akhirnya selesai sudah penulisan skripsi ini, semoga semua pihak yang turut membantu senantiasa diberikan kebaikan dari Allah SWT. Terlepas dari itu, peneliti menyadari sepenuhnya masih ada kekurangan, oleh karena itu, dengan tangan terbuka peneliti menerima segala saran dan kritik dari pembaca. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya, pembaca maupun kepada siapapun yang membutuhkan.

Purwokerto, 14 September 2024



Restu Tri Mugianti

NIM. 2017202080

## DAFTAR ISI

<b>PENGARUH .....</b>	<b>i</b>
<b>SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	13
D. Sistematika Pembahasan.....	14
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>15</b>
A. Kajian Teori .....	15
B. Kajian Pustaka.....	28
C. Landasan Teologis.....	33
D. Kerangka Konseptual.....	36
E. Hipotesis .....	37
<b>BAB III.....</b>	<b>42</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>

A. Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	42
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	44
E. Sumber Data.....	46
F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	47
G. Teknik Analisis Data .....	48
H. Analisis Data .....	50
<b>BAB IV .....</b>	<b>52</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Penelitian .....	52
B. Deskripsi Responden .....	55
C. Hasil Analisis Data.....	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	68
<b>BAB V.....</b>	<b>76</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Data UMKM per Kabupaten/ Kota di Jawa Tengah Tahun 2023 .....	2
<b>Tabel 1.2</b>	Aset KSPPS BTM Perkasa Purbalingga .....	9
<b>Tabel 1.3</b>	Pembiayaan Lunas Tahun 2019 - April 2024 .....	9
<b>Tabel 2.1</b>	Penelitian Terdahulu .....	28
<b>Tabel 3.1</b>	Jumlah Nasabah Masuk Tahun 2023 .....	43
<b>Tabel 3.2</b>	Indikator Penelitian.....	45
<b>Tabel 3.3</b>	Skala Likert .....	48
<b>Tabel 4.1</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
<b>Tabel 4.2</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal .....	56
<b>Tabel 4.3</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	56
<b>Tabel 4.4</b>	Hasil Uji Validitas .....	58
<b>Tabel 4.5</b>	Hasil Uji Reliabilitas.....	59
<b>Tabel 4.6</b>	Hasil Uji Normalitas .....	60
<b>Tabel 4.7</b>	Hasil Uji Multikolinearitas .....	60
<b>Tabel 4.8</b>	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61
<b>Tabel 4.9</b>	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	62
<b>Tabel 4.10</b>	Hasil Uji T .....	64
<b>Tabel 4.11</b>	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	65
<b>Tabel 4.12</b>	Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	67
<b>Tabel 4.13</b>	Interval Koefisien .....	67

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b>	Kerangka berpikir.....	37
<b>Gambar 4.1</b>	Hasil Uji Data (Uji T dan Uji F) .....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner .....	82
<b>Lampiran 2</b>	Bukti Penyebaran Kuesioner.....	87
<b>Lampiran 3</b>	Data Penelitian .....	89
<b>Lampiran 4</b>	Hasil Tabulasi.....	92
<b>Lampiran 5</b>	Hasil Uji Validitas .....	103
<b>Lampiran 6</b>	Hasil Uji Reliabilitas .....	107
<b>Lampiran 7</b>	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	108
<b>Lampiran 8</b>	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	109
<b>Lampiran 9</b>	Hasil Uji Ketepatan Model .....	109
<b>Lampiran 10</b>	Hasil Koefisien Determinasi .....	110
<b>Lampiran 11</b>	Tabel Titik Presentase Distribusi T untuk Probabilitas = 0,05 ..	110
<b>Lampiran 12</b>	Tabel Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05 ..	110
<b>Lampiran 13</b>	Surat Permohonan Izin Observasi Pendahuluan .....	111
<b>Lampiran 14</b>	Surat Persetujuan Izin Riset Penelitian.....	112

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai upaya guna membantu meningkatkan perekonomian Indonesia, pemerintah telah menempuh banyak upaya terkait kebijakan regulasi baik di sektor moneter maupun sektor perbankan. Menurut Taswan (2010) dalam (Alwy, 2022) diantara kebijaksanaan penyesuaian yang dilakukan oleh pemerintah, yaitu dengan adanya *derregulasi* (yaitu mengacu pada pengurangan ataupun penghapusan suatu aturan yang dapat membatasi suatu aktivitas ekonomi tertentu) dan *debirokratisasi* (yaitu proses mengurangi prosedur kerja yang lambat dan rumit untuk mencapai hasil yang lebih cepat).

Regulasi yang baik tentu mampu mewujudkan industri perbankan yang sehat dan efisien serta dapat membantu menumbuhkan angka ekonomi Indonesia ke arah yang lebih progresif di masa depan. Hal tersebut senada dengan yang disampaikan oleh Menteri Dalam Negeri RI, Muhammad Tito Karnavian yang mengatakan bahwa pada tahun 2023 Indonesia menduduki peringkat ke-40 dari 195 negara dengan pertumbuhan perekonomian terbaik, yakni diangka 4,94%. Sementara itu, menurut *International Monetary Fund* (IMF) yang tercatat dalam basis data *World Economic Outlook* edisi Oktober 2023, telah mengukur perekonomian suatu negara dengan dasar nilai proyeksi Produk Domestik Bruto (PDB) menunjukkan bahwa nilai PDB Indonesia bisa mencapai US\$ 1,4 triliun, sehingga menempatkan Indonesia sebagai salah satu dari 20 negara dengan perekonomian terbesar global.

Pencapaian tersebut tidaklah mudah, sebab dalam mewujudkan ekonomi yang baik tentunya pemerintah telah melakukan berbagai upaya sebagai langkah untuk terus membangun perekonomian negara dengan berdasarkan pada demokrasi ekonomi yang berkeadilan, yaitu melalui pergerakan dan penggalangan berbagai macam potensi usaha yang dimiliki negara. Salah satu potensi usaha yang dimaksud adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang disingkat UMKM.

Sebagai salah satu penopang perekonomian nasional dan ASEAN, dilansir dari laman ukmindonesia.id yang menunjukkan bahwa UMKM sebenarnya mampu memberikan kontribusi terhadap PDB di atas 60% atau setara dengan Rp8.573 triliun per tahun, dengan total angkatan kerja Indonesia mencapai 97% atau sekitar 116 juta orang. Selanjutnya, berdasarkan data *Online Single Submission-Risk Based Approach (OSS-RBA)* hingga tahun 2022, jumlah UMKM yang telah terdaftar berusaha di platform OSS telah mencapai 8,71 juta orang dengan sebaran terbesar berada di provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur, yang ditargetkan akan terus meningkat tiap tahunnya.

Menduduki peringkat ketiga sebagai provinsi dengan total penduduk terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 38,13 juta jiwa atau 13,58% (<https://databoks.katadata.co.id>), tentunya jumlah UMKM yang tersebar di provinsi Jawa tengah ini juga terbilang cukup banyak. Dilansir dari laman resmi PeRSADA atau Portal Satu Data (<https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id>) bahwa persebaran UMKM di provinsi Jawa tengah, diantaranya:

**Tabel 1.1**  
**Data UMKM per Kabupaten/ Kota di Jawa Tengah**  
**Tahun 2023**

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
1.	Kota Surakarta	17.964
2.	Kab. Demak	13.027
3.	Kab. Kebumen	11.992
4.	Kota Semarang	11.920
5.	Kab. Banyumas	8.561
6.	Kab. Brebes	8.388
7.	Kab. Purworejo	7.995
8.	Kab. Pemalang	6.438
9.	Kab. Kendal	3.972
10.	Kota Magelang	3.491
11.	Kab. Blora	3.481
12.	Kab. Temanggung	3.078
13.	Kab. Banjarnegara	2.870
14.	Kab. Sukoharjo	2.662

<b>15.</b>	Kab. Semarang	2.659
<b>16.</b>	Kab. Purbalingga	2.604

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Jawa Tengah, 2023 (data diolah)

Dari data tabel di atas memperlihatkan bahwa dari total 35 kabupaten/kota yang ada di provinsi Jawa Tengah, terpilih 16 kabupaten dengan jumlah UMKM terbanyak, termasuk Kabupaten Purbalingga yang bisa dikatakan masih memiliki UMKM cukup banyak yaitu sebanyak 2.604 usaha. Selain itu, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM provinsi Jawa Tengah menyebutkan bahwa ada 9 kategori UMKM dengan kategori terbanyak yaitu pada jasa lain (jasa konstruksi, pendidikan, akomodasi/penyediaan makanan dan minuman, dll) sebanyak 62.075, industri pengolahan (makanan/minuman, *fashion*, *handycraft*, dll) sebanyak 21.575, dan kategori perdagangan, hotel, resto sebanyak 17.824. Dari kategori tersebut dapat dipahami bahwa selain dua kategori terbanyak yaitu jasa lain dan industri pengolahan, kategori perdagangan di Kabupaten Purbalingga khususnya Kecamatan Bobotsari masih menjadi usaha ekonomi yang utama.

Kecamatan Bobotsari atau yang telah dikenal oleh masyarakat setempat sebagai 'Kota Dagang' merupakan salah satu di antara kecamatan di Kabupaten Purbalingga, yang dimana mayoritas penduduknya memang bermata pencaharian sebagai pedagang baik itu pedagang makanan, pakaian, sayur dan sebagainya. Sebagai salah satu dari beberapa kategori UMKM yang ada di Jawa Tengah, pekerjaan seperti pedagang ini tentunya akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman serta bergantung dari bagaimana minat masyarakat dalam membuka suatu usaha.

Kondisi di atas adalah momentum yang bagus bagi perbankan maupun lembaga keuangan agar dapat menggaet nasabah sekaligus membantu nasabah khususnya para pedagang ataupun UMKM yang seringkali kesulitan mencari modal untuk usahanya. Di sisi lain, proses pengembangan UMKM pastinya memerlukan dana yang bukan kecil lagi tetapi juga banyak, sehingga UMKM perlu melakukan *financing* melalui kredit atau pembiayaan, baik itu perbankan (konvensional/syariah) maupun lembaga keuangan syariah. Hanya saja,

banyak dari masyarakat yang sampai detik ini masih menjadikan pinjaman kepada rentenir sebagai alternatif bagi mereka untuk mendapatkan modal usaha. Selain karena prosedur peminjaman yang mudah dan sederhana, para peminjam pun tidak perlu menggunakan agunan atau jaminan. Meskipun begitu banyak dari para pelaku usaha yang menyesalkan pinjaman tersebut, disamping karena bunga yang sangat tinggi, tentu di sisi lain akan menjadi kendala tersendiri karena dapat memberatkan para pelaku usaha dalam mengangsur pinjamannya.

Permasalahan modal usaha yang seringkali ditemui di tengah masyarakat ditambah perekonomian yang kian bertambah kompleks tentunya memerlukan ketersediaan, peran serta partisipasi lembaga keuangan. Ditambah persaingan sektor perbankan dan lembaga keuangan yang semakin kompetitif, mengharuskan perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada nasabahnya dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan dengan cara menghasilkan produk yang unggul sehingga nasabah dapat merasakan jaminan dari produk yang dihasilkan. Salah satu produk yang ditawarkan di sejumlah perbankan maupun lembaga keuangan syariah adalah dengan adanya penyaluran dana yang dalam hal ini dalam bentuk pembiayaan, yaitu pembiayaan musyarakah dan murabahah.

Musyarakah, sebagaimana yang digunakan oleh perbankan maupun lembaga keuangan yang berbasis syariah memiliki pengertian yang dimana menurut Antonio (2001) dalam jurnal oleh Shinta Amelia, menjelaskan bahwa musyarakah merupakan suatu perjanjian kerjasama antara dua orang atau lebih dalam menjalankan suatu kegiatan usahanya, yang kemudian masing-masing pihak saling menyumbangkan modal kepada pihak lain dan membagi keuntungan yang ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama, serta membagi kerugian yang ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama yang ditentukan menurut perbandingan modal atau sesuai perjanjian kontrak pertama kali. Dalam jurnal oleh Ahmad Dahlan (2010) menjelaskan bahwa pembiayaan musyarakah dapat diaplikasikan untuk penanaman modal yang dilakukan

dalam kurun waktu tertentu dan setelahnya bank akan melakukan pengurangan modal dengan menjual bagian sahamnya, baik secara bertahap serta singkat.

Sementara makna murabahah dalam penelitian oleh Merry Yanti, menerangkan bahwa murabahah merupakan akad jual-beli barang dengan menyatakan margin (keuntungan) dan harga beli yang disepakati antara pembeli juga penjual. Di sini bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah bertindak sebagai pembeli. Selain itu, menurut Bayu Santo Nugroho dan Akhmad Faozan (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pembiayaan murabahah cenderung digunakan untuk kegiatan yang lebih konsumtif dengan cara mencicil pembayarannya (*bi tsaman ajil*). Meskipun dalam perbankan pembiayaan musyarakah lebih merujuk pada sumber pembiayaan modal, akan tetapi seiring berjalannya waktu, akad murabahah kini hadir sebagai akad yang di mana dalam pengaplikasiannya bisa digunakan untuk hal selain jual-beli, yaitu sebagai modal usaha.

Pengaplikasian akad murabahah sebagai pembiayaan modal usaha seperti yang telah disebutkan juga sesuai dengan kondisi masyarakat khususnya para pelaku usaha yang ada di Kecamatan Bobotsari, yang mayoritas pekerjaannya adalah sebagai pedagang maupun wirausaha. Sebagai pelaku usaha yang membutuhkan modal yang besar agar keberlanjutan kegiatan usahanya tetap berjalan, kekurangan sumber permodalan menjadi permasalahan yang seringkali dihadapi dan menjadi kendala tersendiri bagi nasabah. Hal ini dibuktikan oleh hasil wawancara dengan pihak marketing di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari terkait kendala permodalan yang seringkali ditemukan ketika menjumpai nasabah yang akan melakukan pembiayaan syariah, terlebih ketika mengingat fakta bahwa masih banyak yang menggunakan pinjaman kepada rentenir dengan alasan persyaratan yang lebih mudah dan tanpa agunan membuat banyak orang yang tergiur untuk ikut menggunakan jasa rentenir tersebut. Oleh sebab itu, permasalahan tersebut perlu sekali diberi perhatian agar nasabah yang kekurangan akan kebutuhan modalnya untuk mencari alternatif tambahan modal yang lebih baik yaitu dengan adanya pembiayaan murabahah yang selain sesuai dengan syariat

Islam tentu akan memberikan pengaruh besar terhadap pendapatan mereka. Seperti halnya nasabah yang bekerja sebagai pedagang pakaian di Pasar Bobotsari merasa terbantu dengan adanya pembiayaan murabahah yang telah disediakan oleh koperasi syariah KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari guna membeli kebutuhan dagangannya, begitu pula penjual nasi goreng yang melakukan pembiayaan murabahah untuk membeli peralatan maupun bahan untuk memasak sebagai modal tambahan bagi usahanya.

Di samping itu, peneliti menemukan fakta bahwa mayoritas masyarakat yang beragama Islam di wilayah Kecamatan Bobotsari masih banyak yang belum mengerti terkait dengan konsep pelarangan riba sebagaimana yang telah diharamkan dalam kitab Al-Qur'an dan juga bertentangan dengan prinsip syariah, berdasarkan dari hasil pra observasi yang dilakukan menunjukkan beberapa dari nasabah memberikan pernyataan bahwa tidak selalu perbankan syariah atau koperasi syariah yang dijadikan sebagai tempat untuk setiap transaksi keuangan. Selain itu, nasabah di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari hampir separuhnya menggunakan jasa keuangan di koperasi syariah tersebut dan juga di perbankan konvensional. Sehingga perlu adanya kesadaran dalam diri nasabah agar dapat berusaha menjaga diri dari riba yaitu dengan melakukan transaksi keuangan di lembaga keuangan yang memang dari mekanismenya telah sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut menjadi poin tambahan sebelum memutuskan untuk memilih produk pembiayaan syariah sebab nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan dan kepatuhan yang tinggi terhadap perintah Allah SWT maka mereka akan berusaha untuk tetap dalam batasan syariat-Nya dan berusaha untuk menjauhi segala larangan-Nya, sehingga secara tidak langsung nasabah akan mencoba mencari alternatif pilihan yang lebih baik serta sesuai dengan apa yang telah diajarkan dalam Islam.

Meskipun begitu, kesadaran akan konsep pelarangan riba di atas tidak serta merta muncul dengan sendirinya tetapi dapat dipicu oleh tingkat pengetahuan yang dimiliki nasabah dalam mencari informasi terkait dengan produk-produk pembiayaan syariah yang ada di sekitar mereka. Hanya saja

akan disayangkan sekali sebab tingkat membaca dan rasa ingin tahu yang ada pada masyarakat di Indonesia masih cenderung rendah, yang hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Oleh karena itu, perlu sekali bagi nasabah untuk mencari tahu informasi suatu produk baik itu melalui internet maupun melalui komunikasi secara verbal seperti yang dilakukan oleh pihak KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari seperti bagian *customer service* dan juga *marketing* yang sebelum melakukan transaksi terlebih dahulu menjelaskan terkait dengan mekanisme pembiayaan murabahah kepada nasabah. Begitu pula dengan fakta bahwa nasabah yang meskipun berprofesi sebagai tukang servis jam justru telah memahami bagaimana transaksi atau akad di perbankan maupun koperasi syariah, perhitungan margin hingga hasil akhir atau dampak yang akan diperoleh setelah transaksi. Oleh karena itu, semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki nasabah akan suatu produk, maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengambil keputusan yang lebih baik dan memuaskan.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah atau KSPPS BTM Perkasa Purbalingga merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang bersifat spesifik dan unik khas Indonesia. Hal ini dimulai dengan kesadaran yang dimiliki oleh warga Muhammadiyah agar bebas dari riba telah mendorong lahirnya berbagai lembaga keuangan mikro syariah seperti BTM. Secara kelembagaan Baitut Tamwil Muhammadiyah atau yang disingkat BTM mengacu pada Undang-Undang Perkoperasian (UU No. 25 Tahun 1992) dimana koperasi terdiri dari koperasi primer, sekunder dan induk. Hal yang sama juga terdapat pada diri BTM yang terdiri dari BTM Primer yang berada ditingkat kabupaten/daerah, sedangkan pusat BTM merupakan gabungan dari BTM-BTM primer sebagai koperasi sekunder yang didirikan di tingkat provinsi/ wilayah dan induk BTM sebagai pusat sekunder nasional yang didirikan di Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

Berbeda dengan BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) yang memiliki dua fungsi berbeda yaitu fungsi sosial dan lembaga bisnis, di BTM hanya memiliki satu fungsi pemberdayaan saja serta pengembangan usaha kecil dan mikro

sedangkan untuk fungsi sosial telah dijalankan oleh Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU). Meskipun begitu, produk-produk syariah yang ada di KSPPS BTM Perkasa Purbalingga tidak jauh berbeda dengan BMT yaitu sama-sama menyediakan produk *funding* maupun *landing* seperti perbankan maupun lembaga keuangan syariah pada umumnya.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, sebagai lembaga keuangan syariah yang ikut berperan penting dalam penyaluran dana sebagai modal usaha bagi masyarakat, KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari yang selain memiliki keunggulan dari segi lokasinya yang strategis yaitu di antara pusat kota atau kecamatan, maupun beberapa instansi atau lembaga keuangan lain, juga berdekatan dengan pasar utama di wilayah tersebut. Kemudahan jarak akses yang ditempuh ini juga menjadi keunggulan tersendiri bagi pihak KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari dimana para nasabah yang ingin mengajukan tidak perlu terlalu jauh mendatangi lokasi. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya masyarakat dari berbagai latar belakang pekerjaan maupun profesi, khususnya para pelaku usaha yang mempercayakan uangnya agar disimpan di BTM, tidak sedikit pula dari mereka yang mengambil pinjaman uang kepada pihak BTM untuk memenuhi keperluan ataupun kebutuhannya masing-masing.

Selain itu, keberadaan KSPPS BTM Perkasa juga berperan besar yaitu sebagai pusat keuangan Muhammadiyah dengan tujuan untuk membantu warganya dan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) baik dalam penempatan dana maupun pemanfaatan akses pembiayaan dengan menawarkan berbagai produk maupun akadnya. Hal tersebut dapat dilihat dari total aset yang dimiliki AUM di Muhammadiyah yang sangat besar sehingga menjadi incaran lembaga keuangan lainnya dimana pembiayaan yang diperoleh mendapatkan rata-rata bagi hasil (*equivalen rate*) 18% per tahunnya (Ahmad Nabhani, 2019). Beberapa aset yang dimiliki AUM di Kabupaten Purbalingga khususnya Kecamatan Bobotsari adalah SD/MI, SMP/MTs hingga SMA/SMK/MA, rumah sakit, dan banyak lagi. Sedangkan aset yang dimiliki oleh KSPPS BTM Purbalingga sebagai pusat BTM di Kabupaten Purbalingga

menurut penelitian yang dilakukan oleh Maya Sofyana (2023) dapat dikatakan terus mengalami peningkatan dari tahun 2019-Mei 2022 pada tabel berikut.

**Tabel 1.2**  
**Aset KSPPS BTM Perkasa Purbalingga**

<b>Tahun</b>	<b>Total Aset</b>
2019	Rp. 9.500.000.000
2020	Rp. 12.000.000.000
2021	Rp. 14.000.000.000
2022 per bulan Mei	Rp. 17.000.000.000

Sumber: penelitian skripsi oleh Maya Sofyana (2022)

Selain itu, berdasarkan data yang telah diperoleh dari pihak KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari pada tanggal 3 Mei 2024 telah menunjukkan jumlah nasabah yang mengajukan pembiayaan semakin meningkat tiap tahunnya. Hal ini dibuktikan oleh data yang diperoleh yaitu daftar pembiayaan lunas tahun 2019 sampai dengan April 2024 pada tabel berikut.

**Tabel 1.3**  
**Pembiayaan Lunas Tahun 2019 - April 2024**

<b>No.</b>	<b>Pembiayaan</b>	<b>Total (%)</b>
<b>1.</b>	Murabahah	58,43
<b>2.</b>	Musarakah	8,91
<b>3.</b>	Ijarah	30,29
<b>4.</b>	Pembiayaan Jasa Lain	2,36

Sumber: Manager KSPPS BTM Perkasa (data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas terlihat bahwasanya pembiayaan murabahah adalah sumber pembiayaan yang paling dominan dibandingkan dengan sumber pembiayaan lainnya dengan total yaitu 58,43%. Data tersebut sesuai dengan data jumlah nasabah yang mengajukan pembiayaan pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa dari jenis pembiayaan lain pada kenyataannya pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan dengan komoditas hasil yang utama. Beberapa alasan mengapa nasabah memutuskan untuk memilih pembiayaan murabahah ini selain untuk membeli suatu barang dengan persyaratan yang lebih mudah, juga memiliki resiko yang jauh lebih rendah sebab tidak terdapat hubungan dengan kondisi usaha yang dimiliki oleh nasabah baik itu untung maupun rugi. Banyak juga dari mereka yang

dimana mayoritas nasabahnya merupakan warga muhammadiyah yang jelas sekali memilih pembiayaan di koperasi ini karena memang bebas dari riba dan telah sesuai dengan syariat Islam.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, dan penelitian terdahulu yang meneliti penelitian yang sama, serta sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* atau teori perilaku terencana yang dipertimbangkan dalam konteks penelitian ini, maka diambil variabel motivasi menghindari riba yang dalam teori tersebut dapat diasumsikan sebagai sikap terhadap suatu perilaku dalam menentukan apakah konsumen memilih suatu produk sebagai hal yang baik atau buruk, apabila mereka memiliki keyakinan yang positif bahwa pembiayaan di lembaga keuangan syariah adalah bisnis yang menguntungkan. Sebaliknya, keputusan nasabah akan menurun apabila nasabah mempunyai keyakinan negatif atau buruk sehingga pada akhirnya nasabah akan termotivasi untuk mendapatkan pinjaman atau pembiayaan di lembaga keuangan non syariah atau konvensional tanpa mempertimbangkan prinsip syariah.

Sebagai umat beragama Islam, kita dianjurkan untuk menjauhi segala hal yang menjadi larangan-Nya, khususnya mengenai permasalahan keimanan dan keyakinan sebagai larangan riba bagi umat Islam. Oleh karena itu, setiap individu yang meyakini akan konsep pelarangan riba tersebut, akan menjadikannya sebagai insentif yang akan memotivasi nasabah untuk bertindak dalam memenuhi kebutuhan ataupun tujuannya berdasarkan prinsip syariah yang telah diajarkan. Dengan demikian, motivasi menghindari riba merupakan dorongan baik internal maupun eksternal dalam diri seseorang untuk menghindari riba atau bunga bank yang telah Allah tuliskan dengan tujuan memulai suatu usaha yang halal dan tidak melanggar prinsip ekonomi Islam.

Menurut Indah Maulinda (2023:698) dikatakan bahwa motivasi menghindari riba merupakan faktor yang ada dalam diri seseorang yang bergerak, yang menuntun tingkah lakunya untuk mencapai tujuan tertentu. Pada penelitiannya tersebut, ia menjelaskan bahwa alasan utama nasabah

mempertahankan hubungan dengan bank syariah adalah karena kepatuhan mereka terhadap prinsip syariah. Prinsip tersebut tercermin pada produk-produk yang dihasilkan bank syariah yang bebas bunga dengan menggunakan prinsip bagi hasil, dan menghindari unsur *gharar* hingga *maysir*. Oleh karena itu, segala jenis produk dan layanan bank syariah tidak lepas dari pengendalian syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Dari hal tersebut dapat memotivasi nasabah dalam menghindari riba yang kemudian dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah termasuk dengan pembiayaannya.

Di samping faktor motivasi menghindari riba, faktanya variabel kebutuhan modal merupakan faktor utama mengapa nasabah memutuskan untuk memilih pembiayaan modal usaha sebab gagasan persepsi pengendalian diri akan muncul ketika kebutuhan finansial tersebut timbul karena adanya faktor pendukung seperti situasi dan jenis perilaku. Menurut penelitian oleh Sitti Azizah (2020:21) kebutuhan modal memiliki pengaruh terhadap permintaan pembiayaan pada lembaga keuangan syariah, hal ini dikarenakan kebutuhan tersebut adalah faktor penting sebab setiap pelaku usaha maupun perusahaan yang melakukan pekerjaannya akan selalu membutuhkan dana (modal) yang digunakan baik untuk kebutuhan investasi hingga kebutuhan operasional sehari-hari. Namun, banyak penelitian lain yang mengatakan sebaliknya, seperti hasil penelitian oleh Jumratul Hasanah (2023) menunjukkan bahwa kebutuhan modal tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembiayaan murabahah.

Selain kedua faktor di atas, keputusan nasabah juga muncul karena adanya faktor kognitif atau variabel pengetahuan produk yang dimiliki setiap individu yang diasumsikan sebagai norma subjektif pada teori perilaku terencana. Sehingga apabila informasi yang diterima seseorang mengenai pembiayaan di lembaga keuangan syariah baik maka akan berdampak positif terhadap keputusan nasabah. Menurut Setiadi (2010) dalam penelitian oleh Bhayu (2017) menjelaskan bahwa hubungan antara pengetahuan nasabah dengan keputusan nasabah adalah pada dasarnya nasabah seringkali

menggunakan pengetahuan yang dimiliki untuk mencari solusi terkait dengan masalah atas kebutuhannya, yang meliputi pencarian informasi dan mengevaluasi alternatif solusi terhadap masalah yang kemudian secara tidak langsung dihadirkan oleh pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengetahuan produk sangat berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan nasabah.

Berdasarkan konteks permasalahan yang diuraikan di atas, maka penulis mendukung betapa pentingnya faktor seperti motivasi untuk menghindari riba, kebutuhan modal, dan pengetahuan produk terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih produk pembiayaan bank (dalam penelitian ini yaitu modal usaha dengan akad murabahah), sehingga penulis tertarik untuk meneliti dengan fokus penelitian kepada nasabah KSPSS BTM Perkasa yang berada di Kabupaten Purbalingga khususnya Kecamatan Bobotsari yang tertarik dan/ atau pernah untuk menggunakan pembiayaan murabahah sebagai alternatif untuk mendapatkan modal usaha, dengan tiga faktor pengaruh, yaitu *Motivasi Menghindari Riba*, *Kebutuhan Modal*, dan *Pengetahuan Produk*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis mampu merumuskan masalah yang hendak dibahas dalam proposal skripsi ini:

1. Apakah motivasi menghindari riba berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha?
2. Apakah kebutuhan modal berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha?
3. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha?
4. Apakah motivasi menghindari riba, kebutuhan modal, dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penulisan**

Berkaitan dengan permasalahan yang hendak dibahas maka terdapat tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh motivasi menghindari riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.
2. Untuk menganalisis pengaruh kebutuhan modal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.
3. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.
4. Untuk menganalisis pengaruh motivasi menghindari riba, kebutuhan modal, dan pengetahuan produk secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, antara lain: memberikan pengetahuan dan perspektif baru kepada pembaca serta dapat memperkaya literatur atau bacaan. Sementara itu, bagi peneliti berikutnya dan bagi pihak-pihak yang ingin mengembangkan atau melakukan penelitian sejenis, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk penelitian tambahan ataupun sebagai referensi.

#### **b. Manfaat Secara Umum atau Praktis**

##### **1) Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi bagi bank dan lembaga keuangan syariah sehingga dapat memberikan masukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.

## 2) Bagi Peneliti dan/atau Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi dan pemahaman yang diperoleh selama perkuliahan.

### **D. Sistematika Pembahasan**

Agar isi skripsi mudah dipahami maka perlu disusun secara menyeluruh dan sistematis serta disertai kelengkapan lainnya. Secara keseluruhan penelitian ini mencakup lima bab yang memuat beberapa sub bab, sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan. Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II, Landasan Teoritis. Bagian pertama membahas teori motivasi menghindari riba. Bagian kedua membahas teori kebutuhan modal. Bagian ketiga membahas teori pengetahuan produk. Bagian keempat membahas teori keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.

Bab III, Metode penelitian. Meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

Bab IV, Hasil Penelitian. Meliputi: lokasi penelitian, pembahasan terkait dengan motivasi menghindari riba, kebutuhan modal, dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah (nasabah KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari) dalam memilih produk pembiayaan Modal Usaha di perbankan syariah.

Bab V, Penutup. Meliputi kesimpulan dan saran-saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Teori Perilaku Terencana**

*Theory of Planned Behavior* atau Teori Perilaku Terencana adalah teori perilaku konsumen yang digunakan untuk memprediksi preferensi dan perilaku yang diusulkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Teori ini dikembangkan dari teori sebelumnya, khususnya teori tindakan beralasan yang digunakan untuk mempelajari perilaku manusia. Teori ini berhasil bila diterapkan pada perilaku yang berada dalam kendali individu. Jika dalam perilaku tersebut tidak berada di bawah kendali penuh ataupun kehendak individu, maka orang tersebut sebenarnya tidak melakukan perilaku tertentu meskipun mereka merasa termotivasi oleh sikap dan norma subjektifnya. Oleh karena itu, untuk mengatasi keterbatasan dari *Theory of Reasoned Action* dikembangkanlah *Theory of Planned Behavior* tahun 1988 yang berguna untuk memperkirakan perilaku yang tidak ada di bawah kendali penuh individu. (Darwis Tamba).

Menurut Soekidjo Notoadmojo dalam jurnal (Motivasi et al., 2018), perilaku dimaknai sebagai kegiatan atau tindakan yang mempunyai cakupan yang sangat luas seperti halnya berjalan, berbicara, menangis, bekerja, bekerja, dan lain-lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perilaku manusia mencakup semua aktivitas manusia baik itu yang tidak dapat diamati maupun yang diamati secara langsung oleh pihak ketiga. Sedangkan menurut Achmat (2010) dalam (Muhammad Zuhirsyan & Nurlinda, 2021.), teori perilaku konsumen pada dasarnya mengacu pada dugaan bahwa manusia pada dasarnya adalah makhluk rasional, dan menggunakan cara sistematis atas informasi yang tersedia untuk tujuannya. Dengan demikian, menurut penilaian oleh Darwis Tamba, teori perilaku terencana dapat dianggap sebagai teori yang menganalisis pada tiga komponen, yaitu:

a. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*).

Sikap dianggap sebagai variabel pertama dari perilaku. Oleh karena itu, sikap terhadap perilaku sama halnya dengan sikap konsumen yaitu sikap yang ditentukan berdasarkan keyakinan seseorang mengenai akibat yang akan ditimbulkan dari suatu perilaku (*behavioral beliefs*), yang dievaluasi berdasarkan hasil penilaian konsekuensinya (*outcome evaluation*). Sikap ini diyakini mempunyai pengaruh langsung terhadap perilaku yang pada gilirannya dikaitkan dengan norma subjektif dan *perceived behavioral control*.

a. Norma subjektif (*subjective norm*)

Yaitu perasaan atau asumsi subjektif tentang harapan orang dalam kehidupannya tentang apakah mereka akan melakukan suatu perilaku tertentu atau tidak. Dalam hal ini kepercayaan juga termasuk dalam norma subjektif. Oleh karena itu, dapat dikatakan jika seseorang akan berniat untuk menunjukkan perilaku tertentu apabila ia merasa bahwa orang-orang terdekatnya berpikir dia harus melakukannya.

b. Persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*) ataupun kontrol perilaku

Yaitu perasaan individu mengenai usaha yang telah dilakukan untuk mengerjakan suatu perilaku tertentu. Kontrol perilaku ini akan mengacu pada seberapa jauh seseorang percaya bahwa terjadi atau tidaknya suatu perilaku berada dalam kendali mereka. Oleh karena itu, seorang individu cenderung tidak terlalu menaruh perhatian untuk memperlihatkan perilaku tertentu, apabila ia tidak mempunyai kesempatan untuk melaksanakannya, meskipun sudah bersikap lebih positif serta mempercayai bahwa orang-orang terpenting baginya akan setuju.

Berdasarkan komponen di atas, sikap terhadap perilaku seseorang atau konsumen akan mengukur bagaimana seseorang mempersepsikan

suatu objek positif atau justru negatif, menguntungkan atau bahkan merugikan, dengan demikian, sikap konsumen akan menentukan apa yang akan dilakukannya di masa depan. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Schiffman Leon G (2008:5) yang dikutip dalam penelitian (Muhammad Iqbal et al. 2019), yang menyatakan bahwa perilaku konsumen berfokus pada bagaimana seseorang mengalokasikan sumber daya seperti tenaga, waktu maupun uang guna memperoleh suatu jasa atau barang yang berhubungan dengan konsumsi. Pada saat yang sama, Kotler Philip (2009:166) mengusulkan untuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi mengenai cara individu atau kelompok, hingga organisasi dalam memilih, membeli dan menggunakan produk, gagasan tentang layanan, dan juga pengalaman dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Dalam konteks penelitian ini, sikap konsumen merupakan variabel utama untuk menghindari riba dikarenakan sikap terhadap perilaku akan mendorong atau memotivasi konsumen untuk memilih suatu produk secara positif atau negatif sebelum mengambil keputusan. Dengan demikian, motivasi menghindari riba dapat diasumsikan sebagai keyakinan positif individu terhadap keputusan yang diambil oleh konsumen dalam memilih produk pembiayaan, artinya konsumen atau nasabah ingin menerima atau merasakan manfaat dari produk pembiayaan modal usaha yang pada penelitian ini ialah pembiayaan murabahah. Selain itu, setiap individu yang memiliki keyakinan positif terhadap konsep larangan riba, akan melihatnya sebagai insentif atau motivasi bagi nasabah untuk bertindak dalam memenuhi kebutuhan ataupun tujuannya berdasarkan dengan prinsip dasar syariah yang diajarkan.

Perilaku konsumen dalam memutuskan untuk memilih suatu produk pembiayaan modal usaha, selain dipengaruhi oleh sikap seseorang tetapi juga dapat dipengaruhi oleh norma subjektif yang melatarbelakangi variabel pengetahuan produk. Hal tersebut dikarenakan produk pembiayaan modal usaha (pembiayaan murabahah) ini melibatkan

partisipasi yang kuat dalam proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, menurut standar subjektif, konsumen atau pelanggan hendaknya mencari informasi, mengevaluasi alternatif, kemudian memutuskan untuk membeli atau memilih suatu produk untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah.

Lebih lanjut, persepsi kontrol perilaku pada penelitian ini melatarbelakangi variabel kebutuhan modal. Proses kognitif pengendalian diri adalah keadaan dimana orang menganggap suatu tindakan tertentu mudah atau sulit dilakukan, karena faktor-faktor yang menguntungkan akan berubah tergantung pada keadaan dan jenis perilaku yang dilakukan. Sehingga dapat dikatakan apabila nasabah memiliki perilaku atau sikap positif dan mendapatkan dukungan dari orang-orang di sekitarnya, maka ia akan memiliki niat yang kuat. Begitu pula nasabah yang membutuhkan modal untuk memulai usahanya di kemudian hari akan mencari tambahan modal melalui pembiayaan.

## **2. Motivasi Menghindari Riba**

### **a. Pengertian Motivasi**

Sciffman dan Kanuk (2000) menegaskan bahwa motivasi pada dasarnya muncul terutama dari permintaan konsumen. Kebutuhan tersebut akan muncul atas rasa tidak nyaman yang dirasakan nasabah antara apa yang seharusnya dirasakan dan apa yang sebenarnya mereka rasakan. Kebutuhan yang dirasakan inilah yang dapat mendorong seseorang dalam menentukan tindakannya guna memuaskan kebutuhan tersebut.

Sementara menurut Huriartanto, Hamid, and Shanti (2015) motivasi dikaitkan dengan konsumen, yang mana motivasi dapat dipahami sebagai dorongan yang memotivasi konsumen untuk memutuskan melakukan tindakan untuk mencapai tujuannya, khususnya kepuasan dari berbagai jenis kebutuhan. Setiadi (2002) berpendapat bahwa motivasi setiap konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen yang diambil. Oleh karena itu

berdasarkan uraian di atas dan sejalan dengan pandangan Wijaya (2017), motivasi dapat dipahami sebagai dorongan yang mempunyai kemampuan untuk membangkitkan minat atau rasa semangat dalam diri seseorang sehingga menimbulkan keinginan untuk bekerja sama secara efektif, efisien, dan diintegrasikan ke dalam setiap usaha mencapai kepuasan.

Sementara itu, riba dalam bahasa Arab berasal dari kata *Az-Ziyadah* yang memiliki arti kelebihan atau tambahan, yang meskipun sedikit atas jumlah pokok yang dipinjamkan. Menurut Kalsum (2014) dalam penelitian yang dikutip oleh Aldo Ramadanie (2023:106), menyamakan riba dengan “usury” atau praktik pembebanan bunga yang sangat tinggi. Secara esensial, riba dipahami sebagai pengambilan keuntungan yang tidak sah dari modal dasar. Prof. Dr. Rachmat Syafe’I M.A. sebagaimana dikutip oleh Muhammad Rahel et al. (2022:6) menjelaskan bahwa pelarangan riba dalam islam didasarkan pada dua alasan utama, yaitu: pertama, karena mengandung unsur kezaliman; kedua, karena melibatkan eksploitasi kebutuhan mendasar serta mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) dan spekulasi yang berlebihan (*maysir*).

Berdasarkan pemahaman di atas, motivasi menghindari riba menjadi faktor pendorong bagi umat Islam untuk berperilaku sesuai dengan prinsip syariah dalam urusan keuangan. Keyakinan akan larangan riba ini tidak hanya mempengaruhi keputusan nasabah, tetapi juga dapat menjadi alat untuk mengedukasi dan mempengaruhi orang lain agar bertindak sesuai dengan ajaran islam dalam konteks ekonomi dan keuangan.

b. Indikator Motivasi Menghindari Riba

Menurut Swastha dan Irawan (2008:77) dalam penelitian oleh Salsaibila et al. menjelaskan bahwa motivasi dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

- 1) Motivasi intrinsik/motivasi hakiki. Secara spesifik, motivasi mengacu batin seseorang tanpa bantuan atau rangsangan dari dunia luar terutama nilai yang melekat pada objek tersebut. Adapun indikator aspek ini, yaitu: dorongan kebutuhan untuk selalu menggunakan produk dan kebutuhan untuk memiliki produk.
- 2) Motivasi ekstrinsik/motivasi buatan. Secara khusus teori ini dikembangkan dari teori motivasi intrinsik yang mewakili kekuatan-keuatan yang ada dalam diri setiap individu dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan internal. Indikator dimensinya, yaitu: dorongan untuk menunjang penampilan, dorongan akan tren lingkungan sosial saat ini, dan dorongan minat terhadap produk.

Sementara menurut Anggita Novita Gampu (2015) dalam (Bhayu, 2017) menyebutkan indikator pengukuran variabel motivasi yaitu: Kebutuhan nasabah, selera, dan kenyamanan nasabah.

### **3. Kebutuhan Modal**

#### **a. Pengertian Kebutuhan Modal**

Konsep kebutuhan sebagaimana diuraikan oleh Nugroho (2003) dalam penelitian Abdul Jalil & Sitti Azizah (2020), mencerminkan suatu struktur yang mengatur proses kognitif dan perilaku manusia dalam merespon ketidakpuasan. Sedangkan dalam ranah pemasaran, kebutuhan diinterpretasikan sebagai persepsi individu akan kekurangan terhadap suatu produk atau layanan tertentu, yang kemudian memotivasi tindakan untuk memenuhi kekurangan tersebut. Dengan demikian, kebutuhan menjadi penggerak utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen dan strategi pemasaran.

Murray (2018:253), mendefinisikan kebutuhan sebagai suatu kontrak yang mencerminkan dorongan otak untuk mengubah keadaan

melalui berbagai proses kognitif dan perilaku. Satu kebutuhan mungkin dibentuk oleh proses internal, namun banyak kebutuhan lain dipicu oleh faktor lingkungan (eksternal) dan seringkali melibatkan aspek emosional dalam penyelesaiannya.

Sementara itu, teori hierarki kebutuhan manusia telah mengalami evolusi. Abraham Maslow, mengidentifikasi empat tingkat kebutuhan dasar manusia: kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan kasih sayang dan rasa memiliki, *Esteem* (harga diri) dan kebutuhan aktualisasi diri. Namun, dalam perkembangan lebih lanjut, Potter dan Perry (2017:53), sebagaimana dikutip oleh Muhammad Ichsan (2023), memperluas konsep ini menjadi lima tingkat kebutuhan dasar manusia, menambahkan satu level baru ke dalam hierarki Maslow yang asli, sebagai berikut:

1) Kebutuhan Fisiologis

Merupakan kebutuhan paling mendasar, mencakup oksigen, makanan, air, dan regulasi suhu tubuh. Pemenuhan kebutuhan ini bersifat krusial dan menjadi prioritas utama.

2) Kebutuhan Keamanan

Kebutuhan ini muncul setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi, yang melibatkan rasa aman dan terlindungi dalam lingkungan.

3) Kebutuhan Akan Cinta, Kasih Sayang dan Rasa Memiliki

Berkaitan dengan hasrat untuk membentuk hubungan, mendapatkan kasih sayang, dan rasa memiliki, yang muncul sebagai respons terhadap perasaan kesepian atau keterasingan.

4) Kebutuhan *Esteem* (Harga Diri)

Mencakup kebutuhan akan harga diri dan pengakuan dari orang lain. Pemenuhannya menghasilkan rasa percaya diri, sementara ketidakpuasannya dapat menyebabkan perasaan rendah diri.

#### 5) Kebutuhan Aktualisasi Diri

Tingkat tertinggi dalam hierarki, muncul ketika kebutuhan lain terpenuhi. Melibatkan keinginan untuk mengoptimalkan potensi diri dan mencapai kepuasan pribadi, dan melakukan apa yang ingin dilakukan.

Teori ini menekankan bahwa pemenuhan kebutuhan berjenjang dari yang paling mendasar hingga yang lebih kompleks, dengan setiap tingkat mempengaruhi motivasi dan perilaku individu.

Modal sebagaimana didefinisikan oleh Suyadi (2016:118), merupakan aset kekayaan perusahaan yang berperan vital dalam kegiatan produktif. Konsep ini mencakup tidak hanya nilai buku surat berharga, tetapi juga seluruh sumber daya yang berkontribusi pada proses produksi. Dalam persepektif makro ekonomi, modal dipandang sebagai katalis utama pertumbuhan investasi, baik dalam aspek produksi langsung maupun pengembangan infrastruktur yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan output ekonomi.

Menurut Meij dalam penelitian oleh Muhammad Ichsan (2023:26), modal adalah sekumpulan barang modal yang terletak pada sisi debitor dalam neraca. Barang modal tersebut semuanya merupakan barang usaha rumah tangga karena fungsi produksinya untuk menghasilkan pendapatan. Menurut ahli ekonomi, memperluas definisi modal meliputi berbagai jenis peralatan dan struktur yang digunakan dalam proses produksi. Ini mencerminkan akumulasi historis dari barang-barang yang kini dimanfaatkan untuk menciptakan nilai baru. Cakupan modal dalam konteks ini meluas dari peralatan dan mesin hingga sarana transportasi, bangunan, dan bahan baku, menegaskan peran komprehensifnya dalam menggerakkan roda ekonomi dan produksi.

Berdasarkan sudut pandang di atas, modal dapat dipahami sebagai apa yang diperlukan untuk membiayai operasional suatu usaha sejak pendiriannya hingga mulai beroperasi. Modal di sini dapat berupa uang atau tenaga (keahlian). Modal finansial memegang peran krusial dalam menopang berbagai aspek operasional rutin. Sementara modal profesional adalah kemampuan dan keahlian yang dimiliki seseorang dalam mengelola dan menjalankan usahanya.

b. Jenis-Jenis Modal

Menurut Sukirno (2016:49) dalam Muhammad Ichsan (2023), modal digolongkan ke dalam beberapa jenis yang mana pemahaman dan pengelolaan yang tepat atas ketiga jenis modal ini sangat penting untuk menjamin keberlanjutan dan efisiensi operasional suatu usaha, diantaranya:

1) Modal Investasi.

Merupakan alokasi dana jangka panjang yang digunakan untuk memperoleh aset tetap seperti properti, kendaraan, dan infrastruktur lainnya. Karakteristik utamanya adalah penggunaan yang berulang dengan masa manfaat lebih dari satu tahun.

2) Modal Kerja.

Berfokus pada kebutuhan pendanaan jangka pendek yang berkaitan langsung dengan siklus produksi. Modal ini bersifat lebih likuid dan digunakan untuk membiayai operasional harian perusahaan.

3) Modal Operasional.

Ditujukan untuk menutup biaya-biaya tetap bulanan yang tidak terkait langsung dengan produksi, seperti gaji karyawan, utilitas, dan pengeluaran administratif lainnya. Modal ini memastikan kelancaran fungsi non-produksi perusahaan.

c. Indikator Kebutuhan Modal

Munawir (2019:73), mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi kebutuhan modal suatu usaha, meliputi: karakteristik usaha, durasi, durasi siklus produksi dan harga produk, ketentuan pembelian bahan baku, syarat penjualan, serta tingkat perputaran persediaan.

Sementara menurut Munawir dalam penelitian oleh Jumratul Hasanah (2023:15-17) menekankan beberapa indikator penting untuk memperoleh modal, sebagai berikut:

1) Tujuan Nasabah

Indikator ini penting untuk memahami apakah modal akan digunakan sebagai investasi utama atau tambahan, serta urgensi kebutuhannya.

2) Masa Pengambilan Modal

Indikator ini harus disesuaikan dengan kemampuan nasabah dan kebutuhan usaha untuk menghindari beban berlebih..

3) Tantangan Akses Modal Eksternal

Hambatan dalam memobilisasi modal eksternal meliputi: kesulitan memenuhi persyaratan kredit, seperti kelayakan usaha dan kriteria teknis lainnya.

4) Proyeksi Keuntungan

Perkiraan keuntungan diperoleh dari selisih antara pendapatan dan beban selama periode waktu tertentu. Sehingga estimasi antara pendapatan dan pengeluaran menjadi hal yang krusial dalam menentukan kemampuan pengembalian modal dan kelayakan pinjaman.

#### 4. Pengetahuan Produk

a. Pengertian Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan konsep yang luas, mencakup berbagai aspek mulai dari merek hingga detail spesifik suatu produk. Waluyo dan Pamungkas (2013) sebagaimana dikutip dalam penelitian

Deva Wahyuni (2023), mendefinisikannya sebagai seberapa jauh informasi yang terimpan dalam memori konsumen mengenai suatu produk. Tingkat pengetahuan produk yang dimiliki nasabah berkorelasi positif dengan kemampuan mereka saat membuat keputusan pembelian yang tepat dan memuaskan. Nasabah dengan pengetahuan produk yang lebih komprehensif cenderung memiliki ekspektasi yang lebih realistis dan mampu memberikan masukan yang lebih konstruktif terkait pilihan produk. Dengan demikian, pengetahuan produk tidak hanya mempengaruhi proses pengambilan keputusan individual, tetapi juga berpotensi meningkatkan kualitas umpan balik nasabah terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

Sumarwan (2011) seperti dikutip dalam (Fuqory et al., 2021) mengklasifikasikan pengetahuan produk ke dalam tiga produk ke dalam tiga kategori:

- 1) Pemahaman terkait ciri-ciri atribut produk
- 2) Wawasan mengenai kegunaan produk
- 3) Pengetahuan atau pengertian tentang tingkat kepuasan yang didapatkan konsumen dari produk.

Variabel ini memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan nasabah. Dengan berbekal pengetahuan ini, nasabah dapat mengidentifikasi kebutuhan mereka dan mencari solusi yang tepat. Proses ini melibatkan beberapa tahap yang dimulai dari kesadaran nasabah akan perbedaan antara situasi yang diinginkan dengan kondisi saat ini. Selanjutnya, nasabah akan mengumpulkan informasi yang relevan untuk memenuhi kebutuhannya. Akhirnya, proses ini berujung pada pemilihan produk yang dianggap paling sesuai (Bhayu, 2017).

#### b. Indikator Pengetahuan Produk

Dalam jurnal (Maulana et al., n.d.), Peter dan Olson menguraikan beberapa indikator pengetahuan produk, sebagai berikut:

- 1) Kegunaan produk. Nasabah akan memahami manfaat yang akan mereka peroleh setelah menggunakan atau membeli suatu produk. Manfaat ini mencakup aspek psikologis (berkaitan dengan perasaan, suasana hati, dan emosi) serta manfaat fungsional.
- 2) Karakteristik produk. Nasabah akan menilai produk berdasarkan fitur atau ciri khasnya. Meliputi: atribut fisik yaitu aspek-aspek yang dapat diamati secara langsung, seperti dimensi dan warna produk. Kemudian atribut abstrak yaitu karakteristik subjektif produk yang didasarkan pada persepsi konsumen.
- 3) Nilai kepuasan produk. Nasabah akan mempertimbangkan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi harapan mereka dan memberikan kepuasan.

## **5. Keputusan Nasabah**

### **a. Pengertian Keputusan Nasabah**

Peter and Olson (2013), seperti dikutip dalam penelitian Bhayu (2017) menggambarkan keputusan konsumen atau nasabah sebagai proses terintegrasi yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi beberapa alternatif perilaku dan memilih salah satunya. Perilaku konsumen inilah yang menjadi faktor penentu dalam proses pengambilan keputusan. Perilaku konsumen inilah yang dapat menentukan proses pengambilan keputusan, dimana keputusan pembelian konsumen diartikan sebagai proses diambalnya keputusan oleh konsumen pada saat memutuskan untuk membeli suatu produk (Kotler & Armstrong, 2011) dalam (Bhayu, 2017).

Danang Sunyoto (2013:85) seperti disebutkan dalam (Maulana et al., n.d.) menekankan pentingnya struktur keputusan pembelian yang komprehensif bagi penjual untuk membantu nasabah atau konsumen. Khususnya:

- 1) Identifikasi jenis produk, dan alasannya.
- 2) Pertimbangan aspek produk (ukuran, gaya, kualitas, dll.)

- 3) Keputusan yang berkaitan dengan branding, termasuk mengenai produk apa yang akan dibeli konsumen.
- 4) Keputusan yang berhubungan dengan penjual.
- 5) Menentukan jumlah produk, termasuk berapa banyak produk yang akan mereka beli dalam satu waktu.
- 6) Tentukan waktu pembelian.
- 7) Keputusan mengenai tata cara pembayaran.

b. Dimensi dan Indikator Keputusan Nasabah

Philip Kotler, mengidentifikasi beberapa indikator dalam proses pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Identifikasi masalah, khususnya tahap dimana nasabah mengenali masalahnya ataupun kebutuhannya.
- 2) Pencarian informasi, yaitu tahap mencari informasi tambahan atau dengan meningkatkan perhatiannya.
- 3) Evaluasi alternatif berdasarkan informasi yang diperoleh.
- 4) Keputusan pembelian, yaitu tahap akhir keputusan untuk membeli produk atau tidak.

Sementara itu, Merna Tompunu (2014) seperti dikutip dalam jurnal oleh Bhayu, menyoroti indikator pengukuran keputusan nasabah, yaitu:

- 1) Pencarian informasi, nasabah mengumpulkan informasi tambahan dari berbagai sumber terkait modal usaha.
- 2) Evaluasi alternatif, nasabah menilai berbagai pilihan produk berdasarkan informasi yang diperoleh.
- 3) Keputusan pembelian, tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk pembiayaan modal usaha (murabahah) di BTM setelah melakukan pencarian dan evaluasi informasi.
- 4) Pembelian kembali, maksudnya keputusan nasabah untuk kembali membeli produk pembiayaan modal usaha (murabahah).

## B. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan karena terdapat kesinambungan antara penulis dengan penelitian terdahulu, yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	“Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dan Motivasi Menghindari riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi” (Indah Maulinda, 2023)	Dari hasil analisis data terlihat bahwa kedua variabel independen semuanya mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap dependen variabel, khususnya keputusan untuk menjadi nasabah.	Sama-sama menggunakan variabel bebas pengetahuan produk dan juga motivasi menghindari riba.  sama-sama menggunakan alat uji SPSS dengan teknik analisis data yang sama.	Perbedaannya ada pada penelitian terdahulu yang meneliti di lokasi yang berbeda yaitu di kota Jambi sementara penulis di kota Kecamatan Bobotsari  Objek penelitian yang diteliti ada di BRI Syariah cabang jelutung Kota Jambi sedangkan penulis ada di KSPPS BTM Perkasa Bobotsari
2.	“Pembiayaan Modal Usaha Dengan Penerapan Akad Murabahah Pada Bank Kalbar Syariah Cabang Sambas” (Ahmad Yasir,	Penerapan akad murabahah dalam pembiayaan usaha pada penelitian ini menggunakan akad murabahah bil wakalah sebagai salah	Memiliki konsentrasi atau topik penelitian yang sama yaitu akad murabahah sebagai alternatif pembiayaan modal usaha.	Meskipun menggunakan judul yang sama terkait pembiayaan modal usaha dengan akad murabahah, beberapa penelitian terdahulu mengadopsi

	2021)	satu alternatif nasabah dalam menambah modal usaha.		pendekatan kualitatif, sehingga tidak mengukur variabel independen lainnya.
3.	“Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah” (Sholihah, 2016)	Studi ini menemukan bahwa variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan dan margin keuntungan baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah.	Terdapat persamaan pada variabel pengetahuan dan variabel keputusan nasabah. Memiliki persamaan topik penelitian yang sama yaitu akad pembiayaan murabahah.	Terdapat perbedaan dimana penelitian terdahulu menggunakan variabel lain yaitu keputusan pelayanan, dan margin keuntungan.
4.	“Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal, dan Tingkat Margin Terhadap Proses Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Gumarang Akbar Syari’ah	Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kebutuhan modal dan margin secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan pembiayaan murabahah. sementara variabel pelayanan memiliki pengaruh	Terdapat persamaan pada variabel bebas “kebutuhan modal” dan variabel terikat “keputusan nasabah”.  sama-sama meneliti di koperasi syariah  Sama-sama menggunakan alat analisis SPSS.	Pada penelitian terdahulu meneliti variabel lain yaitu pelayanan dan tingkat margin.  Selain itu, lokasi objek pada penelitian tersebut berada di KSPPS Gumarang Akbar Syariah Mataram, sedangkan penulis berada di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari.

	Mataram” (Jumratul Hasanah, 2023)	positif dan signifikan. sementara secara simultan ketiga variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan.		
5.	“Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro” (Herliana et al., 2023)	Variabel pengetahuan dan religiusitas sama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat nasabah menggunakan produk pembiayaan pada bank wakaf mikro.	Mempunyai persamaan pada variabel bebas “pengetahuan” dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif	Sedangkan penelitian terdahulu meneliti variabel lain yaitu religiusitas dan niat nasabah (dependen), kemudian memiliki fokus penelitian yang berbeda. penelitian terdahulu meneliti di Bank Wakaf Mikro sementara penulis meneliti di KSPPS BTM Perkasa.
6.	“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat” (Anjas Mara et al., 2023)	Ketiga variabel independen dalam penelitian tersebut baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.	Memiliki persamaan pada “pengetahuan produk” dan “motivasi menghindari riba” dengan variabel terikat “keputusan nasabah”.  sama-sama menggunakan alat uji SPSS.	Sementara itu, penelitian terdahulu menggunakan variabel independen “religiusitas” dengan lokasi dan objek penelitian yang berbeda yaitu BSI KCP Stabat.

7.	<p>“Pembiayaan Murabahah untuk Modal Usaha (Studi BMT Taqwa Muhammadiyah Cabang Bandar Buat Padang)” (Meihesti, 2018)</p>	<p>Hasil analisis, penerapan pembiayaan murabahah untuk modal usaha, beberapa penelitian kualitatif mengkaji proses di mana khusus pada saat BMT mewakili nasabah dalam pembelian produknya.</p>	<p>Mempunyai persamaan yaitu membahas pembiayaan murabahah untuk modal usaha.</p>	<p>Hanya saja penelitian terdahulu meneliti dengan metode penelitian kualitatif.</p> <p>Terdapat lokasi dan objek penelitian yang berbeda yaitu BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat Padang. Sedangkan penulis ada di koperasu syariah.</p>
8.	<p>“Pengaruh Pengetahuan Produk dan Margin Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan)”(Deva Wahyuni, 2023)</p>	<p>Analisis statistik menunjukkan bahwa pengetahuan produk secara individu memiliki pengaruh pada keputusan nasabah, sementara faktor margin tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Namun, ketika diuji bersama-sama, baik pengetahuan produk maupun margin terbukti memiliki</p>	<p>Studi ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal penggunaan pengetahuan produk sebagai variabel bebas dan keputusan nasabah sebagai variabel terikat.</p> <p>Sama-sama memneliti terkait dengan pembiayaan murabahah.</p>	<p>Meskipun begitu, penelitian terdahulu menggunakan variabel terikat margin.</p> <p>Selain itu, penelitian terdahulu meneliti di lokasi yang berbeda yaitu Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan, sedangkan penulis meneliti di koperasi syariah.</p>

		pengaruh yang substansial/sig nifikan terhadap keputusan nasabah.		
9.	“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Persepsi Nasabah dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Ex Bank Syariah Mandiri) KCP Malang Pasar Besar” (Aldo Ramadanie, 2023)	Uji F mengungkapk an bahwa keinginan nasabah untuk menghindari riba, kesadaran, dan pengetahuan produk secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pembiayaan BSI. Sementara itu, uji T memperlihatkan pengaruh yang signifikan dari motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah.	Memiliki persamaan dengan menggunakan variabel bebas motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk. sama-sama menggunakan variabel terikat keputusan nasabah.	Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel terikat persepsi nasabah dengan lokasi yang berbeda yaitu berada di BSI KCP Malang Pasar Besar sedangkan penulis meneliti di koperasi syariah.
10.	“Pengaruh Bagi Hasil dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Usaha Mikro, Kecil,	Dari hasil uji T atau parsial maka baik bagi hasil maupun kebutuhan modal memiliki pengaruh	Memiliki persamaan dengan menggunakan variabel bebas “kebutuhan modal”.	Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas ”bagi hasil” dan variabel terikat minat.

	<p>dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Palu” (Sitti Azizah Hamzah, 2020)</p>	<p>positif dan signifikan terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan. Uji F mengkonfirmasi bahwa kedua variabel bebas ini, ketika dianalisis bersama-sama, memiliki dampak yang signifikan terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan.</p>	<p>sama-sama berfokus pada pelaku usaha yang juga nasabah yang melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah.</p>	<p>penelitian terdahulu meneliti di lembaga keuangan syariah di Kota Palu sedangkan penulis lebih spesifik meneliti di koperasi syariah.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## C. Landasan Teologis

### 1. Motivasi Menghindari Riba dalam Islam

Berdasarkan prinsip hukum syariah, Islam mengajarkan kita untuk menjauhi larangan-Nya termasuk larangan bunga bank (riba). Selain haram, penggunaan riba juga dianggap tidak sesuai dengan syariat Islam karena pengalihan risiko hanya ditanggung oleh satu pihak sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Hai orang-orang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba jika kalian orang-orang yang beriman”. (QS. Al-Baqarah:278)

Ayat tersebut menjelaskan tentang larangan riba dalam melakukan aktivitas di lembaga keuangan syariah dan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, diharapkan layanan perbankan syariah hadir untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan menyediakan produk perbankan

syariah dengan proses akadnya sesuai dengan yang dianjurkan dalam agama Islam.

## 2. Kebutuhan Modal dalam Islam

Literatur fiqh menyebutkan modal sebagai *ra'sul mal* yang berarti uang dan modal. Modal menjadi faktor penting di sini, karena tanpa modal maka badan usaha dan dunia usaha tidak dapat menghasilkan produknya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa modal adalah keseluruhan kekayaan yang berupa *harta benda* maupun *intangibile asset* yang dapat digunakan untuk menghasilkan keuntungan dan kekayaan. Sehingga modal tidak bisa diabaikan begitu saja dan harus digunakan secara efektif dan bijaksana seperti hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari yang artinya:

*Dari 'Urwah bahwa Nabi SAW memberinya satu dinar untuk dibelikan seekor kambing, dengan uang itu ia beli dua ekor kambing, kemudian salah satunya dijual seharga satu dinar, lalu dia menemui beliau dengan membawa seekor kambing dan uang satu dinar. Maka beliau mendoakan dia keberkahan dalam jual belinya itu, "sungguh dia apabila berdagang debu sekalipun, pasti mendapatkan untung."* (HR. Bukhari)

Dari hadist tersebut dapat dipahami bahwa Nabi mencintai umatnya yang mau berusaha menjadikan keuntungan dari modal. Hal itu telah mereka lakukan, dan jika tidak mampu menjalankan usahanya karena kekurangan modal, kini Islam telah menawarkan alternatif modal usaha dalam bentuk pembiayaan seperti murabahah, musyarakah dan lain-lain. Sebaliknya modal harus diciptakan melalui usaha dan kerja keras, tidak dapat diciptakan dengan sendirinya, oleh karena itu mengambil modal dari riba dan perjudian dilarang keras oleh Al-Qur'an sebagaimana tercantum dalam QS. Ali Imran ayat 14.

رُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ  
وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعُ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَبَآئِ

*“Dijadikan indah pada pandangan manusia kecintaan kepada apa-apa yang diinginkan, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-*

*binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).” (QS. Ali Imran ayat:14)*

Ayat tersebut menerangkan bahwa kecenderungan manusia untuk menginginkan berbagai barang merupakan bagian intrinsik dari sifat manusiawi, yang berkaitan erat dengan kebutuhan hidup. Namun, kita senantiasa diingatkan untuk menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan duniawi dan persiapan untuk kehidupan akhirat, tanpa terlalu tenggelam dalam urusan duniawi.

### 3. Pengetahuan Produk dalam Islam

Pengetahuan produk merupakan faktor di mana nasabah akan menggunakan pengetahuan yang dimilikinya untuk mencari tahu masalah yang mereka perlukan dan mencoba mencari alternatif solusi atas masalah yang mereka hadapi. Dalam ajaran Islam, kita juga dianjurkan untuk berhati-hati dalam mengumpulkan informasi dan berusaha mencari kejelasan atau kebenaran tentang suatu hal.

Pengetahuan produk dalam istilah Islam disebut juga *tabayyun*, yang merupakan salah satu petunjuk dalam Islam untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang ada dengan terlebih dahulu mengklarifikasi dan menganalisis permasalahan tersebut untuk menghasilkan kesimpulan atau solusi terkait dengan permasalahan tersebut. Hal ini juga dijelaskan dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِبُوهَا  
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا  
بِجَهَالَةٍ فَتُصِبُوهَا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ

*“Jika ada seorang fassiq datang kepada kalian dengan membawa suatu berita penting, maka tabayyunlah (telitilah dulu), agar jangan sampai kalian menimpakan suatu bahaya pada suatu kaum atas perlakuan kalian”. (QS. Al-Hujurat/49:6).*

Ayat di atas dengan jelas memerintahkan kita untuk tidak menerima informasi dan menelannya hidup-hidup tanpa mempelajarinya terlebih dahulu, dengan cara ini kita akan terhindar dari segala bahaya yang mungkin timbul dari informasi yang kita terima.

#### 4. Keputusan Nasabah dalam Islam

Sebelum mengambil sebuah keputusan tentu perlu mempertimbangkan beberapa hal dan tergantung dari konteks kapan, dimana hingga situasi keputusan itu diambil. Dalam Islam juga diajarkan bahwa niat merupakan hal penting dalam mengambil keputusan, sebagaimana tertera dalam sebuah hadist yang artinya:

إنما الأعمال بالنيات ولكل امرئ ما نوى

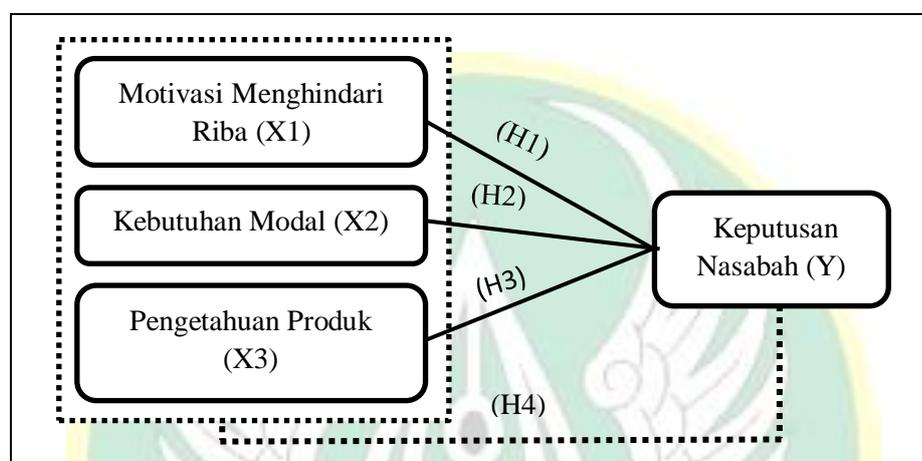
“Amal itu tergantung niatnya, dan seseorang hanya mendapatkan sesuai niatnya”. (HR Bukhari & Muslim)

Hadist ini menjelaskan bahwa suatu keputusan harus diambil dengan niat yang baik dan tidak ada niat lain yang diharapkan dari keputusan yang diambil, baik itu niat dalam melakukan ibadah, pekerjaan, dan kegiatan lainnya. Begitu pula bagi nasabah yang dalam membuat suatu keputusan haruslah mempertimbangkan maksud atau tujuan dari suatu perbuatan tertentu, yang pada penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha. Pada konteks ini maka nasabah sebelum membuat keputusan tentu akan mempertimbangkan berbagai hal agar sesuai dengan tujuan awal yaitu niat baik untuk memenuhi kebutuhan modal usaha dengan melakukan pembiayaan di perbankan syariah maupun koperasi syariah.

#### D. Kerangka Konseptual

Merupakan suatu penjelasan sistematis dan ilmiah yang memberikan gambaran hubungan antar variabel dalam sebuah penelitian. Dalam konteks penelitian ini, terdapat empat variabel yang diteliti. Tiga di antaranya merupakan variabel bebas, yaitu: motivasi menghindari riba, kebutuhan modal dan pengetahuan produk. Sementara itu, variabel terikatnya adalah keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.

Oleh karena itu, untuk memvisualisasikan hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel tersebut dapat digunakan sebuah kerangka reflektif atau konseptual. Melalui kerangka ini, dapat dianalisis sejauh mana masing-masing variabel bebas berkontribusi terhadap proses pengambilan keputusan nasabah. Hal ini memungkinkan pemahaman agar lebih mendalam terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan nasabah terhadap produk pembiayaan modal usaha tertentu, sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka berpikir**

Keterangan:

- : Pengaruh variabel secara parsial  
 ..... : Pengaruh variabel secara simultan

## E. Hipotesis

Istilah hipotesis berasal dari bahasa Yunani, gabungan kata “*hypo*” (di bawah) dan “*thesa*” (kebenaran). Hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan sementara yang belum terbukti kebenarannya, dirumuskan berdasarkan kajian teoritis yang mendalam. Dalam konteks penelitian ini, beberapa hipotesis yang digunakan adalah:

### 1. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Nasabah

Menurut Aldo Ramadanie (2023:113) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Persepsi Nasabah, dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Pembiayaan Bank Syariah Indonesia” menunjukkan bahwa variabel motivasi menghindari riba memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, yang berarti nasabah mulai sadar akan pentingnya menjaga asetnya agar tetap bersih dari riba. Selain itu, menghindari riba pada kegiatan bertransaksi dalam dunia perbankan merupakan faktor utama yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebelum nasabah memutuskan untuk memilih produk pembiayaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian oleh Muhammad Rahel et al. (2022), Ade Indra Permana et al. (2021), Anjas Mara et al (2023).

Sedangkan menurut penelitian oleh Danang Prio Utomo et al. (2021) yang berjudul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Umbara NTB” menunjukkan hasil yang berbeda di mana motivasi menghindari riba tidak berpengaruh signifikan.

H1 = Terdapat pengaruh motivasi menghindari riba (X1) terhadap keputusan nasabah (Y)

## **2. Pengaruh Kebutuhan Modal Terhadap Keputusan Nasabah**

Menurut Bambang (2020:46) dalam penelitian oleh Muhammad Ichsan (2023:74) yang berjudul “Pengaruh Sikap dan Kebutuhan Modal Kerja Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah (Studi pada Pelaku Usaha di Lueng Bata Banda Aceh)” menjelaskan bahwa kebutuhan modal merupakan faktor penting bagi pelaku usaha, karena tanpa modal yang cukup maka perusahaan akan mengalami kerugian dan kehilangan peluang untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan demikian, modal kerja maupun usaha merupakan energi internal yang tanpa energi tersebut maka seluruh kegiatan perusahaan tidak dapat bergerak atau berjalan secara normal. Dengan kata lain, kebutuhan permodalan nasabah memegang peran penting dalam menentukan keputusan untuk memilih pembiayaan modal usaha di lembaga keuangan syariah, hal tersebut karena

setiap pelaku usaha akan selalu membutuhkan dana dalam melakukan kegiatannya baik investasi maupun operasional sehari-hari. Hal tersebut sejalan dengan penelitian oleh Sitti Azizah Hamzah yang dimana hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa kebutuhan modal berpengaruh signifikan.

Akan tetapi, pada penelitian lain oleh Jumratul Hasanah (2023) dengan judul “Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal dan Tingkat Margin terhadap Proses Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Gumarang Akbar Syari’ah Mataram“ menunjukkan bahwa kebutuhan modal terhadap keputusan nasabah tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

H2 = Terdapat pengaruh kebutuhan modal (X2) terhadap keputusan nasabah (Y)

### **3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah**

Setiadi (2010) seperti dikutip dalam penelitian Bhayu (2017), menekankan bahwa nasabah memanfaatkan pengetahuan mereka terutama untuk mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan mereka. proses ini melibatkan pencarian informasi tersebut. Nasabah yang menggunakan pengetahuan yang mereka miliki untuk mengumpulkan informasi tentang pro dan kontra produk. Proses ini secara tidak langsung meningkatkan kemungkinan nasabah untuk membuat keputusan berdasarkan informasi tersebut, dan memungkinkan nasabah untuk menimbang kerugian dan keuntungan potensial dari suatu produk, yang merupakan faktor kunci dalam proses pengambilan keputusan. Temuan ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu oleh Anggita et al. (2015), Lia Apriyanti (2021), Fajar Rezky et al. (2019) yang mengemukakan bahwa pengetahuan produk secara konsisten memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah. Penelitian-penelitian ini menegaskan pentingnya pengetahuan produk dalam proses pengambilan keputusan nasabah, menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman nasabah tentang suatu

produk, semakin besar kemungkinan mereka membuat keputusan yang informed dan positif.

Di sisi lain, menurut penelitian oleh Anjasmara et al. (2023) dengan judul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat” menunjukkan hasil yang berbeda di mana tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah.

H3 = Terdapat pengaruh pengetahuan produk (X3) terhadap keputusan nasabah (Y)

#### **4. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Kebutuhan Modal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah**

Berdasarkan penelitian terdahulu, termasuk penelitian Aldo Ramadanie (2023:113) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Persepsi Nasabah, dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Bank Syariah Indonesia” menjelaskan bahwa motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk sama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, yang berarti nasabah mulai sadar akan pentingnya menjaga asetnya agar tetap bersih dari riba. Di sisi lain, nasabah yang menggunakan pengetahuan yang mereka miliki untuk mengumpulkan informasi tentang pro dan kontra produk, sehingga secara tidak langsung kemungkinan nasabah akan membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh tersebut. Sementara, penelitian oleh Muhammad Ihsan (2023:74) yang berjudul “Pengaruh Sikap dan Kebutuhan Modal Kerja Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah (Studi pada Pelaku Usaha di Lueng Bata Banda Aceh)” menunjukkan bahwa variabel kebutuhan modal memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah. Hal tersebut terjadi dikarenakan kebutuhan permodalan memegang peranan penting dalam kegiatan usahanya sehingga sangat menentukan keputusan untuk memilih

pembiayaan modal usaha di lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini dapat disimpulkan memiliki pengaruh signifikan serta saling berkesinambungan.

H4 = Terdapat pengaruh motivasi menghindari riba (X1), kebutuhan modal (X2) dan pengetahuan produk (X3) terhadap keputusan nasabah (Y)



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kausal, untuk mengukur keterkaitan antar variabel atau melakukan analisis bagaimana variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain (Zuhirsyan, 2018). Sedangkan pendekatannya ialah pendekatan kuantitatif, dikarenakan data yang akan diolah mempunyai bentuk numerik dan dianalisis dengan secara statistik. Samanu (2017) mendefinisikan metode kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan atas firasat positivisme, dan menggunakannya untuk mempelajari populasi ataupun sampel tertentu, dimana data dikumpulkan dengan alat penelitian dan dianalisis dengan data kuantitatif/statistik, serta bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari yang beralamat di Jl. Pemuda Jl.Lkr. Terminal, Dusun III, Gandasuli, Kec. Bobotsari, Kabupaten Purbalingga, Jawa tengah 53353.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dimulai bulan April- Juli 2024 hingga data-data yang dibutuhkan untuk penyusunan proposal skripsi ini terpenuhi.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2015:117), populasi merupakan suatu generalisasi yang mencakup obyek maupun subyek dengan karakteristik dan kualitas tertentu, ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Oleh karena itu, populasinya berfokus kepada nasabah pembiayaan murabahah aktif tahun 2023 yang ada di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari yang berjumlah 123 orang.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Nasabah Masuk Tahun 2023**

Jenis Pembiayaan	Jumlah Nasabah
Murabahah	123
Musyarakah	22
Ijarah	75
Qardh	1

Sumber: Manager KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari (data diolah)

## 2. Sampel Penelitian

Menurut Hasan (2002:58), sampel ialah satu bagian dari populasi yang diperoleh dengan metode tertentu dan juga mempunyai ciri-ciri tertentu yang lengkap dan jelas sehingga dianggap mewakili populasi tersebut.

Sementara sampel pada penelitian ini ialah nasabah khususnya pengguna pembiayaan murabahah yang ada di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari. Jumlah sampel pada populasi di atas ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, yang menurut Sugiyono (2017:81) untuk tingkat presisi ditetapkan dalam penentuan sampel ialah 5%. Penggunaan margin kesalahan 5% pada tingkat keyakinan 95% dimaksudkan untuk menyediakan ukuran ketidakpastian dalam estimasi statistik dengan begitu peneliti dapat meastikan bahwa ukuran sampel yang diambil cukup representatif. Untuk rumus slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran ketidak-telitian karena kesalahan (5%)

Pada penelitian ini, populasi nasabah di KSPPS BTM Perkasa Purbalingga KC Bobotsari yang memilih pembiayaan murabahah di tahun terakhir yaitu tahun 2023 yang berjumlah 123 orang. Dengan penentuan besarnya sampel yaitu:

$$n = \frac{123}{1 + 123 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{123}{1 + 0,307}$$

$$n = \frac{123}{1,307}$$

$$= 94,108$$

Jadi, sampel yang diambil setelah dibulatkan adalah sebanyak 100 nasabah/orang yang merupakan nasabah pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari.

Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir adanya kesalahan eror yang kemungkinan akan terjadi dalam perhitungan maka jumlah sampel pada penelitian ini dlebihkan menjadi 100 orang. Menurut Arikunto (2014:112) dalam penelitian oleh D. Haryati Dwi Putri (2019) menjelaskan bahwa jika subjek kurang dari 100 maka lebih baik untuk diambil semua, dengan alasan apabila pengambilan sampel dilakukan pembulatan menjadi 100 atau lebih besar maka hasilnya akan lebih baik. Oleh karena itu, hasil perhitungan sampel yang semula 94,108 dibulatkan menjadi 100.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik sampel yang ditentukan berdasarkan kriteria tertentu dan dianggap berhubungan erat dengan ciri populasi yang telah diketahui pada waktu sebelumnya. Kriteria ini mencakup nasabah aktif di KSPPS BTM Perkasa dan merupakan nasabah yang tertarik dan/atau pernah memilih produk pembiayaan murabahah di tahun terakhir yaitu tahun 2023.

## D. Variabel dan Indikator Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Gainau (2016) menyebutkan bahwa variabel penelitian digunakan oleh peneliti dalam bentuk apapun untuk memperoleh informasi sehingga

dapat ditarik kesimpulan atau variabel yang berupa nilai, objek, sifat atau sejenisnya. Sementara, variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

a) Variabel Independen (X)

Adalah variabel yang memberi pengaruh atau perubahan yang disebabkan variabel dependen. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah religiusitas ( $X_1$ ), dan pengetahuan produk ( $X_2$ ).

b) Variabel Dependen (Y)

Adalah variabel yang dipengaruhi oleh salah satu hasil adanya variabel independen. Pada penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan nasabah (Y).

## 2. Indikator Penelitian

**Tabel 3.2**  
**Indikator Penelitian**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Motivasi Menghindari Riba ( $X_1$ )	Motivasi menghindari riba merupakan faktor yang ada dalam diri seseorang yang bergerak, mengerahkan perilaku untuk memenuhi tujuan tertentu yang dalam hal ini adalah menjauhi larangan-Nya seperti riba atau bunga bank. Anggita Novita Gampu dalam penelitian (Bhayu, 2017)	1. Kebutuhan nasabah akan produk, 2. Selera nasabah, 3. Kenyamanan nasabah.  Anggita Novita Gampu dalam penelitian (Bhayu, 2017)
Kebutuhan Modal ( $X_2$ )	Kebutuhan modal merupakan faktor penting bagi para pelaku usaha, sebab tanpa adanya modal yang cukup maka perusahaan akan kehilangan kesempatannya untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Munawir dalam penelitian	1. Tujuan nasabah 2. Masa pengambilan modal 3. Tantangan akses modal eksternal 4. Proyeksi keuntungan  Munawir dalam penelitian oleh Jumratul Hasanah (2023:15-17)

	oleh Jumratul Hasanah (2023:15-17)	
Pengetahuan Produk (X3)	<p>Pengetahuan produk adalah sejauh mana semua informasi yang tepat itu disimpan dalam memori nasabah pengguna, seperti persepsi mereka terhadap pengetahuan suatu produk.</p> <p>Waluyo dan Pamungkas (2013)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegunaan Produk. Diantaranya : manfaat psikososial (terkait perasaan, suasana hati dan juga emosi) dan manfaat fungsional</li> <li>2. Karakteristik produk. Meliputi atribut fisik (gambaran dari ciri fisik sebuah produk, seperti ukuran dan warna) dan atribut abstrak (gambaran dari ciri subjektif produk atas dasar persepsi konsumen).</li> <li>3. Nilai Kepuasan produk.</li> </ol> <p>Sumarwan (2011)</p>
Keputusan Nasabah (Y)	<p>Keputusan konsumen atau nasabah yang diambil merupakan proses integratif untuk menggabungkan pengetahuan dengan tujuan agar dapat mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, kemudian memilih salah satu diantara perilaku tersebut.</p> <p>Peter &amp; Olson (2013)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keputusan mengenai jenis dan kuantitas suatu produk.</li> <li>b. Keputusan yang berkaitan dengan merek.</li> <li>c. Keputusan mengenai penjual atau penyalur.</li> </ol> <p>Danang Sunyoto (2013:85)</p>

## E. Sumber Data

### 1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (2016:225) merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini diperoleh melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Sedangkan menurut Danang Sunyoto (2013:21) mendefinisikan data primer sebagai

data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Sehingga data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dengan dua cara, yaitu secara daring menggunakan google form dan secara langsung dengan menyebarkan angket yang berisi pertanyaan dan pernyataan seputar variabel yang diteliti.

## 2. Data Sekunder

Menurut Danang Sunyoto (2013:21) data sekunder didefinisikan sebagai data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya. Data sekunder ini diperoleh dari pihak KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari, dan berbagai sumber literatur lainnya yang meliputi internet, jurnal, skripsi, buku-buku, hingga artikel.

## F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

### a) Wawancara

Sugiyono (2016:194) menyebutkan bahwa wawancara digunakan untuk mengetahui permasalahan apa yang perlu diteliti dan apakah peneliti ingin mencari tahu lebih dalam permasalahan dari responden yang diperlukan selama melakukan penelitian pendahuluan (Iii, 2017). Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan karyawan atau pihak marketing BTM dan beberapa nasabah.

### b) Kuesioner

Menurut Herlina (2019) dalam (Berliana, 2022) kuisisioner adalah cara untuk mengumpulkan data melalui cara memberi atau mengajukan sekumpulan pertanyaan yang dibutuhkan jawabannya oleh peneliti kepada calon responden. Sementara peneliti pada penelitian ini, akan mengajukan beberapa pertanyaan kepada nasabah di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari yang melakukan pembiayaan modal usaha. Untuk mengukur keputusan nasabah, peneliti menggunakan skala likert yang menurut Sugiyono (2018:152) merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok

orang tentang fenomena sosial, sehingga untuk skala likert pada penelitian ini terdiri dari lima kategori respon sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

Pernyataan	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

c) Pengamatan atau observasi

Menurut Morissan (2017:143) pengamatan atau observasi ialah suatu kegiatan manusia sehari-hari yang menggunakan kelima indra sebagai alat bantu utamanya. Dengan demikian, observasi merupakan kemampuan menggunakan pengamatan seseorang melalui hasil kelima indera yang dimiliki. (Belakang, n.d.). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data awal dari nasabah.

## G. Teknik Analisis Data

Untuk mengolah hasil data primer yang dikumpulkan, oleh karena itu teknik analisis data yang digunakan peneliti, diantaranya:

1. Uji Keabsahan Data

a) Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner dapat dikatakan valid atau tidak. Kuesioner yang valid dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner tersebut. Uji yang digunakan adalah *pearson correlation*, yang berarti menghitung korelasi antar nilai yang diperoleh dari pertanyaan. Uji signifikansi dilakukan untuk *degree of freedom* (df) =  $n-2$  dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, nilai  $n$  disini adalah jumlah sampel dan  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Sehingga suatu pertanyaan dapat dinyatakan tidak valid apabila  $r$  hitung <  $r$  tabel.

b) Uji Reliabilitas

Merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang termasuk variabel indikator. Pengujian ini dilakukan dengan mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Menurut Ghazali (2018:45) butir kuesioner dikatakan layak (reliabel) jika *cronbach alpha*  $> 0.60$  dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha*  $< 0,60$ .

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji ini mempunyai tujuan untuk memeriksa apakah sisa-sisa model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak, dengan ketentuan model residunya mengikuti distribusi normal. Uji ini menggunakan metode grafik histogram dan normal *probability plot*, serta *uji kolmogrov-smirnov*.

b) Uji Multikolinearitas

Tujuannya untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antar variabel pada model regresi. Uji ini dilakukan dengan analisis matriks korelasi variabel independen yang dilihat melalui VIF atau *Variance Inflation Factor*. Dimana nilai VIF yang dapat diterima adalah 10, sehingga jika nilai VIF  $< 10$  maka multikolinearitas antar variabel independen tidak terjadi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk memeriksa ada atau tidaknya ketimpangan variabel sisa atau residual dari pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya pada model regresi. Jika residualnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda dapat dikatakan heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak menimbulkan heteroskedastisitas.

## H. Analisis Data

### 1. Regresi Linear Berganda

Menurut Hasan (2002:114-117), Analisis regresi linear berganda ialah regresi linear yang variabel dependennya (Y) berhubungan dengan dua atau lebih variabel independen (X). Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu motivasi menghindari riba, kebutuhan modal, dan pengetahuan produk. Sedangkan variabel terikatnya ialah keputusan nasabah. Dari variabel tersebut, persamaan umum regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + c_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel(X1)

$\beta_2$  = Koefisien regresi variabel (X2)

$\beta_3$  = Koefisien regresi variabel (X3)

X1 = Variabel motivasi menghindari riba

X2 = Variabel kebutuhan modal

X3 = Variabel pengetahuan produk

e = Kesalahan

### 2. Uji Ketepatan Model

#### a) Uji T (Parsial)

Digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan aturan, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis dapat diterima. Begitu juga sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesis ditolak.

#### b) Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2018: 179), uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang sama untuk variabel dependen atau tidak. Prosedurnya terdiri dari

melakukan perhitungan dengan  $F_{hitung}$  kemudian membandingkannya dengan  $F_{tabel}$ . Dengan ketentuan tingkat signifikansi, dengan probabilitas sebesar 0,05 atau 5%. Dimana jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dengan probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Begitu sebaliknya, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , dengan probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis ini digunakan untuk mengukur kemampuan modelnya dan menjelaskan variabel terikat (Y), sedangkan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar mode.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### **1. Sejarah KSPPS BTM Perkasa**

Kesadaran masyarakat khususnya warga muhammadiyah untuk tidak memberikan pinjaman dengan bunga mendorong munculnya berbagai lembaga keuangan mikro syariah seperti BTM (Baitut tamwil Muhammadiyah). Secara hukum, BTM beroperasi di bawah naungan Undang-Undang Perkoperasian (UU No. 25 Tahun 1992) yang mengatur struktur koperasi mulai dari tingkat primer, sekunder, hingga induk. Begitu pula dengan BTM yang mencakup BTM Pusat di tingkat kabupaten/daerah, BTM induk sebagai koperasi sekunder di tingkat provinsi atau wilayah dan induk BTM sebagai pusat sekunder nasional yang berafiliasi dengan pimpinan Pusat Muhammadiyah.

BTM memiliki fokus yang berbeda dibandingkan dengan BMT (Baitul Maal Wat Tamwil). BMT menjalankan fungsi ganda (sosial dan komersial), sedangkan BTM berfokus pada satu tujuan utama: pemberdayaan dan pengembangan usaha kecil dan mikro. Aspek sosial yang biasanya menjadi bagian dari lembaga keuangan syariah dijalankan oleh LAZISMU (Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah).

Sebagai koperasi pusat sekunder nasional-induk BTM berperan utama sebagai regulator dalam menyiapkan berbagai kebijakan dan peraturan, serta pedoman pendirian, pengelolaan dan pengembangan BTM dan juga berperan sebagai pengendali sistem dan jaringan yaitu mengendalikan penerapan sistem dan prosedur, sistem manajemen dan pengawasan, serta aplikasi dan pengembangan sistem teknologi informasi. Selain itu, Induk BTM juga dijadikan sebagai pusat pengembangan SDM menyelenggarakan kegiatan pendidikan dan pelatihan, serta pengembangan literasi BTM, secara mandiri dan

bekerjasama dengan lembaga lain sekaligus menjadi fasilitator dalam memfasilitasi dan mewujudkan kerja sama dan kemitraan antar BTM dan antara BTM dengan lembaga lain, dalam bidang likuiditas, pengembangan SDM dan kelembagaan.

Badan hukum induk BTM diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM Nomor: 83/Dep.1/IV/2017 tanggal 03 April 2017 tentang pengesahan badan hukum induk koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Induk Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM). Untuk total jumlah BTM yang ada adalah 120 BTM yang terdiri baik BTM Pusat dan BTM Primer yang tersebar di Jawa Tengah, Jawa Timur, DIY Yogyakarta, Jawa Barat, Banten, Lampung, Jambi, Sumatera Barat, dan Kalimantan Timur. Untuk provinsi Jawa Tengah sendiri terdapat 15 jaringan BTM, diantaranya :

- 1) BTM Pekalongan (pusat BTM di Jawa Tengah)
- 2) BTM Pemalang
- 3) BTM Perkasa Purbalingga
- 4) BTM Banjarnegara
- 5) BTM Batang
- 6) BTM Kota Pekalongan
- 7) BTM Kaliwungu
- 8) BTM Banyumas
- 9) BTM Brebes
- 10) BTM Kota Tegal
- 11) BTM Artha Surya Tegal
- 12) BTM Majenang
- 13) BTM AMMAN Magelang
- 14) BTM Surya Amanah Temanggung
- 15) BTM Lilis Nuryani

Sedangkan untuk KSPPS BTM Perkasa Purbalingga merupakan kantor pusat operasional BTM dari lima kantor cabang yang ada di

kabupaten Purbalingga. Untuk kantor cabang yang ada di Purbalingga diantaranya :

- 1) KPO Purbalingga berada di Jl. Piere Tendean, Purbalingga, Purbalingga Lor, Kec. Purbalingga
- 2) Cabang Rembang yang terletak di Jl. Raya Bodaskarangjati-Rembang
- 3) Cabang Bobotsari terletak di Jl. Pemuda No. 101 Bobotsari
- 4) Cabang Kertanegara berada di kompleks SMP Muhammadiyah 4 Kertanegara
- 5) Cabang Pengadegan di Jl. Raya Pengadegan
- 6) Cabang Kutasari yang berada di Jl. Raya Karangreja Kutasari

## **2. Visi dan Misi KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari**

### **b. Visi**

Menjadi lembaga keuangan yang unggul dan mampu mendukung misi dakwah Muhammadiyah.

### **c. Misi**

- 1) Mewujudkan dakwah bil haal dalam bidang perekonomian
- 2) Memajukan perekonomian anggota Muhammadiyah dan masyarakat Indonesia secara umum sesuai prinsip Islam.
- 3) Mengembangkan usaha ekonomi yang mendukung misi Muhammadiyah

### **d. Tujuan**

- 1) Peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat luas
- 2) Penyediaan layanan keuangan syariah bagi anggota dan masyarakat
- 3) Menjadi penggerak ekonomi rakyat dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional.

## B. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari khususnya nasabah aktif pembiayaan murabahah tahun 2023. Peneliti meneliti nasabah aktif pembiayaan murabahah pada tahun 2023 karena dibandingkan nasabah pembiayaan tahun sebelumnya, nasabah di tahun 2023 dapat dikatakan sebagai nasabah baru yang belum lama ini memutuskan untuk melakukan pembiayaan, sedangkan nasabah pembiayaan murabahah sebelumnya justru mayoritas dari nasabahnya sudah selesai masa pembiayaan atau telah lunas sehingga ada kemungkinan nasabah yang lunas tersebut tidak melakukan pembiayaan murabahah maupun pembiayaan lainnya kembali.

Selain itu, karakteristik responden dalam penelitian ini lebih merujuk pada jenis kelamin, alamat, dan pekerjaan yang berdasarkan tanggapan responden yang telah dikumpulkan sebagai jawaban atas kuesioner, maka hasil dari identifikasi karakteristik responden pada penelitian ini adalah:

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan sebaran kuesioner yang telah dilakukan, diperoleh data perbandingan antara responden perempuan dengan laki-laki sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	40	40%
Perempuan	60	60%
Jumlah	100	100%

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal

Berdasarkan sebaran kuesioner atau angket yang telah dilakukan, diperoleh data nasabah yang diklasifikasikan menurut alamat tempat tinggal (kecamatan) sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal**

Domisili (Kecamatan)	Frekuensi	Persentase
Bobotsari	26	26%
Bojongsari	4	4%
Kaligondang	1	1%
Karanganyar	22	22%
Karangjambu	2	2%
Karangmoncol	7	7%
Karangreja	3	3%
Kertanegara	17	17%
Kutasari	1	1%
Mrebet	12	12%
Purbalingga	1	1%
Sokaraja	1	1%
Rembang	3	3%
Jumlah	100	100%

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan sebaran angket/kuesioner, diperoleh data jumlah nasabah yang diklasifikasikan menurut jenis pekerjaannya, sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Fotographer	1	1%
Freelancer	9	9%
Guru	10	10%
Karyawan swasta	19	19%
Kurir	1	1%

Mengurus rumah tangga	18	18%
Pedagang	18	18%
Perangkat desa	1	1%
Petani	1	1%
Peternak	1	1%
Sopir	2	2%
SPG	1	1%
Staf administrasi	1	1%
Staf TU	3	3%
Tukang servis jam	1	1%
Wiraswasta	4	4%
Wirausaha	9	9%
Jumlah	100	100%

### C. Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Keabsahan Data

##### a. Uji Validitas

Uji ini memungkinkan kita untuk mengukur apakah suatu kuesioner dianggap valid atau tidak. Berdasarkan hasil uji validitas data pada SPSS versi 29, data dapat dihasilkan dengan melibatkan perbandingan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, di mana *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dengan  $n$  adalah jumlah sampel dan  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Jadi, apabila  $r$ -hitung <  $r$ -tabel maka kuesioner tersebut tidak valid, sedangkan apabila  $r$ -hitung >  $r$ -tabel maka kuesioner tersebut adalah valid. Untuk nilai  $r$  tabel pada penelitian ini yang berdasarkan distribusi  $r$  tabel untuk 30 tabel yaitu 0,361.

Sementara itu, untuk hasil uji validitas pada setiap variabel dapat dinyatakan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

Item Pernyataan	Nilai R Hitung	R tabel	Hasil
Variabel Motivasi Menghindari Riba (X1)			
X1_1	0,700	0,195	Valid
X1_2	0,792	0,195	Valid
X1_3	0,705	0,195	Valid
X1_4	0,674	0,195	Valid
X1_5	0,441	0,195	Valid
X1_6	0,638	0,195	Valid
Variabel Kebutuhan Modal (X2)			
X2_1	0,409	0,195	Valid
X2_2	0,588	0,195	Valid
X2_3	0,363	0,195	Valid
X2_4	0,684	0,195	Valid
X2_5	0,471	0,195	Valid
X2_6	0,627	0,195	Valid
X2_7	0,656	0,195	Valid
Variabel Pengetahuan Produk (X3)			
X3_1	0,780	0,195	Valid
X3_2	0,710	0,195	Valid
X3_3	0,757	0,195	Valid
X3_4	0,753	0,195	Valid
X3_5	0,617	0,195	Valid
X3_6	0,723	0,195	Valid
Variabel Keputusan Nasabah (Y)			
Y_1	0,780	0,195	Valid
Y_2	0,710	0,195	Valid
Y_3	0,757	0,195	Valid
Y_4	0,617	0,195	Valid
Y_5	0,723	0,195	Valid

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Sesuai hasil uji pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa untuk setiap pertanyaan pada masing-masing variabel adalah valid, sebab dari hasil data menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai r-hitung > r-tabel dengan nilai r-tabel untuk 100 responden yaitu 0,195 yang artinya item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji data reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) maka variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai Alpha  $> 0,60$ . Sehingga untuk hasil uji data reliabilitas adalah:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Hasil Uji Data	Hasil Uji
X1	0,729	Reliabel
X2	0,607	Reliabel
X3	0,816	Reliabel
Y	0,779	Reliabel

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Sesuai dengan hasil uji pada tabel di atas maka nilai alpha untuk setiap variabel adalah  $> 0,60$ . Oleh karena itu, baik variabel independen maupun dependen dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

**4. Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Pengujian ini mengevaluasi distribusi residu model regresi. Untuk metode yang dapat digunakan adalah metode grafik histogram dan normal *probability plot*, serta uji *kolmogrov-smirnov*.

Sementara dalam pengujian ini digunakan uji *kolmogrov-smirnov* dengan hasil uji data dapat dilihat pada Asymp. Sig. (2-tailed) dengan ketentuan apabila nilai asymp. Sig. (2-tailed)  $> 0,05$  maka model regresi terdistribusi normal, sedangkan apabila nilai asymp. Sig.  $< 0,05$  maka model regresi tidak mengikuti distribusi normal.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		95	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.91450860	
Most Extreme Differences	Absolute	.930	
	Positive	.861	
	Negative	-.093	
Test Statistic		.930	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.410	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.423	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.360
		Upper Bound	.470

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Sesuai hasil uji tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,410. Sedangkan nilai signifikansi standar sebesar 0,05 sehingga perbandingannya adalah  $0,410 > 0,05$  yang artinya data residu pada penelitian ini dianggap terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini memeriksa korelasi antar variabel bebas dalam model regresi yang dilihat melalui VIF atau *Variance Inflation Factor*. Dengan syarat nilai VIF yang diterima adalah 10, maka jika nilai  $VIF < 10$ , tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.413	2.578		-1.324	.189		
	X1	.242	.090	.221	2.701	.008	.848	1.180
	X2	.291	.073	.312	3.977	<.001	.925	1.081
	X3	.409	.074	.436	5.522	<.001	.911	1.098

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Sesuai dengan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas dapat dipahami bahwa jika nilai VIF < 10 dan atau nilai tolerance > 0,01. sehingga berdasarkan hasil output pada tabel tersebut maka kesimpulannya adalah tidak terdapat masalah multikolinearitas untuk setiap variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi varian residu antar observasi dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak menunjukkan heteroskedastisitas, sementara apabila model regresinya tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heterogenitas.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.134	1.589		1.972	.051
	X1	.126	.055	.238	2.277	.065
	X2	-.137	.045	-.304	-3.041	.053
	X3	-.045	.046	-.099	-.979	.330

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Sesuai hasil uji data tabel 4.8 menggunakan metode *Glejser* yang menurut Gujarati (2004) uji ini digunakan untuk mencari tahu apakah model regresi mempunyai indikasi heteroskedastisitas dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut residual. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, karena nilai sig. pada setiap variabel independen (x1, x2, x3) pada gambar di atas menunjukkan nilai sig. > 0,05.

## 5. Uji Regresi Linear Berganda

Hasan (2002:114-117), mendefinisikan analisis regresi linear berganda sebagai regresi linear yang variabel terikatnya (Y) berhubungan dengan dua atau lebih variabel bebas (X).

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	-3.413	2.578		-1.324	.189		
	X1	.242	.090	.221	2.701	.008	.848	1.180
	X2	.291	.073	.312	3.977	<.001	.925	1.081
	X3	.409	.074	.436	5.522	<.001	.911	1.098

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Sesuai tabel di atas, dapat diambil sebuah persamaan regresi linear berganda antar variabel motivasi menghindari riba (X1), kebutuhan modal (X2), dan pengetahuan produk (X3) terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y), sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + c_3X_3 + e$$

$$Y = -3.414 + 0,242X_1 + 0,291X_2 + 0,409X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel(X1)

$\beta_2$  = Koefisien regresi variabel (X2)

$\beta_3$  = Koefisien regresi variabel(X3)

X1 = Variabel motivasi menghindari riba

X2 = Variabel kebutuhan modal

X3 = Variabel pengetahuan produk

e = Kesalahan

Dari persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Nilai yang diperoleh dari bilangan konstanta bernilai -3.414. Hal tersebut berarti, pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen tidak searah. sehingga memperlihatkan jika semua variabel termasuk variabel motivasi menghindari riba (X1), kebutuhan modal (X2), dan pengetahuann produk (X3) saman dengan 0 persen maka keputusan nasabah untuk memilih akan sebesar -3.414.
- 2)  $\beta_1 = 0,242$  artinya nilai koefisien dari variabel motivasi menghindari riba (X1) bernilai positif terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y). Sehingga, setiap motivasi menghindari riba mengalami peningkatan sebesar 0,1 satuan maka keputusan nasabah juga meningkat sebesar 0,242.
- 3)  $\beta_2 = 0,291$  artinya nilai koefisienn dari variabel kebutuhan modal (X2) bernilai positif terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y). Sehingga apabila setiap kebutuhan modal mengalami peningkatan sebesar 0,1 satuan maka keputusan nasabah juga meningkat sebesar 0,291.
- 4)  $\beta_3 = 0,409$  artinya nilai koefisienn dari variabel pengetahuan produk (X3) bernilai positif terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y). Sehingga, jika setiap pengetahuan produk mengalami peningkatan sebesar 0,1 satuan maka keputusan nasabah juga meningkat sebesar 0,409.

## 6. Uji Ketepatan Model

### a. Uji Parsial (Uji T)

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.413	2.578		-1.324	.189
	X1	.242	.090	.221	2.701	.008
	X2	.291	.073	.312	3.977	<.001
	X3	.409	.074	.436	5.522	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Uji Parsial (Uji T) yaitu pengujian data yang berfungsi untuk menguji secara parsial pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan aturan, apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi ( $\text{sig.}$ )  $\leq 0,05$  maka hipotesis dapat diterima. Begitu juga sebaliknya jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  dan dengan nilai signifikansi ( $\text{sig.}$ )  $\geq 0,05$  maka hipotesis ditolak. Untuk perhitungan  $t\text{-tabel}$  pada penelitian ini yaitu:

$t\text{-tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = n - k - 1$  atau  $100 - 3 - 1 = 96$ .

Sehingga diperoleh  $t\text{-tabel}$  sesuai dengan tabel titik presentase distribusi  $t$  yaitu: 1,98498 dengan signifikansi  $0,05/2 = 0,025$ .

Keterangan:

$\alpha$  = nilai probabilitas (0,05)

$n$  = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel independen (bebas)

Sehingga berdasarkan tabel 4.10 di atas maka pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

- 1) Hasil  $t\text{-hitung}$  motivasi menghindari riba (X1) yaitu 2,701 sedangkan  $t\text{-tabel}$  yaitu 1,98498 yang artinya nilai  $t\text{-hitung}$  variabel motivasi menghindari riba (X1) terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y) sebesar

2,701 > 1,98498 dengan nilai sig. sebesar 0,008 < 0,05. Dengan demikian, H1 diterima yang berarti motivasi menghindari riba terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah.

- 2) Hasil t-hitung kebutuhan modal (X2) yaitu 3,977 sedangkan t-tabel yaitu 1,98498 yang artinya nilai t-hitung variabel kebutuhan modal (X2) terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y) sebesar 3,977 < 1,98498 dengan nilai sig. sebesar 0,001 < 0,05. Dengan demikian, H2 diterima yang berarti kebutuhan modal (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah (Y).
- 3) Hasil t-hitung pengetahuan produk (X3) yaitu 5,522 sedangkan t-tabel yaitu 1,98498 yang artinya nilai t-hitung variabel pengetahuan produk (X3) terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y) sebesar 5,522 > 1,98498 dengan nilai sig. sebesar 0,001 < 0,05. Dengan demikian H3 diterima yang berarti pengetahuan produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah.

#### b. Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.706	3	102.235	26.577	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	369.294	96	3.847		
	Total	676.000	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Ghozali (2018: 179), menerangkan bahwa uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebasnya memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel terikat atau tidak. Dengan syarat tingkat signifikansi, probabilitas sebesar 0,05 atau 5%. Diantaranya:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dengan  $sig. < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).
- 2) Begitu sebaliknya, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , dengan  $sig. > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Adapun ketentuan untuk mencari nilai F-tabel, yaitu  $df_1 = k - 1$  atau  $3 - 1 = 2$ , dan  $df_2 = n - k$  atau  $100 - 3 = 97$ , sehingga didapat  $f_{tabel}$  sebesar 2,70.

Keterangan:

$\alpha$  = nilai probabilitas (0,05)

$n$  = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel independen (bebas)

Berdasarkan perhitungan maka perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  adalah  $26,577 > 2,70$  sedangkan untuk nilai signifikansi ( $sig.$ ) yaitu  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima yang berarti variabel motivasi menghindari riba ( $X_1$ ), kebutuhan modal ( $X_2$ ), pengetahuan produk ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y).

## 7. Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Analisis ini bertujuan untuk mengukur kemampuan model dan menjelaskan terkait dengan variabel Y (terikat), kemudian selebihnya dijelaskan melalui variabel lain diluar mode.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 <sup>a</sup>	.454	.437	1.96133
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : hasil uji data pada SPSS versi 29 (data diolah)

Berdasarkan tabel output SPSS “Model Summary” di atas, diketahui nilai koefisien korelasi atau R<sup>2</sup> (Adjusted R Square) pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,437 yang berarti nilai tersebut memiliki hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 43,7%. Sedangkan nilai koefisien determinasi atau R square yaitu sebesar 0,454 artinya nilai tersebut merupakan hasil dari pengkuadratan nilai “R” yaitu  $0,674 \times 0,674 = 0,454$  yang besarnya sama dengan 45,4%. Kesimpulannya adalah setiap variabel independen yang terdiri dari motivasi menghindari riba (X1), kebutuhan modal (X2), dan pengetahuan produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y) sebesar 43,7%, sedangkan sisanya ( $100\% - 43,7\% = 56,3\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

**Tabel 4.13**  
**Interval Koefisien**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019:184)

Jika dilihat dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien R<sup>2</sup> adalah 0,454 yang di mana menunjukkan hubungan yang moderat atau sedang antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sehingga

dalam penelitian ini besarnya variabel motivasi menghindari riba (X1), kebutuhan modal (X2), dan pengetahuan produk (X3) terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha (Y) adalah 0,437 dengan interval koefisien berada di 0,40-0,599 dengan tingkat hubungan yang moderat atau sedang.

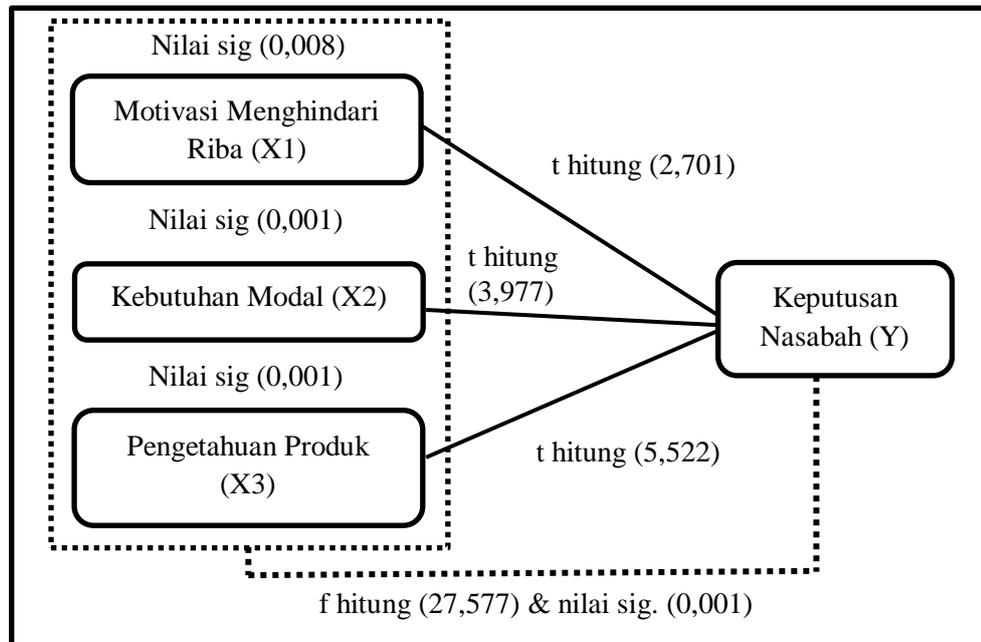
#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Menurut Soekidjo Notoadmojo, perilaku konsumen dimaknai sebagai hal yang mencakup semua aktivitas manusia baik itu yang tidak dapat diamati maupun yang dapat diamati secara langsung. Sementara itu, berdasarkan teori perilaku terencana yang diusulkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein berpendapat bahwa teori ini akan berhasil bila diterapkan pada perilaku yang berada dalam kendali individu, yang jika perilaku tersebut tidak berada di bawah kendali penuh ataupun kehendak individu, maka individu tersebut sebenarnya tidak melakukan perilaku tertentu meskipun mereka termotivasi oleh sikap dan norma subjeknya.

Peneliti dalam melaksanakan penelitian ini melihat adanya keyakinan positif yang memotivasi para pelaku usaha khususnya nasabah agar menghindari riba dan kebutuhan akan modal sebagai penunjang kegiatan produksi usahanya, serta meningkatnya pengetahuan masyarakat terkait produk pembiayaan syariah melalui informasi-informasi yang ada dapat mempengaruhi para pelaku usaha dalam memutuskan untuk memilih pembiayaan modal usaha. Pembiayaan modal usaha pada penelitian ini adalah pembiayaan murabahah yang selain sebagai akad jual beli tetapi juga telah merambah sebagai alternatif untuk pembiayaan modal usaha.

Dari analisis dengan menggunakan software SPSS versi 29, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan hasil output data sehingga dapat diperoleh hasil yang jelas mengenai pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti. Berdasarkan kerangka konseptual, maka untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah motivasi menghindari riba (X1), kebutuhan modal (X2), dan pengetahuan produk (X3)

sebagai variabel independen. Variabel keputusan nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Untuk hasil uji data baik uji T maupun uji F dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 4.1 Hasil Uji Data (Uji T dan Uji F)**

*Sumber : Hasil uji data SPSS 29 (data diolah)*

Keterangan:

- : Pengaruh variabel secara parsial (Uji T)  
 ..... : Pengaruh variabel secara simultan (Uji F)

### 1. Pengaruh motivasi menghindari riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha

Sesuai dengan hasil uji T/parsial pada SPSS 29 menunjukkan bahwa variabel motivasi menghindari riba (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y), hal tersebut dibuktikan oleh hasil output uji T pada tabel 4.10 dengan hasil thitung motivasi menghindari riba (X1) yaitu 2,701 sedangkan t-tabel yaitu 1,98498 yang artinya nilai t-hitung variabel motivasi menghindari riba (X1) berpengaruh signifikan

terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y) sebesar  $2,701 > 1,98498$ , sedangkan untuk hasil uji berdasarkan nilai sig. nya adalah sebesar  $0,008 < 0,05$ .

Berdasarkan hasil perbandingan tersebut, nilai pengaruh motivasi menghindari riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha menjadi tinggi, dikarenakan pembiayaan murabahah adalah salah satu alternatif yang telah hadir dengan peran lain selain jual beli bagi nasabah yang membutuhkan tambahan modal untuk mendapatkan modal usaha khususnya dalam bentuk barang. Selain itu, tingginya tingkat kesadaran nasabah akan pentingnya menjaga kegiatan muamalah agar sesuai dengan yang dianjurkan oleh syariah Islam, mampu membuktikan bahwa tingkat kepatuhan nasabah kepada perintah Allah terkait dengan haramnya riba semakin baik. Hal tersebut didukung dengan banyaknya nasabah dengan karakteristik usia yang berbeda, hingga jenis pekerjaan yang berbeda telah sama-sama mulai memahami terkait produk-produk perbankan syariah maupun yang ada pada lembaga keuangan syariah.

Meskipun begitu, beberapa responden juga memberikan jawaban lain bahwa modal utama yang seringkali dibutuhkan adalah uang bukan berupa barang sehingga pembiayaan murabahah kurang sesuai bagi beberapa nasabah yang tengah membutuhkan penambahan modal usaha, ditambah beberapa nasabah menjelaskan bahwa tidak terlalu mengutamakan peminjaman kredit pada perbankan/koperasi yang berprinsip syariah atau perbankan/koperasi konvensional, terlebih ketika harus mengingat fakta bahwa perbankan konvensional telah ada lebih dahulu dibandingkan perbankan syariah dan lebih dikenal oleh masyarakat maupun nasabah sebagai salah satu alternatif yang mereka pilih dalam menambah modal usahanya

Hasil penelitian ini menunjukkan keselarasan dengan hasil studi terdahulu, khususnya yang dilakukan oleh Aldo Ramadanie (2023:113) dengan judul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Persepsi Nasabah,

dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Bank Syariah Indonesia” dan penelitian oleh Fifin Savitri, “Pengaruh Motivasi Menghindari riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Tabungan Negara Syariah Semarang” yang menyatakan bahwa variabel motivasi menghindari riba memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah, yang artinya nasabah mulai sadar akan pentingnya menjaga harta agar tetap bersih dari riba.

Sehingga berdasarkan analisis di atas maka disimpulkan bahwa motivasi menghindari riba secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.

#### **1. Pengaruh kebutuhan modal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha**

Berdasarkan hasil output pada uji regresi linear maupun uji T menghasilkan bahwa kebutuhan modal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y), dengan hasil perbandingan nilai thitung variabel independen lebih besar dari nilai t tabel variabel dependen yaitu sebesar  $3,977 > 1,98498$ , sedangkan untuk hasil uji data berdasarkan nilai sig. nya adalah sebesar  $0,001 < 0,05$ .

Tingginya nilai yang dihasilkan pada hasil output tersebut dikarenakan banyaknya masyarakat khususnya para pelaku usaha yang membutuhkan modal sebagai satu hal yang penting guna menunjang usaha yang tengah dijalankan agar dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas produk serta memberikan pengaruh yang cukup besar kepada pendapatan yang akan diperoleh oleh responden (pelaku usaha). Berdasarkan pada hasil sebaran kuesioner kepada responden, hampir semuanya memberikan jawaban yang positif terkait dengan pemilihan instansi atau tempat pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, sebagaimana alternatif untuk mendapatkan modal usaha yang diinginkan

dan diharapkan oleh responden. Selain itu, selain hadir sebagai akad jual beli, pembiayaan murabahah juga turut membantu nasabah dalam menambah modal usaha khususnya dalam bentuk barang seperti halnya penambahan modal dagang untuk usaha nasi goreng, usaha pakaian, usaha salon kecantikan, usaha kue kering dan masih banyak lainnya yang tentunya sangat menunjang kelancaran usaha yang dimiliki nasabah maupun para pelaku usaha lainnya seperti UMKM.

Dari hasil tersebut tentunya sejalan dengan penelitian terdahulu seperti penelitian oleh Muhammad Ichsan (2023:74) yang berjudul “Pengaruh Sikap dan Kebutuhan Modal Kerja Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah (Studi pada pelaku usaha di Lueng Bata Banda Aceh)”, di mana modal baik itu modal kerja maupun modal usaha sama-sama memberikan pengaruh penting sebab dana akan selalu menjadi hal yang dibutuhkan di setiap melakukan kegiatan investasi bahkan operasional sehari-hari.

Sehingga sesuai dengan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan modal secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.

## **2. Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha**

Setelah data di uji maka diperoleh hasil uji parsial atau uji T pada tabel 4.11 yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y). pernyataan tersebut didukung dengan hasil perbandingan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t-tabel yaitu sebesar  $5,522 > 1,98498$ , sedangkan nilai sig. diperoleh nilai sebesar  $0,001 < 0,05$ .

Dari hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa pengetahuan produk merupakan salah satu faktor penting sebelum nasabah mengambil sebuah keputusan, hal ini dikarenakan nasabah akan cenderung mencari

informasi terlebih dahulu terkait dengan pembiayaan modal usaha yang dalam penelitian ini menggunakan pembiayaan murabahah. Informasi yang dicari maupun diperoleh meliputi bagaimana hasil akhir yang akan didapatkan nasabah setelah memutuskan untuk memilih pembiayaan modal usaha, apakah sesuai dengan persyaratan, hingga hasilnya yang seringkali diharapkan dapat membantu nasabah dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Hasil analisis tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti penelitian oleh Bhayu (2017), Anggita et al. (2015), Lia Apriyanti (2021), dan Fajar Rezky et al. (2019) di mana dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan produk seringkali digunakan guna mencari informasi terkait dengan kerugian maupun keuntungan dari produk yang secara tidak langsung, ada kemungkinan besar bahwa nasabah akan mulai mengambil keputusan.

Sehingga berdasarkan analisis di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk secara parsial berpengaruh signifikan serta positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha.

### **3. Pengaruh motivasi menghindari riba, kebutuhan modal, dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha**

Berdasarkan hasil uji simultan maka diperoleh perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  adalah  $26,577 > 2,70$  sedangkan untuk nilai signifikansi (sig.) yaitu  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa  $H_4$  diterima yang berarti variabel motivasi menghindari riba ( $X_1$ ), kebutuhan modal ( $X_2$ ), pengetahuan produk ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha ( $Y$ ).

Dari hasil data tersebut dapat diketahui bahwa para pelaku usaha khususnya nasabah telah memahami betapa pentingnya modal sebagai faktor penting dalam menunjang kegiatan produksi usahanya. Oleh

karena itu, untuk memenuhi kebutuhan modal tersebut nasabah tentunya akan mencari alternatif modal usaha yang salah satunya adalah dengan melakukan pinjaman atau pembiayaan syariah. Selama proses mencari alternatif modal usaha, secara tidak langsung nasabah akan mencari tahu informasi-informasi yang berkaitan dengan produk pembiayaan syariah yang dalam penelitian ini adalah pembiayaan murabahah. Pada konteks ini, pengetahuan yang dimiliki masyarakat terkait dengan produk perbankan syariah maupun koperasi syariah menjadi poin tambahan bagi mereka, karena semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki nasabah akan suatu produk, maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengambil keputusan yang lebih baik dan memuaskan. Di sisi lain, keyakinan-keyakinan positif yang dimiliki oleh nasabah seperti halnya kesadaran masyarakat terhadap konsep larangan riba, dapat memberikan dorongan dalam memenuhi kebutuhan ataupun tujuannya agar tetap berdasarkan dengan prinsip syariah sebagaimana yang telah diajarkan dalam agama Islam. Hal tersebut, mencerminkan bagaimana tingkat kepatuhan nasabah terhadap perintah Allah SWT terkait dengan diharamkannya riba semakin baik.

Selain itu, jika dilihat pada tabel 4.11 hasil output SPSS “Model Summary” sebelumnya, diketahui nilai koefisien korelasi pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,437 yang berarti nilai tersebut memiliki hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 43,7%. Sedangkan nilai koefisien determinasi atau R square yaitu sebesar 0,454 artinya nilai tersebut merupakan hasil dari pengkuadratan nilai “R” yaitu  $0,674 \times 0,674 = 0,454$  yang besarnya sama dengan 45,4%. Kesimpulannya adalah setiap variabel independen yang terdiri dari motivasi menghindari riba (X1), kebutuhan modal (X2), dan pengetahuan produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah memilih produk pembiayaan modal usaha (Y) sebesar 43,7%, sedangkan sisanya ( $100\% - 43,7\% = 56,3\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Variabel lain di luar persamaan regresi ini yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan modal usaha yaitu persepsi nasabah, sikap, tingkat margin, dan tingkat pelayanan yang mana pada hal tersebut didasari penelitian terdahulu oleh Aldo Ramadanie (2023:113), Muhammad Ichsan (2023:74), Sholihah (2026), Jumratul Hasanah (2023), dan Deva Wahyuni (2023). Selain itu hasil uji juga menunjukkan pada interval koefisien 0,40 – 0,599 dengan tingkat hubungan yang moderat atau sedang.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari tiga variabel independen: motivasi menghindari riba, kebutuhan modal dan pengetahuan produk, terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha. Penelitian ini melibatkan penyebaran kuesioner kepada nasabah aktif pembiayaan murabahah KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari pada tahun 2023 dan sampel terpilih sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria. Hasil data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 29. Berdasarkan hasil analisis dan uji data, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

1. Variabel motivasi menghindari riba berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha. Analisis tersebut didukung oleh hasil uji T pada SPSS dengan hasil t-hitung  $>$  t-tabel sebesar  $2,701 > 1,98498$  dengan nilai sig. sebesar  $0,008 < 0,05$ . Sehingga **H1 diterima**.
2. Variabel kebutuhan modal berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha, dengan hasil uji T/parsial pada SPSS 29 menunjukkan bahwa nilai t-hitung  $>$  t-tabel sebesar  $3,977 > 1,98498$  sedangkan untuk nilai sig. sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sehingga **H2 diterima**.
3. Variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha, dengan hasil uji T/parsial pada SPSS 29 menunjukkan bahwa nilai t-hitung  $>$  t-tabel sebesar  $5,522 > 1,98498$ , sedangkan nilai sig. diperoleh nilai sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sehingga **H3 diterima**.
4. Variabel motivasi menghindari riba, kebutuhan modal, dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha. Hal tersebut didukung oleh hasil uji F atau simultan dengan hasil perbandingan

nilai F-hitung dengan F-tabel sebesar  $27,577 > 2,70$  sedangkan untuk nilai signifikansi (sig.) yaitu  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa **H<sub>4</sub> diterima**.

## B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut saran bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Perusahaan KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari

Bagi pihak perusahaan disarankan agar lebih meningkatkan pengetahuan nasabah terkait dengan produk-produk KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari, terutama mengingat banyaknya nasabah yang telah melakukan pembiayaan berulang namun masih kurang paham tentang produk yang ditawarkan, khususnya pembiayaan murabahah untuk modal usaha. Selain itu, penting sekali untuk menekankan edukasi tentang perbankan/koperasi syariah yang tidak hanya beroperasi sesuai prinsip syariah tetapi juga membantu agar dapat terhindar dari riba.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi variabel variabel independen lainnya di luar variabel yang telah diteliti oleh peneliti. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih beragam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan modal usaha (pembiayaan murabahah). Beberapa variabel yang dapat dipertimbangkan antara lain margin, suku bunga, kualitas layanan, promosi, dan lain sebagainya sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas terhadap permasalahan yang akan diteliti nantinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2022. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat", dalam *Journal of Comprehensive Islamic Studies*. Vol 1, No 1. 107–132.
- Apriyanti, L., Syariah, P. K., Teknologi, I., & Dahlan, A. 2021. "Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah", Vol. 7, No.03. 1366–1371.
- Dahlan, Ahmad. 2010. "Aplikasi Pembiayaan Di Bank Syariah", dalam *Jurnal AL-Manahij*. Vol.4, No. 2, 217-233.
- Fuqory, D., Z. 2021. "Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah Di CIMB Niaga Syariah dengan Pengetahuan Produk sebagai Variabel Intervening". *Skripsi*. Jakarta. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Furnawati, R., Ferawati, R., & Mubyarto, N. 2022. "Pengaruh pendapatan , religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Kabupaten Bungo", *17(4)*, 743–750.
- Hamzah, S.A., 2023. "Pengaruh Bagi Hasil dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Palu". *Skripsi*. Palu. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.
- Harahap, T.S.R. 2020. "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan memilih Produk Gadai Emas Di PT Bank Syariah Mandiri KCP Medan Iskandar Muda", dalam *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11 (1), 1-21.
- Hasanah, Jumratul. 2023. "Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal dan Tingkat Margin Terhadap Proses Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Gumarang Akbar Syari'ah Mataram". *Skripsi*. Mataram. Universitas Islam Negeri Mataram.
- <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html> (diakses pada 1 April 2024, pukul 06.28)
- <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota>. (diakses pada 1 April 2024, pukul 06.36)
- Ichsan, M., 2023. "Pengaruh Sikap Kebutuhan Modal Kerja Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah (Studi pada pelaku

usaha di Lueng Bata Banda Aceh)". *Skripsi*. Banda Aceh. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

- Iqbal, M., & Chaliddin., 2022. "Akad Murabahah dalam Islam", dalam *Al-Hiwalah: Journal Syariah Economic Law*. Vol. 1, No. 2.
- Indonesia, S.T.E.I. 2017. Bab iii metoda penelitian 3.1. Bab III Metoda Penelitian, Bab III me, 1-9.
- Iqbal, M., Hamid, A., & Mastura. 2019. "Pengaruh Motivasi, Perilaku dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang", dalam *Jurnal Investasi Islam (JII)*. Vol. IV (2). 153–165.
- Jalil, A., & Hamzah, S.A., 2020. "Pengaruh Bagi Hasil dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Palu", dalam *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*. Vol 2 (2), 179-198.
- Kurniawan, B.A. 2017. "Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, dan Sikap Terhadap Keputusan Nasabah UMKM Memilih Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank BRI di Bojonegoro". Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Mara, A., Sani, A., Harahap, M. A., & Mahmudiyah, S.-J. 2023. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat", dalam *JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. 2(1), 410–424.
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Produk dan word Of MOuth Terhadap Keputusan Nasbaah Memilih Bank Syariah", dalam *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. Vol 2, No 2. 124–137.
- Maulinda, I., 2023. "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dan Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi", dalam *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol 4 (5), 696-707.
- Nugroho, Bayu Santo & Faozan A. 2022. "Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Musrasah, Dan Murabahah Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Bank Umum Syariah Periode 2016-2021)", dalam *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*. 8 (2), 208-216.
- Permana, A.I., Prastowo, S.L., Djaenudin, E.M., 2021. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah KC Malang)", dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol 27 (1), 419-430.

- Putra, A. R., 2023. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Persepsi Nasabah, dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Ex Bank Syariah Mandiri) KCP Malang Pasar Besar", dalam *Islamic Economics and Finance in Focus*. Vol 2(1), 103-115.
- Rahmayani, A., Zuhirsyan, M., Wathan, H., (2021). "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan", dalam *Jurnal Syarikah*. Vol 7 (2), 153-162.
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. 2018. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 4. No 02, 136–147.
- Shofwa, Y. 2016. "Pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah produk simpanan pada BSM cabang purwokerto" dalam *Jurnal Ekonomi Islam (El-Jizya)*. Vol 4(1), 189–217.
- Sholihah, U., 2016. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah". *Skripsi*. Surakarta. IAIN Surakarta.
- Sofyana, M., 2023. "Kepemimpinan Perusahaan Dalam Memotivasi Dan Meningkatkan Kinerja Karyawan di KJKS Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Purbalingga". *Skripsi*. Purwokerto. Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Utomo, .P., Jailani, H., Cahyati, R.A., 2021. "Pengaruh Motiasi MenghindariRiba dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB", dalam *Iqtishaduna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. Vol 12 (2), 162-170.
- Wahyuni, D., 2023. "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Margin Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah". *Skripsi* . Banda Aceh. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Yasir, A., 2021. "Pembiayaan Modal Usaha Dengan Penerapan Akad Murabahah Pada Bank Kalbar Syariah Cabang Sambas", dalam *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*. Vol 7, No.1, 37-49.
- Yati, H. R., Purwanto., Alfianto, A. N., 2023. "Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Pada Bank Wakaf Mikro", dalam *Journal of Economics and Accounting*. Vol.3, No.3, 622-628.

Zuhirsyan, M., & Nurlinda. 2021. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah", dalam *Jurnal Perbankan Syariah (JPS)*. Vol. 2 (2).

Zuhirsyan, M. 2018. "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah", dalam *Jurnal Al-Amwal*. Vol.10, No.1, 48–62.

Zuhirsyan, M., & Nurlinda. (2018). "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah", dalam *Jurnal Al-Amwal*, Vol 10 (1).



## LAMPIRAN

### *Lampiran 1 - Kuesioner*

## KUESIONER

Kepada Yth: Bapak/Ibu Saudara/i responden

Di tempat

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Restu Tri Mugianti mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir skripsi guna memenuhi gelar sarjana. Dengan ini saya memohon ketersediaan bapak/ibu saudara/I untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan nasabah di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari
2. Tertarik dan/atau pernah menggunakan pembiayaan murabahah

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama saudara yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Purwokerto, 6 Juli 2024

Hormat saya,



**Restu Tri Mugianti**  
**NIM. 2017202080**

### A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah identitas responden yang telah disediakan
2. Silahkan pilih salah satu yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom pilihan jawaban yang telah disediakan dengan keterangan

**SS** : Sangat Setuju

**S** : Setuju

**N** : Netral/Ragu-ragu

**TS** : Tidak Setuju

**STS** : Sangat Tidak Setuju

### B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Pekerjaan :
4. Alamat :

### 1. Motivasi Menghindari Riba (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<b>Motivasi Menghindari Riba</b>						
	Kebutuhan akan produk	5	4	3	2	1
1.	Saya memilih produk pembiayaan murabahah karena selain sesuai dengan syariat Islam juga sesuai dengan kebutuhan saya untuk membeli barang sebagai modal usaha					
2.	Saya memilih produk kredit/pembiayaan murabahah karena membutuhkannya untuk membeli produk atau barang sebagai modal usaha saya					
	Selera konsumen	5	4	3	2	1
1.	Saya memilih produk pembiayaan murabahah					

	karena sesuai dengan kondisi yang saya butuhkan					
2.	Saya memilih produk pembiayaan murabahah sebagai alternatif modal usaha karena tertarik dengan kualitas produknya yang baik					
Kenyamanan konsumen		5	4	3	2	1
1.	Saya merasa nyaman dengan dengan adanya produk pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Perkasa yang berdasarkan prinsip syariah					
2.	Saya merasa kenyamanan dengan produk pembiayaan syariah (pembiayaan murabahah) yang ditawarkan di KSPPS BTM Perkasa dibandingkan di perbankan atau koperasi lain					

## 2. Kebutuhan Modal (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<b>Kebutuhan Modal</b>						
Tujuan Nasabah		5	4	3	2	1
1.	Setiap muslim dianjurkan untuk memilih tempat baik itu untuk peminjaman modal atau pembiayaan tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah.					
2.	Memilih perbankan/koperasi syariah sebagai salah satu pembiayaan modal usaha adalah pilihan yang sesuai dengan prinsip ajaran islam					
Masa Pengambilan Modal		5	4	3	2	1
1.	Masa pengambilan modal ditentukan oleh pihak KSPPS BTM Perkasa.					
Hambatan dalam Mengakses Modal		5	4	3	2	1
1.	Persyaratan yang diajukan oleh KSPPS BTM menjadi hambatan untuk mendapatkan modal tambahan					

2.	Saya merasa berkas sebagai syarat pengambilan modal terlalu banyak dan ribet					
Estimasi Keuntungan		5	4	3	2	1
1.	Setelah mendapatkan modal tambahan maka usaha saya akan lebih berkembang.					
2.	Besar bantuan pinjaman usaha yang diberikan berpengaruh terhadap pendapatan usaha saya					

### 3. Pengetahuan Produk (X3)

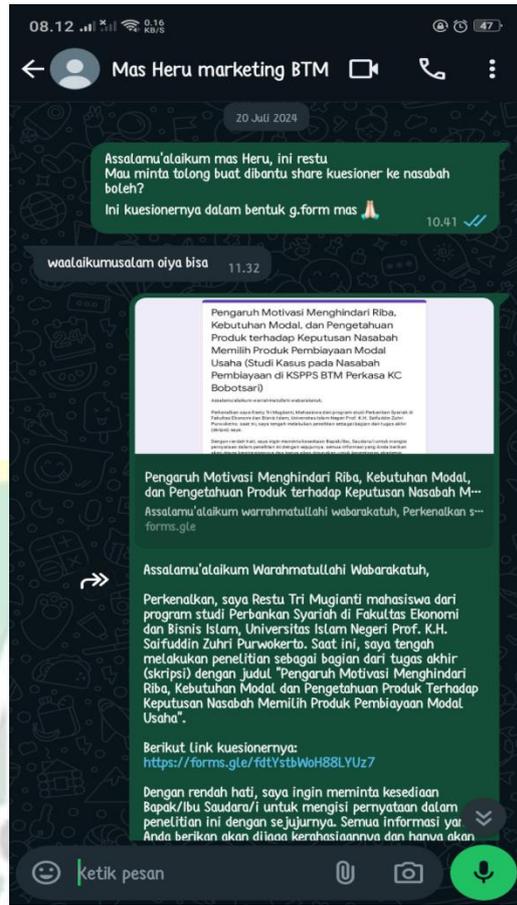
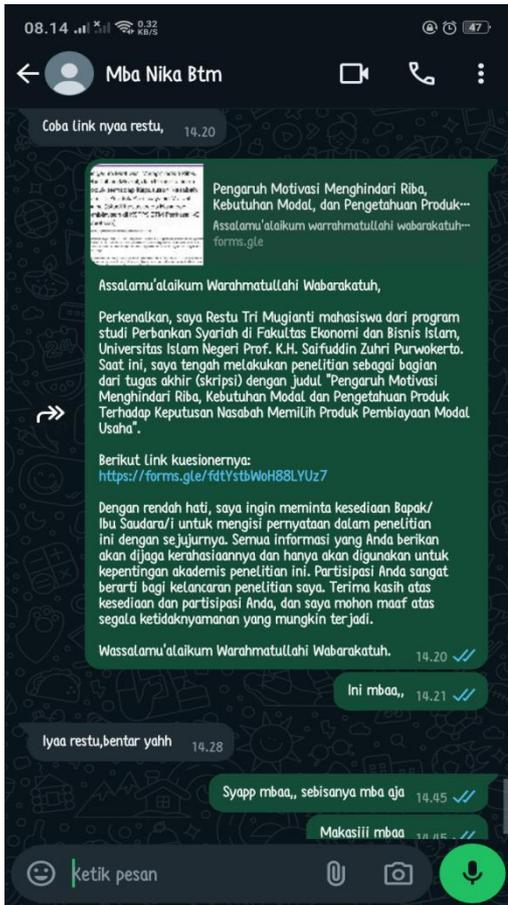
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<b>Pengetahuan Produk</b>						
Manfaat Produk		5	4	3	2	1
1.	Saya Telah Mengetahui Produk pembiayaan Murabahah di KSPSS BTM Perkasa KC Bobotsari					
2.	Sebelum saya mengambil pembiayaan modal usaha di KSPSS BTM Perkasa KC Bobotsari saya sudah paham terkait pembiayaan murabahah					
Atribut atau ciri produk		5	4	3	2	1
3.	Saya memutuskan untuk mengambil produk pembiayaan modal usaha (akad murabahah) di KSPSS BTM Perkasa KC Bobotsari untuk memenuhi kebutuhan saya					
4.	Menurut saya pembiayaan murabahah di KSPSS BTM Perkasa KC Bobotsari memiliki bagi hasil komoditas					
Nilai Kepuasan yang diberikan		5	4	3	2	1
5.	Saya merasa puas dengan kualitas produk pembiayaan murabahah yang ditawarkan					
6.	Saya merasa puas dengan kualitas produk pembiayaan murabahah yang ditawarkan					

#### 4. Keputusan Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<b>Keputusan Nasabah</b>						
Pemilihan merek		5	4	3	2	1
1.	Saya lebih tertarik untuk memutuskan mengambil pembiayaan murabah di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari dibandingkan koperasi lain.					
2.	Saya menganggap dengan bertransaksi dengan KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari bisa menjadi jalan bermuamalah sesuai syariat islam sehingga hal tersebut menjadi evaluasi alternatif bagi saya					
Pemilihan produk		5	4	3	2	1
1.	Saya merasa pembiayaan modal usaha memiliki resiko lebih rendah dibandingkan produk pembiayaan lain					
2.	Saya membutuhkan produk pinjaman/pembiayaan di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari untuk mencukupi kebutuhan modal kerja dan kebutuhan konsumtif.					
Pemilihan penyalur		5	4	3	2	1
1.	Saya berusaha mencari informasi-informasi terkait syarat-syarat pembiayaan baik di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari maupun instansi lain					

*Lampiran 2 - Bukti Penyebaran Kuesioner*





**Lampiran 3 - Data Penelitian**

<b>NO RESPONDEN</b>	<b>JENIS KELAMIN</b>	<b>DOMISILI</b>	<b>PEKERJAAN</b>
1	L	Mrebet	Karyawan swasta
2	P	Karanganyar	Staf administrasi
3	L	Karanganyar	Kurir
4	P	Mrebet	Mengurus rumah tangga
5	P	Karanganyar	SPG
6	P	Purbalingga	Freelancer
7	L	Karanganyar	Karyawan swasta
8	P	Karangmoncol	Freelancer
9	P	Karangmoncol	Freelancer
10	P	Karangmoncol	Freelancer
11	P	Karangmoncol	Pedagang
12	L	Karangmoncol	Pedagang
13	L	Karangmoncol	Pedagang
14	P	Karangmoncol	Pedagang
15	L	Mrebet	Pedagang
16	L	Bobotsari	Tukang servis jam
17	L	Bobotsari	Wirausaha
18	P	Kertanegara	Wirausaha
19	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
20	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
21	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
22	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
23	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
24	L	Bojongsari	Karyawan swasta
25	L	Mrebet	Karyawan swasta
26	L	Karangreja	Pedagang
27	P	Bobotsari	Karyawan swasta
28	P	Mrebet	Mengurus rumah tangga
29	P	Karanganyar	Pedagang
30	L	Mrebet	Guru
31	L	Bobotsari	Fotographer
32	P	Kaligondang	Guru
33	L	Bobotsari	Freelancer
34	L	Kertanegara	Guru
35	P	Karangreja	Guru
36	P	Kertanegara	Guru
37	L	Bobotsari	Staf TU
38	P	Mrebet	Staf TU
39	P	Bobotsari	Karyawan swasta
40	P	Bobotsari	Staf TU

41	L	Kertanegara	Petani
42	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
43	L	Kertanegara	Freelancer
44	P	Kertanegara	Wirausaha
45	P	Karanganyar	Karyawan swasta
46	P	Karanganyar	Karyawan swasta
47	P	Bobotsari	Freelancer
48	L	Bojongsari	Karyawan swasta
49	L	Mrebet	Wirausaha
50	L	Karanganyar	Sopir gojek
51	L	Karanganyar	Pedagang
52	P	Karanganyar	Mengurus rumah tangga
53	P	Kutasari	Guru
54	L	Karanganyar	Wiraswasta
55	P	Karanganyar	Karyawan swasta
56	P	Bobotsari	Karyawan swasta
57	L	Karanganyar	Karyawan swasta
58	L	Karanganyar	Pedagang
59	P	Bobotsari	Pedagang
60	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
61	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
62	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
63	L	Karanganyar	karyawan swasta
64	P	Bobotsari	Mengurus rumah tangga
65	L	Bobotsari	Guru
66	P	Karangjambu	Mengurus rumah tangga
67	L	Mrebet	Wiraswasta
68	P	Bobotsari	Wirausaha
69	P	Bobotsari	Karyawan swasta
70	P	Kertanegara	Mengurus rumah tangga
71	P	Mrebet	Pedagang
72	P	Bobotsari	Freelancer
73	P	Bobotsari	Guru
74	L	Rembang	Pedagang
75	L	Bobotsari	Pedagang
76	P	Bobotsari	Sopir
77	L	Karanganyar	Karyawan swasta
78	L	Bobotsari	Wirausaha
79	P	Kertanegara	Wirausaha
80	P	Bobotsari	Wirausaha
81	L	Sokaraja	Karyawan swasta
82	P	Rembang	Pedagang
83	P	Mrebet	Pedagang
84	L	Mrebet	Wirausaha

85	P	Karanganyar	Freelancer
86	L	Karangjambu	Perangkat desa
87	L	Karanganyar	Karyawan swasta
88	L	Bojongsari	Wiraswasta
89	L	Rembang	Wiraswasta
90	P	Karangreja	Mengurus rumah tangga
91	P	Bobotsari	Karyawan swasta
92	P	Bobotsari	Karyawan swasta
93	P	Karanganyar	Mengurus rumah tangga
94	P	Karanganyar	Pedagang
95	P	Karanganyar	Guru
96	P	Karanganyar	Mengurus rumah tangga
97	L	Bojongsari	Peternak
98	L	Bobotsari	Pedagang
99	P	Bobotsari	Pedagang
100	P	Bobotsari	Guru



**Lampiran 4 - Hasil Tabulasi**

**a. Motivasi Menghindari Riba (X1)**

Responden	Motivasi Menghindari Riba						X1_tot
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	3	5	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	5	4	4	25
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	3	4	4	23
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	5	5	4	4	28
13	4	5	5	4	5	5	28
14	4	4	4	3	3	4	22
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	3	4	23
17	4	3	3	3	3	4	20
18	3	4	3	3	3	4	20
19	5	4	4	4	3	3	23
20	4	3	3	3	3	4	20
21	5	4	4	3	4	4	24
22	4	4	4	3	3	3	21
23	5	4	3	3	4	4	23
24	4	4	5	4	4	4	25
25	4	3	3	3	3	4	20
26	5	3	4	4	4	4	24
27	4	4	4	3	4	3	22
28	4	3	3	3	4	3	20
29	3	3	4	4	3	3	20
30	4	4	4	4	5	5	26
31	4	4	4	3	4	4	23
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	4	4	4	3	5	25
34	4	3	4	2	4	5	22

35	3	3	4	3	4	3	20
36	3	3	3	3	4	3	19
37	4	3	4	3	4	5	23
38	3	3	3	3	3	3	18
39	3	3	3	3	3	3	18
40	3	3	3	3	4	3	19
41	5	4	4	4	3	5	25
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	4	4	24
44	3	3	4	3	4	3	20
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	4	3	5	25
47	4	3	4	2	4	5	22
48	3	3	4	3	4	3	20
49	3	3	3	3	4	3	19
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	3	3	4	3	4	3	20
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	3	5	4	24
55	4	4	4	3	5	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	3	4	2	4	5	22
58	3	3	4	3	4	3	20
59	3	3	3	3	4	3	19
60	5	4	4	4	3	3	23
61	4	3	3	3	3	4	20
62	5	4	4	3	4	4	24
63	4	4	4	3	3	3	21
64	5	4	3	3	4	4	23
65	5	3	4	4	4	4	24
66	4	4	4	3	4	3	22
67	4	3	3	3	4	3	20
68	3	3	4	4	3	3	20
69	4	4	4	4	5	5	26
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	3	4	23
72	4	3	3	3	3	4	20
73	3	4	3	3	3	4	20

74	3	3	4	3	4	3	20
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	4	4	4	3	5	25
77	4	3	4	2	4	5	22
78	3	3	4	3	4	3	20
79	3	3	4	4	3	3	20
80	4	4	4	4	5	5	26
81	4	4	4	3	4	4	23
82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	4	4	4	3	5	25
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	4	4	24
86	3	3	4	3	4	3	20
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	3	5	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	3	4	2	4	5	22
91	5	4	5	4	4	4	26
92	4	4	3	3	4	4	22
93	4	4	5	4	5	3	25
94	5	4	5	5	5	4	28
95	4	4	3	3	4	4	22
96	4	4	4	3	5	4	24
97	5	4	5	5	3	4	26
98	4	4	4	4	5	5	26
99	5	4	3	3	4	3	22
100	4	5	5	4	3	4	25

b. Kebutuhan Modal (X2)

Respon- den	Kebutuhan Modal							X2_tot
	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	
1	5	4	4	2	2	4	4	25
2	5	4	4	4	4	4	4	29
3	4	5	4	3	3	4	4	27
4	4	4	4	2	3	3	3	23
5	4	2	3	2	2	3	2	18
6	3	3	4	4	4	4	4	26
7	5	5	4	4	3	4	4	29
8	5	5	5	5	4	5	5	34

9	4	4	4	3	4	4	3	26
10	5	5	4	4	2	4	5	29
11	4	5	4	4	4	4	3	28
12	5	5	5	3	3	5	5	31
13	5	5	5	3	2	5	4	29
14	4	3	4	3	4	4	5	27
15	4	4	4	2	2	4	4	24
16	5	5	4	4	2	5	5	30
17	4	4	5	3	3	4	3	26
18	5	3	3	2	3	4	5	25
19	4	4	5	3	3	4	4	27
20	5	4	4	4	4	4	4	29
21	5	5	4	2	3	4	4	27
22	3	3	3	3	3	4	5	24
23	4	4	4	2	2	4	4	24
24	4	3	2	3	3	4	4	23
25	5	4	4	3	3	5	5	29
26	5	5	5	3	3	3	4	28
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	3	3	2	3	4	4	23
29	4	4	4	2	2	4	4	24
30	5	5	5	3	2	4	4	28
31	5	4	4	2	2	4	5	26
32	4	3	3	3	3	4	3	23
33	5	4	2	4	4	5	5	29
34	5	3	3	3	2	4	4	24
35	5	5	3	3	2	3	3	24
36	5	5	3	3	3	3	3	25
37	5	5	2	1	2	4	4	23
38	4	3	3	3	3	3	3	22
39	5	5	3	3	3	3	3	25
40	5	5	3	3	3	3	3	25
41	5	4	2	4	4	5	5	29
42	5	4	4	2	2	4	4	25
43	5	4	4	4	4	4	4	29
44	4	5	4	3	3	4	4	27
45	4	4	4	2	3	3	3	23
46	5	4	2	4	4	5	5	29
47	5	3	3	3	2	4	4	24

48	5	5	3	3	2	3	3	24
49	5	5	3	3	3	3	3	25
50	5	4	4	2	2	4	4	25
51	5	4	4	4	4	4	4	29
52	4	5	4	3	3	4	4	27
53	4	4	4	2	3	3	3	23
54	4	2	3	2	2	3	2	18
55	4	2	3	2	2	3	2	18
56	3	3	4	4	4	4	4	26
57	5	3	3	3	2	4	4	24
58	5	5	3	3	2	3	3	24
59	5	5	3	3	3	3	3	25
60	4	4	5	3	3	4	4	27
61	5	4	4	4	4	4	4	29
62	5	5	4	2	3	4	4	27
63	3	3	3	3	3	4	5	24
64	4	4	4	2	2	4	4	24
65	5	5	5	3	3	3	4	28
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	3	3	2	3	4	4	23
68	4	4	4	2	2	4	4	24
69	5	5	5	3	2	4	4	28
70	4	4	4	2	2	4	4	24
71	5	5	4	4	2	5	5	30
72	4	4	5	3	3	4	3	26
73	5	3	3	2	3	4	5	25
74	4	5	4	3	3	4	4	27
75	4	4	4	2	3	3	3	23
76	5	4	2	4	4	5	5	29
77	5	3	3	3	2	4	4	24
78	5	5	3	3	2	3	3	24
79	4	4	4	2	2	4	4	24
80	5	5	5	3	2	4	4	28
81	5	4	4	2	2	4	5	26
82	4	3	3	3	3	4	3	23
83	5	4	2	4	4	5	5	29
84	5	4	4	2	2	4	4	25
85	5	4	4	4	4	4	4	29
86	4	5	4	3	3	4	4	27

87	4	4	4	2	3	3	3	23
88	4	2	3	2	2	3	2	18
89	3	3	4	4	4	4	4	26
90	5	3	3	3	2	4	4	24
91	4	4	3	2	2	4	4	23
92	5	4	4	3	3	3	4	26
93	5	5	5	3	2	5	4	29
94	5	4	5	2	3	4	4	27
95	4	4	4	2	2	4	4	24
96	5	4	4	3	3	3	4	26
97	5	5	4	4	2	3	3	26
98	4	4	2	4	4	4	4	26
99	4	4	5	2	2	3	3	23
100	5	5	4	3	2	3	3	25

c. *Pengetahuan Produk (X3)*

Respon- den	Pengetahuan Produk						X3_tot
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	
1	5	4	4	4	4	4	25
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	4	4	4	23
4	4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	3	4	4	4	23
6	3	3	3	4	4	3	20
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	5	5	4	4	4	26
12	5	4	5	5	4	5	28
13	4	4	5	5	4	4	26
14	3	3	4	4	4	4	22
15	4	3	4	4	3	4	22
16	5	5	4	4	5	4	27
17	3	3	3	3	4	4	20
18	5	5	4	4	4	4	26
19	4	3	4	4	4	4	23
20	4	3	4	4	4	4	23

21	4	4	4	5	4	5	26
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	4	4	4	27
24	5	5	5	4	5	5	29
25	4	5	5	3	3	3	23
26	4	3	4	4	4	4	23
27	4	4	3	3	3	3	20
28	5	3	5	4	5	5	27
29	4	4	4	4	5	4	25
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	3	4	4	23
32	3	3	3	3	4	3	19
33	2	3	3	2	4	4	18
34	3	3	4	3	3	3	19
35	4	4	3	3	4	4	22
36	4	3	3	3	3	3	19
37	4	3	4	3	4	4	22
38	4	2	3	3	3	3	18
39	4	3	2	3	3	3	18
40	4	4	3	3	3	3	20
41	2	3	3	2	4	4	18
42	5	4	4	4	4	4	25
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	3	4	4	4	4	23
45	4	5	4	4	4	4	25
46	2	3	3	2	4	4	18
47	3	3	4	3	3	3	19
48	4	4	3	3	4	4	22
49	4	3	3	3	3	3	19
50	5	4	4	4	4	4	25
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	3	4	4	4	4	23
53	4	5	4	4	4	4	25
54	4	4	3	4	4	4	23
55	4	4	3	4	4	4	23
56	3	3	3	4	4	3	20
57	3	3	4	3	3	3	19
58	4	4	3	3	4	4	22
59	4	3	3	3	3	3	19

60	4	3	4	4	4	4	23
61	4	3	4	4	4	4	23
62	4	4	4	5	4	5	26
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	5	5	4	4	4	27
65	4	3	4	4	4	4	23
66	4	4	3	3	3	3	20
67	5	3	5	4	5	5	27
68	4	4	4	4	5	4	25
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	3	4	4	3	4	22
71	5	5	4	4	5	4	27
72	3	3	3	3	4	4	20
73	5	5	4	4	4	4	26
74	4	3	4	4	4	4	23
75	4	5	4	4	4	4	25
76	2	3	3	2	4	4	18
77	3	3	4	3	3	3	19
78	4	4	3	3	4	4	22
79	4	4	4	4	5	4	25
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	3	4	4	23
82	3	3	3	3	4	3	19
83	2	3	3	2	4	4	18
84	5	4	4	4	4	4	25
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	3	4	4	4	4	23
87	4	5	4	4	4	4	25
88	4	4	3	4	4	4	23
89	3	3	3	4	4	3	20
90	3	3	4	3	3	3	19
91	4	4	4	4	5	5	26
92	3	3	4	4	4	4	22
93	5	4	4	4	3	4	24
94	5	5	4	3	4	5	26
95	4	4	4	5	5	4	26
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	3	4	23
98	3	3	3	4	4	4	21

99	5	4	4	3	4	3	23
100	4	3	4	5	3	4	23

d. Keputusan Nasabah

Responden	Keputusan Nasabah					Y_tot
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	
1	4	5	4	4	3	20
2	3	3	4	4	3	17
3	4	3	4	4	3	18
4	4	5	4	4	3	20
5	3	2	3	2	3	13
6	4	4	3	3	3	17
7	3	4	4	4	4	19
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	3	4	3	18
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	4	5	5	5	4	23
13	4	5	5	5	3	22
14	4	4	3	4	3	18
15	4	4	4	4	4	20
16	5	5	5	4	4	23
17	3	4	4	3	4	18
18	4	4	3	4	4	19
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	5	5	4	3	21
22	4	4	4	3	3	18
23	5	4	4	4	4	21
24	5	5	5	5	5	25
25	3	4	3	4	3	17
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	5	4	4	5	22
29	4	4	3	4	4	19
30	5	5	5	5	4	24
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	5	4	4	21

33	3	3	4	3	5	18
34	5	3	4	3	4	19
35	3	4	3	3	3	16
36	3	3	3	2	3	14
37	4	5	3	4	4	20
38	3	4	3	3	2	15
39	3	4	4	2	3	16
40	3	3	3	2	3	14
41	3	3	4	3	5	18
42	4	5	4	4	3	20
43	3	3	4	4	3	17
44	4	3	4	4	3	18
45	4	5	4	4	3	20
46	3	3	4	3	5	18
47	5	3	4	3	4	19
48	3	4	3	3	3	16
49	3	3	3	2	3	14
50	4	5	4	4	3	20
51	3	3	4	4	3	17
52	4	3	4	4	3	18
53	4	5	4	4	3	20
54	3	2	3	2	3	13
55	3	2	3	2	3	13
56	4	4	3	3	3	17
57	5	3	4	3	4	19
58	3	4	3	3	3	16
59	3	3	3	2	3	14
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	5	5	4	3	21
63	4	4	4	3	3	18
64	5	4	4	4	4	21
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	5	4	4	5	22
68	4	4	3	4	4	19
69	5	5	5	5	4	24
70	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	4	4	23

72	3	4	4	3	4	18
73	4	4	3	4	4	19
74	4	3	4	4	3	18
75	4	5	4	4	3	20
76	3	3	4	3	5	18
77	5	3	4	3	4	19
78	3	4	3	3	3	16
79	4	4	3	4	4	19
80	5	5	5	5	4	24
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	5	4	4	21
83	3	3	4	3	5	18
84	4	5	4	4	3	20
85	3	3	4	4	3	17
86	4	3	4	4	3	18
87	4	5	4	4	3	20
88	3	2	3	2	3	13
89	4	4	3	3	3	17
90	5	3	4	3	4	19
91	5	4	4	4	4	21
92	5	4	4	4	4	21
93	5	4	3	4	4	20
94	3	3	3	5	3	17
95	4	4	3	4	4	19
96	4	5	4	4	4	21
97	4	5	4	4	3	20
98	4	4	3	4	4	19
99	4	4	4	3	4	19
100	4	4	4	4	3	19

**Lampiran 5 - Hasil Uji Validitas**

**a. Motivasi Menghindari Riba**

		Correlations						
		x1_1	x1_2	x1_3	x1_4	x1_5	x1_6	x1_tot
x1_1	Pearson Correlation	1	.530**	.300**	.370**	.023	.506**	.700**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.002	<.001	.822	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_2	Pearson Correlation	.530**	1	.490**	.572**	.221*	.362**	.792**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.027	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_3	Pearson Correlation	.300**	.490**	1	.523**	.297**	.252*	.705**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001		<.001	.003	.011	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_4	Pearson Correlation	.370**	.572**	.523**	1	.037	.146	.674**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		.718	.146	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_5	Pearson Correlation	.023	.221*	.297**	.037	1	.187	.441**
	Sig. (2-tailed)	.822	.027	.003	.718		.062	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_6	Pearson Correlation	.506**	.362**	.252*	.146	.187	1	.638**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.011	.146	.062		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1_tot	Pearson Correlation	.700**	.792**	.705**	.674**	.441**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b. *Kebutuhan Modal*

		<b>Correlations</b>							
		x2_1	x2_2	x2_3	x2_4	x2_5	x2_6	x2_7	x2_tot
x2_1	Pearson Correlation	1	.452**	-.031	.139	-.167	.113	.203*	.409**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.759	.167	.096	.265	.043	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2_2	Pearson Correlation	.452**	1	.354**	.209*	-.046	.058	.127	.588**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.037	.650	.570	.207	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2_3	Pearson Correlation	-.031	.354**	1	-.025	-.105	.019	.015	.363**
	Sig. (2-tailed)	.759	<.001		.805	.297	.850	.879	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2_4	Pearson Correlation	.139	.209*	-.025	1	.607**	.354**	.284**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.167	.037	.805		<.001	<.001	.004	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2_5	Pearson Correlation	-.167	-.046	-.105	.607**	1	.227*	.218*	.471**
	Sig. (2-tailed)	.096	.650	.297	<.001		.023	.030	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2_6	Pearson Correlation	.113	.058	.019	.354**	.227*	1	.757**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.265	.570	.850	<.001	.023		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2_7	Pearson Correlation	.203*	.127	.015	.284**	.218*	.757**	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.043	.207	.879	.004	.030	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2_tot	Pearson Correlation	.409**	.588**	.363**	.684**	.471**	.627**	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

c. *Pengetahuan Produk*

		<b>Correlations</b>						
		x3_1	x3_2	x3_3	x3_4	x3_5	x3_6	x3_tot
x3_1	Pearson Correlation	1	.567**	.528**	.553**	.240*	.373**	.780**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.016	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3_2	Pearson Correlation	.567**	1	.412**	.323**	.323**	.337**	.710**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.001	.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3_3	Pearson Correlation	.528**	.412**	1	.556**	.311**	.486**	.757**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	.002	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3_4	Pearson Correlation	.553**	.323**	.556**	1	.347**	.472**	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3_5	Pearson Correlation	.240*	.323**	.311**	.347**	1	.634**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.016	.001	.002	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3_6	Pearson Correlation	.373**	.337**	.486**	.472**	.634**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3_tot	Pearson Correlation	.780**	.710**	.757**	.753**	.617**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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



d. Keputusan Nasabah

		Correlations					
		y1	y2	y3	y4	y5	y_tot
y1	Pearson Correlation	1	.449**	.479**	.526**	.339**	.757**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	.449**	1	.447**	.635**	.124	.755**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.218	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	.479**	.447**	1	.540**	.360**	.759**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	.526**	.635**	.540**	1	.257**	.825**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		.010	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	.339**	.124	.360**	.257**	1	.549**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.218	<.001	.010		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
y_tot	Pearson Correlation	.757**	.755**	.759**	.825**	.549**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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



**Lampiran 6 - Hasil Uji Reliabilitas**

*a. Motivasi Menghindari Riba*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	6

*b. Kebutuhan Modal*

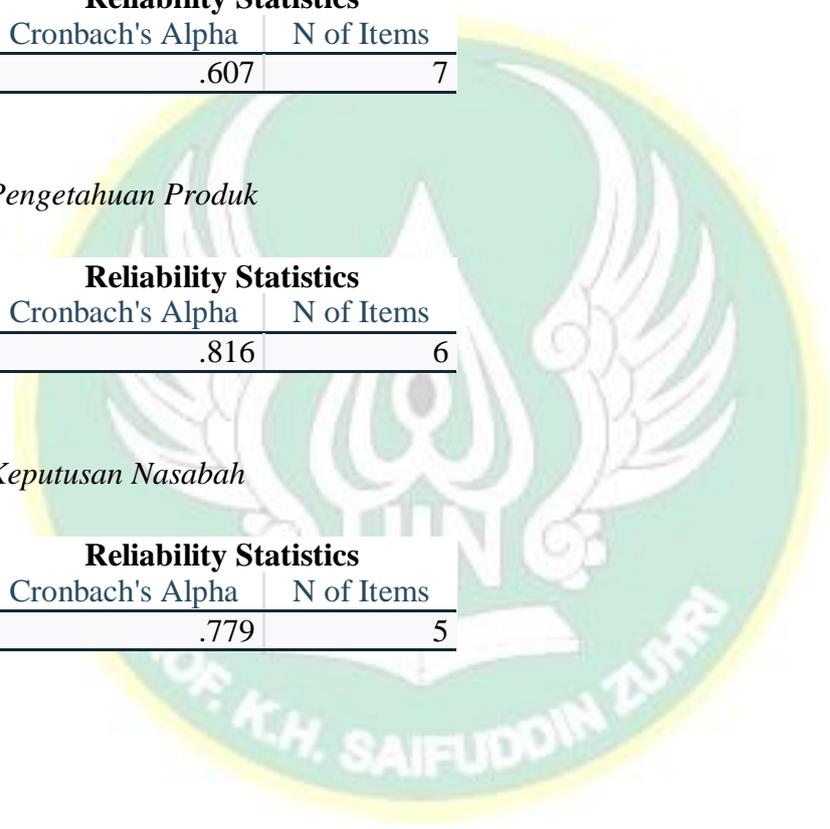
<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.607	7

*c. Pengetahuan Produk*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.816	6

*d. Keputusan Nasabah*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	5



**Lampiran 7 - Hasil Uji Asumsi Klasik**

*a. Uji Normalitas*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		95	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.91450860	
Most Extreme Differences	Absolute	.930	
	Positive	.861	
	Negative	-.093	
Test Statistic		.930	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.410	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.423	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.360
		Upper Bound	.470

*b. Uji Multikolinearitas*

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.413	2.578		-1.324	.189		
	X1	.242	.090	.221	2.701	.008	.848	1.180
	X2	.291	.073	.312	3.977	<.001	.925	1.081
	X3	.409	.074	.436	5.522	<.001	.911	1.098

a. Dependent Variable: Y

*c. Uji Heteroskedastisitas*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.134	1.589		1.972	.051
	X1	.126	.055	.238	2.277	.065
	X2	-.137	.045	-.304	-3.041	.053
	X3	-.045	.046	-.099	-.979	.330

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Lampiran 8 - Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.413	2.578		-1.324	.189		
	X1	.242	.090	.221	2.701	.008	.848	1.180
	X2	.291	.073	.312	3.977	<.001	.925	1.081
	X3	.409	.074	.436	5.522	<.001	.911	1.098
a. Dependent Variable: Y								

**Lampiran 9 - Hasil Uji Ketepatan Model**

*a. Uji T (Parsial)*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.413	2.578		-1.324	.189
	X1	.242	.090	.221	2.701	.008
	X2	.291	.073	.312	3.977	<.001
	X3	.409	.074	.436	5.522	<.001
a. Dependent Variable: Y						

*b. Uji F (Simultan)*

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.706	3	102.235	26.577	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	369.294	96	3.847		
	Total	676.000	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

**Lampiran 10 - Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 <sup>a</sup>	.454	.437	1.96133
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

**Lampiran 11 – Tabel Titik Presentase Distribusi T untuk Probabilitas = 0,05**

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

**Lampiran 12 – Tabel Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76

*Lampiran 13 – Surat Permohonan Izin Observasi Pendahuluan*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 578/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/04/2024  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Purwokerto, 01 April 2024

Kepada Yth.  
Pimpinan KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari  
Di  
Bobotsari

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Pengaruh Motivasi, Religiusitas, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha (Studi kasus pada nasabah pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari)

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

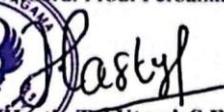
1. Nama : Restu Tri Mugianti
2. NIM : 2017202080
3. Semester / Program Studi : 8 / Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2024
5. Alamat : Kragean RT 002/ RW 010 Kec. Kertanegara,  
Kab. Purbalingga, Jawa Tengah

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Pengaruh Motivasi, Religiusitas, dan Pengetahuan  
Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk  
Pembiayaan Modal Usaha
2. Tempat/ Lokasi : KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari
3. Waktu Observasi : 1 April s/d 30 April 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Ord. Prodi Perbankan Syariah  
  
Hastyl  
Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
19920613 201801 2 001

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
  2. Kasubbag Akademik
  3. Arsip

## Lampiran 14 – Surat Persetujuan Izin Riset Penelitian



**KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH  
BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH PERKASA PURBALINGGA**  
Alamat : Jl. Pemuda No.101-Bobotsari Kec. Bobotsari Purbalingga  
Telp. (0281) 7700954

Nomor : 01/KSPPS.BTM/PBG/X/2024

Bobotsari, 14 Oktober 2024

Lamp. :-

Hal : Persetujuan Izin Riset Penelitian

Kepada Yth.

Koord. Prodi Perbankan Syariah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Menindaklanjuti surat Koord. Prodi Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Nomor 578/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/04/2024, tanggal 01 April 2024 tentang Permohonan Izin Observasi Pendahuluan di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari, maka kami memberikan izin kepada:

1. Nama Mahasiswa : Restu Tri Mugianti
2. NIM : 2017202080
3. Semester/ Program Studi : 9/ Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2024
5. Alamat : Krangean RT 002/ RW 010 Kec. Kertanegara, Kab. Purbalingga,  
Jawa Tengah

Untuk meakukan penelitian di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari yang berjudul "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Kebutuhan Modal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha (Studi Kasus Pada Nasabah Pembiayaan di KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari) pada tanggal 1 April s/d 30 April 2024.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Kepala Kantor



Konang Wiyakhsana, S.Kom

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Restu Tri Mugianti  
NIM : 2017202080  
Tempat/Tanggal Lahir : Purbalingga, 10 Oktober 2002  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Nama Ayah : Suwanto  
Nama Ibu : Kamsiyah  
Alamat : Kragean Rt 02/Rw 10, Kec. Kertanegara,  
Kab. Purbalingga, Jawa Tengah  
No. HP : 081228467161  
E-Mail : [pbgtirestu10@gmail.com](mailto:pbgtirestu10@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

TK : TK Pertiwi Kragean  
SD : SD N 2 Kragean  
SMP/MTs : MTs N Karanganyar  
SMA/SMK : SMA N 1 Bobotsari  
Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
(dalam proses)

### Pengalaman Organisasi

1. Komunitas Creative Entrepreneur Organization (CEO, periode 2021/2022 & periode 2022/2023)
2. IBM FEBI (2023)
3. Kepanitiaan SCE Kujang Banyumas Part 5 (2023)

### C. Pengalaman Kerja/Magang

1. KSPPS BTM Perkasa KC Bobotsari

Purwokerto, 16 September 2024  
Saya yang menyatakan,



Restu Tri Mugianti  
NIM. 2017202080