

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH PEMBIAYAAN KOPERASI SIMPAN PINJAM BAKTI
HURIA SYARIAH YANG DIMODERASI REPUTASI**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH PEMBIAYAAN KOPERASI SIMPANPINJAM BAKTI
HURIA SYARIAH YANG DIMODERASI REPUTASI**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

NURHAYATI
17 0402 0189

Pembimbing:

Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhayati
NIM : 17 0402 0189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang di terbitkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesolitan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 12 November 2022

Yang



NURHAYATI

NIM 17 0402 0189

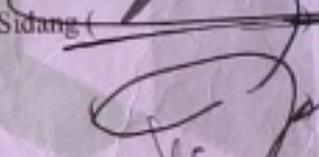
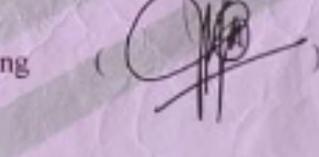
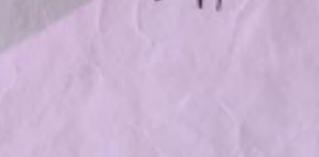


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang Dimoderasi Reputasi yang ditulis oleh Nurhayati, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0189, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 13 Maret 2023 Miladiyah bertepatan dengan 21 Sya'ban 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

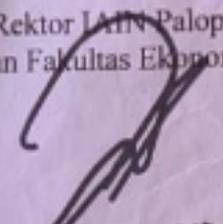
Palopo, 11 April 2023

TIM PENGUJI

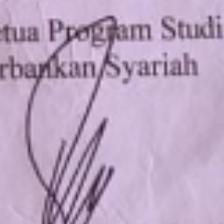
- | | | |
|--|-------------------|--|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.Ek. | Penguji I | () |
| 4. Ishak, S.EI., M.EI. | Penguji II | () |
| 5. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy. | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP 19790724 200312 1 002

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP 19801020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ .
(أَمَّا بَعْدُ)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan Judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang di Moderasi Reputasi”** setelah melalui proses panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan.

Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta Bapak Mustakim dan Ibu Nurlaila yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta saudariku Nurmiati dan saudaraku Rahman yang selama ini memberikan

semangat dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam Surga-Nya kelak.

Dan taklupa pula penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., Rektor IAIN Palopo, Dr. Muammar Arafat, SH., M. H., Wakil Rektor I, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, M.M., Wakil Rektor II, dan Dr. Muhaemin, M.A., Wakil Rektor III yang telah memberikan pelajaran pembinaan, kepada penulis dalam menyusun dan menimba ilmu pengetahuan.
2. Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A., Wakil Dekan II Bidang Administrasi dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., C.A, Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, Ilham, S.Ag., M.HI.
3. Bapak Hendra Safri, SE., MM selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan para dosen, asisten dosen prodi Perbankan Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Perbankan Syariah.
4. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo, H. Madehang, S. Ag., M.Pd., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Tadjuddin S.E., M.Si., Ak., CA. Selaku Dosen Penasehat Akademik.

6. Ibu Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.EK. selaku penguji I yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Ishak, S.E.I., M.E.I. selaku penguji II
9. Kepada kawan dekat saya: Tuanda, Hasrida, Elvira Rahma, yang telah banyak membantu dan memberikan semangat selama penulis menuntut ilmu di IAIN Palopo mulai Tahun 2017 hingga saat ini.
10. Kepada semua teman-teman seperjuangan terkhusus Perbankan Syariah E angkatan 2017, yang telah membantu dan kebersamai selama penulis menuntut ilmu di IAIN Palopo mulai tahun 2017 sampai sekarang.
11. Kepada Kepala Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang telah memberikan izin penulis untuk meneliti.
12. Kepada para Staf Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang telah membantu dan meluangkan waktunya.

Atas segala bantuan, motivasi, ilmu dan arahan yang diberikan mudah-mudahan dapat menjadi amalan yang baik serta diberikan balasan Rahmat dan Hidayah oleh Allah SWT.

Palopo, 12 November 2022

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

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	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik

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	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika hamzah (ء) terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	a
إ	<i>Kasrah</i>	I	i
ؤ	<i>dammah</i>	U	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ.	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
وُ.	<i>fathah dan wau</i>	Iu	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِ... اِ...	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di atas
اُ...	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَضِيلَةُ	: <i>al-madīnah al-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-ḥikmah</i>

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَجُّ	: <i>al-ḥajj</i>
نَعَمْ	: <i>nu''ima</i>
عَدُوٌّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber- *tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf berharakat kasrah (-), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (ī).

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسِ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةِ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفلسفة : *al-falsafah*

البلاد : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Alquran (dari *al-Qur'ān*), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī
Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz aljalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd, Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhanahu wa ta'ala</i>
saw.	= <i>sallallahu 'alaihi wasallam</i> as = <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS.../...: 4	= QS Al-Baqarah/2: 275, 278
HR	= Hadis Riwayat
UU	= Undang-undang
VIF	= <i>Variance Inflation Factor</i>
SPSS	= <i>Statistical Package For Sosial Science</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PRKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Landasan Teori	14
C. Kerangka Pikir.....	27
D. Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi dan waktu Penelitian.....	33
C. Definisi Operasional Variabel	33
D. Populasi dan Sampel.....	36
E. Data dan Sumber Data.....	38
F. Intrumen Penelitian	39
G. Teknik Pengumpulan Data	39
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
I. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian.....	52
B. Pembahasan	73
BAB V PENUTUP	81
A. Simpulan.....	81

B. Saran 82

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS An-Nisa/4: 29 14

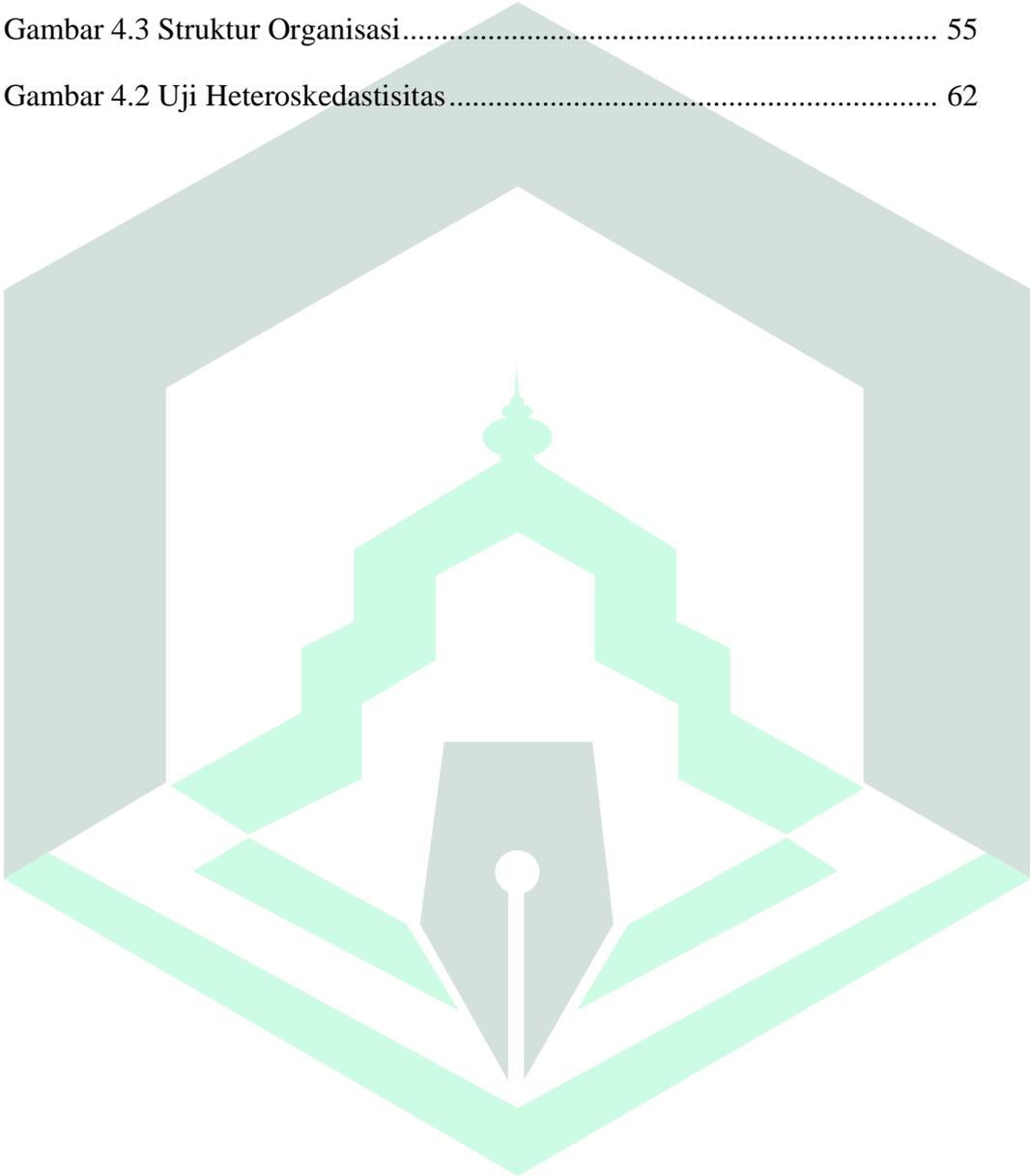


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria syariah	1
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban	42
Tabel 3.3 Uji Validitas	47
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.1 Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.2 Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.3 Uji Glejser	63
Tabel 4.4 Uji Linear Regresi Berganda	64
Tabel 4.5 Uji t	66
Tabel 4.6 Uji f	69
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4.8 Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	27
Gambar 4.3 Struktur Organisasi.....	55
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Surat Izin Meneliti

Lampiran 4 Surat Keterangan telah Meneliti

Lampiran 5 SK Pembimbing

Lampiran 6 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 8 SK Penguji

Lampiran 9 Tim Verifikasi Naskah Skripsi

Lampiran 10 Dokumentasi

ABSTRAK

Nurhayati, 2023. “*Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang Dimoderasi Reputasi*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Hamida.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang Dimoderasi Reputasi. Penelitian ini bertujuan: Untuk menguji apakah ada pengaruh *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo dengan reputasi sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasinya adalah nasabah Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *snowball sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 90 nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian angket/kuesioner. Selanjutnya, teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 22. Hasil penelitian ini adalah *product* (X₁) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, *price* (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, *place* (X₃) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, *promotion* (X₄) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, *people* (X₅) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, *process* (X₆) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, *physical evidence* (X₇) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Adapun hasil dari uji MRA variabel *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.

Kata Kunci: keputusan, *People, Physical evidence, Place, Price, Process, Product, Promotion*, Reputasi

ABSTRACT

Nurhayati, 2023. *"The Influence of the Marketing Mix on Customer Decisions on Reputation-Moderated Reputation Moderated Bakti Huria Syariah Savings and Loans Cooperative Financing"*. Thesis for the Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Hamida.

This thesis discusses the Influence of the Marketing Mix on Customer Decisions on Reputation-Moderated Reputation Moderated Bakti Huria Syariah Savings and Loans Cooperative Financing. This study aims: To test whether there is an influence of product, price, place, promotion, people, process and physical evidence on customers' decisions to take financing at the Bakti Huria Syariah Savings and Loans Cooperative, Palopo City with a reputation as a moderating variable. This type of research uses quantitative research. The population is the customers of the Bakti Huria Syariah Savings and Loans Cooperative, Palopo City. Sampling was done by snowball sampling technique. The sample used was 90 customers. Data collection techniques in this study through the distribution of questionnaires / questionnaires. Furthermore, the data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 22 program. The results of this study were product (X1) had no effect on customer decisions, price (X2) had a positive and significant effect on customer decisions, place (X3) did not have an effect on customer decisions, promotion (X4) has a positive and significant effect on customer decisions, people (X5) has a positive and significant effect on customer decisions, process (X6) has no effect on customer decisions, physical evidence (X7) has a positive and significant effect on decisions customers, product, price, place, promotion, people, process and physical evidence together have a positive and significant effect on customer decisions. The results of the MRA test for the product, price, place, promotion, people, process and physical evidence variables have no significant influence on the customer's decision to take financing at the Bakti Huria Syariah Savings and Loans Cooperative, Palopo City.

Keywords: Decision, People, Physical Evidence, Place, Price, Process, Product, Promotion, Reputation

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Cabang Palopo merupakan badan usaha yang dijalankan anggotanya dengan tujuan agar dapat saling membantu dalam hal ekonomi. Oleh karena itu, koperasi ini melayani anggotanya untuk simpan pinjam dana, membantu modal usaha, pendanaan darurat dan lainnya.¹

Tabel 1.1 Data Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah.

No.	Tahun	Nasabah Pembiayaan	Jumlah Pembiayaan
1	2019	844	Rp 950.000.000
2	2020	855	Rp1.000.000.000
3	2021	896	Rp 1.800.000.000
4.	2022	2.083	Rp 2.500.000.000

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pembiayaan di Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah mengalami peningkatan, hal ini terlihat pada tabel jumlah pembiayaan pada tahun 2019 jumlah pembiayaan sebesar Rp 950.000.000 dengan jumlah nasabah sebanyak 844 jiwa, 2020 jumlah

¹ Idamat.com, Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Cabang Palopo – Idamat.com, 2022, <https://idalamat.com/alamat/311832/koperasi-simpan-pinjam-bakti-huria-cabang-palopo-palopo-sulawesi-selatan>.

pembiayaan sebesar Rp 1.000.000.000 dengan jumlah nasabah sebanyak 855 jiwa, 2021 jumlah pembiayaan sebesar 1.800.000.000 dengan jumlah nasabah sebanyak 896, 2022 jumlah pembiayaan sebesar 2.500. 000.000 dengan jumlah nasabah sebanyak 2.083.

Hasil perkembangan jumlah nasabah yang terus meningkat diduga karena reputasi Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo yang baik. Reputasi merupakan persepsi yang menggambarkan keseluruhan perilaku organisasi serta hubungannya dengan para *stakeholder* yang terbentuk seiring dengan berjalannya waktu. Kemudian strategi yang diterapkan oleh Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo dalam menjaga reputasi tersebut adalah strategi bauran pemasaran. Dimana tujuan dari strategi bauran pemasaran ini bukan hanya untuk meningkatkan volume penjualan tetapi juga untuk menunjang produktivitas, menarik minat konsumen, menciptakan kepuasan konsumen, dan menciptakan profit yang maksimal sebagai tujuan akhir.

Aktivitas bauran pemasaran memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Penggunaan konsep pemasaran yang baik dapat menyebabkan keberhasilan bisnis yang dilakukan perusahaan, yaitu hasil produksi dapat diterima dengan baik oleh konsumen sehingga hasil penjualan produk perusahaan dapat meningkat.²

Salah satu indikator berhasil tidaknya suatu aktifitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang dicapai perusahaan

² Dewi Anggaeri, "Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Pengajuan dan Piutang Dagang pada Cv Panen Raya Persada Pantiale," 2017

yang bersangkutan dalam suatu periode berikutnya. Umumnya bila volume penjualan yang diperoleh rendah maka keuntungannya akan rendah pula.

Banyaknya pesaing yang mempunyai produk pembiayaan perlu adanya upaya yang dilakukan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo untuk meningkatkan pemasaran produk pembiayaan kepada masyarakat. Koperasi Bakti Huria Syariah Kota Palopo telah menggunakan strategi pemasaran berupa 7P produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). *Marketing mix* pada awalnya terdiri dari 4 variabel *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), dan kemudian berkembang menjadi 7 variabel dengan penambahan variabel *people* (orang), *physical evidence* (sarana fisik), *process* (proses).³

Namun terdapat perbedaan hasil penelitian dengan beberapa penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh Alfia Qorizah, and Prayudi S. Prabowo yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel bauran pemasaran yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan rumah syariah adalah variabel promosi, tempat, dan orang Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi keputusan pelanggan adalah produk, harga, proses, bukti fisik. Secara simultan variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan.⁴

³ Uswatun Hasanah, "Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pengajuan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja," 2020

⁴ Alfia Qorizah, and Prayudi S. Prabowo. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya." *Jurnal Ekonomi Islam* 2.2 (2019): 149-161.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rusny Istiqomah Sujono, dan Febrian Wahyu Wibowo menunjukkan bahwa variabel tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah.⁵ Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dyah Ayu Annurfa, dan Aris Sunindyo yang menunjukkan bahwa tempat tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Jateng Cabang Ungaran⁶. Namun yang membedakan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu apakah bauran pemasaran dengan reputasi sebagai pemoderasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Penelitian ini memang sudah banyak yang melakukan namun hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil yang berbeda – beda, maka dari itu masih penting untuk dilakukan penelitian ulang terkait penelitian ini. Adapun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu lokasi, populasi, sampel, metode yang digunakan, dan bauran pemasaran yang dimoderasi oleh reputasi.

Adanya strategi tersebut perlu dilakukannya pengukuran pengaruh dari bauran pemasaran yang diterapkan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan nasabah mengambil produk pembiayaan.

⁵ Rusny Istiqomah Sujono, and Febrian Wahyu Wibowo. "Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah Bank Syariah." *EL DINAR: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 8.1 (2020).

⁶ Dyah Ayu Annurfa, and Aris Sunindyo. "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Jateng Cabang Ungaran." *KEUNIS* 8.2 (2020): 93-105.

Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti tentang “**Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang Dimoderasi Reputasi**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *product* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo?
2. Apakah *price* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo?
3. Apakah *place* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo?
4. Apakah *promotion* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo?
5. Apakah *people* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo?
6. Apakah *process* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo?
7. Apakah *phisical evidence* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo?
8. Apakah *product, price, place, promotion, people, process* dan *phisical evidence* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah

mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo?

9. Apakah *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo dengan reputasi sebagai variabel moderasi

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam pembahasan ini yaitu:

1. Untuk menguji apakah ada pengaruh *product* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.
2. Untuk menguji apakah ada pengaruh *price* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.
3. Untuk menguji apakah ada pengaruh *place* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.
4. Untuk menguji apakah ada pengaruh *promotion* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo.
5. Untuk menguji apakah ada pengaruh *people* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.

6. Untuk menguji apakah ada pengaruh *process* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.
7. Untuk menguji apakah ada pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.
8. Untuk menguji apakah ada pengaruh *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.
9. Untuk menguji apakah ada pengaruh *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo dengan reputasi sebagai variabel moderasi

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah :

1. Manfaat Teoritis

Bagi khasanah ilmu pengetahuan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi tambahan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam aspek strategi bauran pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pengembangan dalam dunia Ekonomi dan Bisnis Islam. Bagi

mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, wawasan, dan sebagai sumber referensi dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai pengaruh variabel - variabel dalam bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Penelitian ini bisa di terapkan dengan menggunakan teori yang di dapat di bangku kuliah.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta digunakan sebagai pembanding bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran khususnya tentang bauran pemasaran.

c. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang relevan digunakan penulis sebagai sumber untuk mendukung penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Aan Khoiriyah melakukan penelitian tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah pada BMT Mekar Abadi Aji Sejahtera. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji reliabilitas dan uji validitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji F, Koefisien determinasi R^2 serta analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian ini adalah diketahui bahwa variabel-variabel independen, yakni Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) dan Tempat (X4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent, yakni keputusan pembelian konsumen (Y). Dari keempat dimensi bauran pemasaran, diketahui bahwa dimensi yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada BMT Mekar Abadi Aji Sejahtera adalah promosi. Dapat dilihat bahwa nilai tertinggi pada tabel thitung yaitu sebesar 5,933. Secara umum bauran pemasaran yang dilakukan BMT Mekar Abadi Aji Sejahtera mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah dan nasabah merasa puas baik dari produk, harga, promosi

yang dilakukan dan saluran distribusi. Sehingga, bauran pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan ekonomi Islam.⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan variabel yang digunakan hanya 4 yaitu produk, harga, promosi dan tempat.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Alfia Qorizah, and Prayudi S. Prabowo. yang meneliti tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kausa asosiatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden dan jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel bauran pemasaran yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan rumah syariah adalah variabel promosi, tempat, orang, dan promise. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi keputusan pelanggan adalah produk, harga, proses, bukti fisik dan patience. Secara simultan variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan.⁸

⁷ Aan Khoiriyah. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah pada BMT Mekar Abadi Aji Sejahtera*. Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2017: 89

⁸ Alfia Qorizah, and Prayudi S. Prabowo. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya." *Jurnal Ekonomi Islam* 2.2 (2019): 149-161.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti yaitu produk, harga, promosi, tempat, proses, orang dan bukti fisik. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian, variabel *promise* dan *patience* serta sampel yang digunakan.

- c. Rusny Istiqomah Sujono, dan Febrian Wahyu Wibowo meneliti tentang Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah Bank Syariah. Desain dan metodologi penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana penulis melakukan observasi untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Data dikumpulkan dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan yang memiliki beberapa kegiatan keuangan di bank. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dari lima variabel Marketing mix, ada beberapa variabel yang secara signifikan mempengaruhi minat pelanggan, seperti produk, harga, promosi, dan tingkat margin. Namun variabel tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Meskipun tidak semua variabel marketing mix secara signifikan mempengaruhi minat pelanggan, Marketing mix tetap penting bagi bank syariah untuk menarik pelanggan.⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan variabel yang digunakan hanya 4 yaitu produk, harga, promosi dan tempat.

⁹ Rusny Istiqomah Sujono, and Febrian Wahyu Wibowo. "Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah Bank Syariah." *EL DINAR: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 8.1 (2020).

d. Desrinda Dwi Nurhati meneliti tentang Pengaruh Strategi 7P Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada PT. BPRS Puduarta Insani Tembung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner skala linkert, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji t dan uji F serta koefisien determinasi. Berdasarkan analisis data hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multi kolinearitas. Pada uji hipotesis Promosi (*Promotion*) dengan nilai t hitung sebesar 1,105, Harga (*Price*) dengan nilai t hitung sebesar 0,645, Orang (*People*) dengan nilai t hitung sebesar -1,066 dan Lokasi (*Place*) dengan nilai t hitung sebesar -1,675 dengan ini keempatnya memiliki hasil tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Kemudian pada uji hipotesis Produk (*Product*) dengan nilai t hitung sebesar 3,480, Proses (*Process*) dengan nilai t hitung sebesar 2,349 dan, Bukti fisik (*Physical evidence*) dengan nilai t hitung sebesar 2,4,13 dengan hasil tersebut ketiganya mamiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.¹⁰

¹⁰ Desrinda Dwi Nurhati. *Pengaruh Strategi 7P Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada PT. BPRS Puduarta Insani Tembung*. Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020: 79

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti yaitu produk, harga, promosi, tempat, proses, orang dan bukti fisik. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

- e. Dyah Ayu Annurfa, and Aris Sunindyo meneliti tentang Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Jateng Cabang Ungaran. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden yang merupakan nasabah tabungan di Bank Jateng Cabang Ungaran. Yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikoloniaritas, uji heteroskedastisitas dan uji analisis linier berganda dan koefisien determinasi. Hipotesis dibuktikan dengan menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk menabung. Secara parsial terdapat satu variabel signifikan yang mempengaruhi keputusan nasabah penghematan promosi. Untuk variabel produk, harga, tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jateng Cabang Ungaran.¹¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan variabel yang

¹¹ Dyah Ayu Annurfa, and Aris Sunindyo. "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Jateng Cabang Ungaran." *KEUNIS* 8.2 (2020): 93-105.

digunakan hanya 4 yaitu produk, harga, promosi dan tempat serta teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

B. Landasan Teori

1. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.

Bauran pemasaran menurut Fandy Tjiptono adalah seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Perspektif Islam terdapat pada Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

٢٩

Terjemahnya :

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*¹²

¹² Nurul Huda, dkk, Pemasaran Syariah, (Depok: Kencana, 2017), hal. 105

Pada produk jasa banyak penelitian menyebutkan bahwa *marketing mix* menggunakan 7P *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Distribusi), *Promotion* (Promosi), *Process* (Proses), *People* (Pelanggan/Orang), *Physical avoidance* (Fasilitas fisik).¹³

a. Produk

Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia.¹⁴ Contoh produk jasa adalah tabungan, deposito, kredit, dan lain-lain. Menurut Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.¹⁵ Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk merupakan barang atau jasa yang ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan memiliki kemasan, warna, mutu dan merek.

Dalam pandangan produk merupakan unsur utama dalam kegiatan pemasaran, karena dapat memengaruhi strategi pemasaran lainnya.¹⁶ Dalam Islam, produk (barang dan jasa) ada 2 yaitu : dapat dikonsumsi (halal) dan tidak dapat dikonsumsi (haram). Dalam produk jasa produk dikatakan haram bukan karena zatnya melainkan memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual. Produsen atau perusahaan yang menciptakan produk harus memiliki produk-produk yang berkualitas

¹³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: RAJAWALI PERS, 2019), 86.

¹⁴ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019),

¹⁵ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018),

¹⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 200.

diharapkan pemasar dapat mengembangkan tujuan bauran produk. Selain itu pemasar perlu melakukan perluasan lini (*lini extension*) dengan tujuan mencegah pesaing masuk dan dengan perluasan lini pemasar dapat memberikan kepuasan yang lebih besar kepada konsumen, karena konsumen memiliki beberapa alternatif pilihan produk dengan menyesuaikan trend saat ini. Adapun indikator-indikator produk yaitu :

1) Bentuk

Produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.

2) Ciri-ciri produk

Karakteristik sekunder atau perlengkapan yang berguna untuk fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.

3) Kinerja

Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

4) Ketetapan / kesesuaian

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

5) Ketahanan

Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.

6) Keandalan

Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

7) Kemudahan perbaikan

Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.

8) Gaya

Penampilan produk atau kesan konsumen terhadap produk.

9) Desain

Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

b. Harga

Pada saat ini, dengan daya beli mayoritas konsumen semakin tinggi, penetapan harga merupakan hal yang sangat penting karena konsumen semakin kritis dan selektif untuk membelanjakan uang. Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan lainnya hanya unsur biaya saja.¹⁷

Harga dalam lembaga keuangan syariah diperoleh dari akad, yaitu sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang melakukan akad. Bagi lembaga keuangan syariah harga adalah bagi hasil, sedangkan untuk konvensional harga diperoleh dari

¹⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 222.

riba, biaya provisi, komisi, biaya administrasi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa dan biaya iuran.¹⁸ Indikator-indikator harga yaitu:¹⁹

1) Keterjangkauan harga.

Sejauh mana seorang konsumen mampu membayar yang terjangkau, yang diukur dengan biaya relatif terhadap jumlah yang pembeli mampu membayar oleh konsumen.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas jasa

Harga tiket yang dibayarkan harus sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa.

3) Harga memengaruhi daya beli konsumen

Kesanggupan konsumen untuk membeli produk sesuai dengan harga yang ditetapkan.

4) Harga dapat memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Harga produk yang murah dapat dibeli oleh konsumen tanpa harus menguras ekonomi.

c. Promosi

Promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup 7P: *price, product, promotion, place, people, Physical Evidence* dan *process*

¹⁸ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*,114.

¹⁹ Philip Kotler dan Armstrong, Gary. *Principles of Marketing*. (New Jersey: Prentice Hall. 2018),32

Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual. Pengertian promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Promosi diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. Promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan memengaruhi suatu keputusan pembelian. Sebenarnya ada banyak sekali versi pengertian promosi yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran diseluruh dunia, tetapi kesimpulannya kurang lebih sama, yaitu promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian.

Menurut A. Hamdani, promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Promosi merupakan acuan

dari *marketing mix* yang dapat menciptakan permintaan atas produk.²⁰ Ada beberapa unsur atau peralatan promosi dalam bauran promosi, antara lain :

1) *Advertising* (periklanan)

Kata iklan berasal dari bahasa Arab , yaitu *i'lan*, yang artinya pemberitahuan. Periklanan merupakan bagian dari pemasaran yang membuat produk atau jasa diketahui oleh konsumen dan iklan tersebut adalah sesuatu yang tidak gratis alias harus dibayar. Oleh karenanya dalam beriklan perusahaan harus dapat memengaruhi konsumen yang telah ada atau calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Iklan juga diartikan sebagai unsur promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar, kata-kata yang tertuang dalam bentuk brosur, sepanduk, baliho, koran, majalah, televisi kabel, TV bandara, TV kereta api, dan lain-lain.

2) *Personal Selling* (penjualan personal)

Penjualan personal merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terlealisainya penjualan. Penjualan personal juga dapat diartikan sebagai penyampaian pesan-pesan promosi secara lisan melalui tenaga penjualan atau sales man untuk memengaruhi calon konsumen dengan tujuan untuk membeli produk perusahaan. Tujuan utama *personal selling* adalah berusaha menemukan calon konsumen untuk diyakinkan agar melakukan pembelian, serta memuaskan konsumen.

²⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: CV Rajawali), 264

3) *Salles Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan merupakan unsur promosi yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan-kegiatan potongan harga, pemberian hadiah baik langsung maupun undian untuk produk tertentu, pada tempat tertentu dan pada waktu tertentu. Promosi penjualan juga diartikan sebagai kegiatan perusahaan untuk menjajakan yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.

4) *Public Relation*

Public relation adalah jenis promosi untuk menghasilkan publisitas yang baik dan memperkuat citra perusahaan. Promosi ini sering dilakukan dalam bentuk event, pemberitaan, kolaborasi dengan stakeholder, dan banyak lagi. Menggunakan *public relation*, reputasi perusahaan akan meningkat. Dengan begitu, akan memperkuat kesadaran publik terhadap merek anda.

5) *Direct Marketing*

Direct Marketing adalah pemasaran secara langsung. Artinya, promosi langsung dilakukan ke calon pelanggan dengan menggunakan saluran komunikasi. Bisa itu email, SMS, telepon, dan kanal lainnya. Sudah banyak perusahaan kecil sampai besar menggunakan jenis promosi ini.

Sebab, meski promosi dilakukan dari jauh, pengguna tetap bisa memberikan respon langsung kepada perusahaan.²¹

d. *Place* (Lokasi)

Berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan kegiatan operasionalnya. Tempat memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan untuk memastikan keberadaan produknya, tujuan dari saluran distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

e. *People* (Orang)

People adalah individu yang memiliki keterampilan interpersonal dan sikap positif yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Pendapat ahli lain menyatakan bahwa partisipan (*people*) merupakan pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Dalam penelitian ini karyawan bank syariah berperan aktif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen selama melakukan proses pembelian jasa.

f. *Physical Evidence*

Physical Evidence adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik adalah keadaan atau kondisi yang didalamnya juga termasuk suasana bank syariah. Hal ini akan semakin memperkuat

²¹ Andhinie Rahmatul Jannah, "Implementasi Marketing Mix (7P'S) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Rahn Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo". Surabaya 2019

keberadaan dari jasa tersebut. Adanya fasilitas pendukung secara fisik, maka pelanggan akan lebih memahami jasa yang ditawarkan tersebut.

g. *Process*

Proses adalah semua prosedur actual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Kotler adalah bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, mulai dari konsumen tersebut memilih (*choose*), memesan (*order*), membeli (*buy*) hingga akhirnya mereka mendapatkan layanan jasa tersebut.

2. Reputasi

a. Pengertian Reputasi

Robby Jatmiko menjelaskan bahwa reputasi perusahaan berhubungan dengan sejarah atau riwayat perusahaan terutama dalam hubungannya dengan pihak lain, apakah memiliki hubungan yang lebih baik atau tidak. Reputasi perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan. Reputasi atau merek menjadi sebuah masalah dari sikap dan kepercayaan terhadap kesadaran pada merek dan image.²²

Reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan. Upaya

²² Robby Jatmiko. "Analisis Pengaruh Persepsi Atas Orientasi Pelanggan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Orientasi Pelayanan Strategik Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 6.2 (2018): 67-87.

pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama merujuk adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), pelayanan prima (*service excelent*) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah mendapatkan prioritas.²³

b. Indikator Reputasi

Adapun indikator-indikator reputasi pada penelitian ini yaitu:²⁴

1) Nama baik

Nama baik adalah persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dibangun oleh bank bagi sebuah perusahaan., menjaga nama baik tentunya menjadi salah satu kewajiban utama mereka untuk mendukung kelnacaran pemasaran bisnisnya. Apabila nama baik yang dimiliki oleh pelaku usaha sudah cukup kuat, maka konsumen akan lebih percaya dengan kemampuan bisnis yang dijalankannya dan tidak ragu lagi untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan.

2) Reputasi pesaing

Reputasi pesaing adalah persepsi para nasabah bank mengenai seberapa baik reputasi bank tersebut dibanding dengan bank-bank lain. Sebuah perusahaan harus memiliki kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih

²³ Dedi Kurnia Syah Putra. *Komunikasi CSR politik: membangun reputasi, etika, dan estetika PR politik*. (Jakarta: Prenada Media, 2019). 15

²⁴ Dian Aisyah, and Yunita Engriani. "Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, dan e-WOM terhadap Minat Beli pada Situs Jual Beli Online Tokopedia yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan." *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha* 1.4 (2019): 48-59.

yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Artinya ciri khas sangat diperlukan dalam suatu perusahaan.

3) Dikenal luas

Dikenal luas menunjukkan persepsi nasabah, baik tentang sejauh mana nama perusahaan tersebut sudah dikenal luas oleh masyarakat sebuah perusahaan pasti ingin produknya dikenal secara luas baik produk baru maupun produk lamanya.

4) Kemudahan di ingat

Kemudahan di ingat menunjukkan persepsi para nasabah perusahaan akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama baik bank tersebut jika nama sebuah perusahaan mudah di ingat maka orang akan lebih mudah menemukan anda di search engine atau dalam dunia nyata. Seperti halnya perusahaan yang bernama international business machine lebih di kenal dengan sebutan IBM.

3. Keputusan Nasabah

Menurut Philip Kotler, keputusan Nasabah adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan

evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Keputusan konsumen untuk mencari informasi dan keingintahuan terhadap suatu produk bisa dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan lainnya.²⁵

Adapun indikator-indikator keputusan pembelian antara lain:

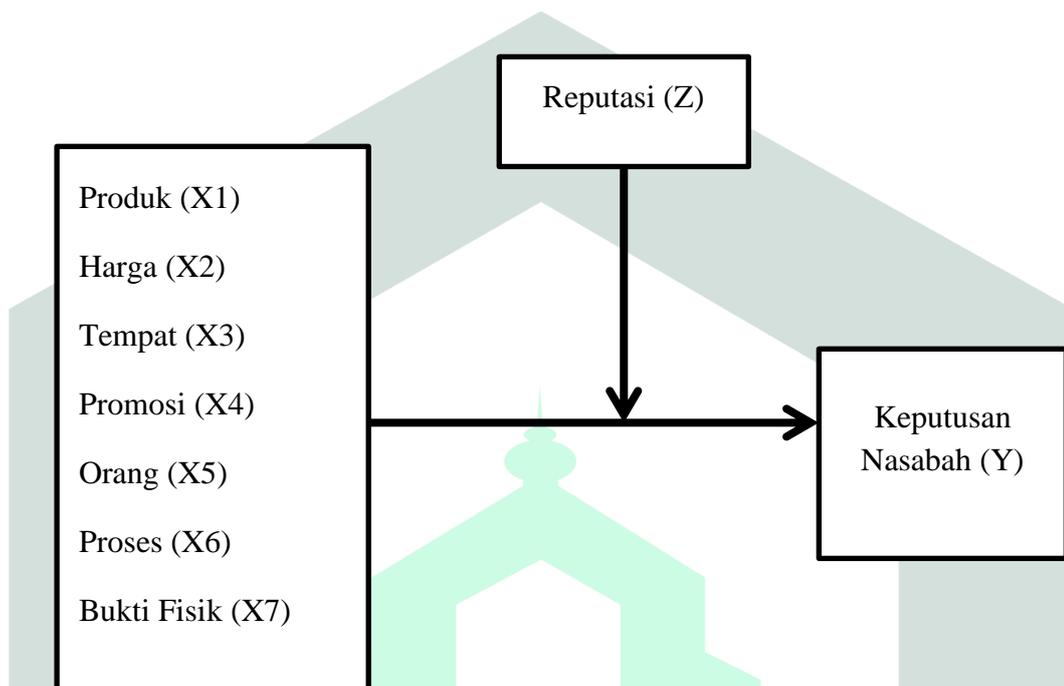
- a. Kebutuhan, kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kesejahteraan dan keamanan.
- b. Keyakinan, keyakinan adalah suatu sikap manusia yang ditunjukkan saat ia merasa cukup tau dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran.²⁶

²⁵ Ningsih, Putri Apria, and Agustina Mutia. "Persepsi Dan Prilaku Pedagang Etnik Tionghoa Terhadap Bank Syariah Di Kota Jambi." *Jurnal Syariah* 6.1 (2018): 48-86.

²⁶ E. Suswardji, "Pengaruh Label Halal terhadap Produk mie instan", *Jurnal Manajemen*, Vol. 10, NO.1, 2018 26

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir dapat ditafsirkan sebagai model konseptual untuk bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi, orang, proses dan bukti fisik. Ketujuh unsur tersebut tidak bisa dipisahkan, karena unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain. Semakin baik pengaruh yang diberikan oleh ketujuh unsur bauran pemasaran tersebut, maka akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Dilihat dari kerangka pemikiran tersebut yang menjadi variabel independent (X), terdiri dari: pengaruh produk, harga, tempat, promosi, orang,

proses dan bukti fisik dan variabel *moderating* yaitu reputasi. Semua variabel akan peneliti teliti baik secara simultan maupun secara parsial apakah ketujuh variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu Keputusan Nasabah (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban sementara rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 = product$ tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo
 $H_1 = product$ berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo
2. $H_0 = price$ tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo
 $H_1 = price$ berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo
3. $H_0 = place$ tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo
 $H_1 = place$ berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo
4. $H_0 = promotion$ tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

$H_1 = promotion$ berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

5. $H_0 = people$ tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

$H_1 = people$ berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

6. $H_0 = process$ tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

$H_1 = process$ berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

7. $H_0 = physical\ evidence$ tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

$H_1 = physical\ evidence$ berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

8. $H_0 = product, price, place, promotion, people, process$ dan $physical\ evidence$ secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

$H_1 = product, price, place, promotion, people, process$ dan $physical\ evidence$ secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

9. $H_0 = product, price, place, promotion, people, process$ dan *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo dengan reputasi sebagai variabel moderasi

$H_1 = product, price, place, promotion, people, process$ dan *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo dengan reputasi sebagai variabel moderasi.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana dalam metode ini menguji kolerasi pengaruh antara variable dengan variabel lainnya. Desain penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif harus terstruktur, terstandardisasi, diformalkan dan dirancang terlebih dahulu. Rancangannya spesifik dan detail karena yang menjadi dasar adalah rancangan penelitian yang akan dilaksanakan.²⁷

Data dalam sebuah penelitian merupakan bahan pokok yang akan diolah dan dianalisis untuk menjawab masalah-masalah dalam penelitian. Jenis data yang digunakan dalam sebuah penelitian dalam menyusun karya ilmiah ataupun penyusunan skripsi biasanya berupa data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utamanya.²⁸ Data sekunder merupakan data pendukung atau data pelengkap atau data yang tidak langsung diserahkan oleh sumber data, tetapi lewat orang lain atau lewat dokumen

²⁷ Ahmad Tanzeh. Pengantar Metode Penelitian, (Yogyakarta: Teras), H. 99

²⁸ Gulo. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017). 56

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti dalam memperoleh data penelitian yang dibutuhkan. Lokasi penelitian ini berada di Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo yang berlangsung pada bulan November 2022 sampai selesai.

C. Defenisi Operasional Variabel

Untuk mencegah timbulnya kesalahpahaman atau salah penafsiran dari pembaca. Peneliti terlebih dahulu mengemukakan makna dari beberapa kata dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator
1	Produk (X ₁)	Produk (<i>product</i>) adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk produk 2. Ciri-ciri produk 3. Kinerja 4. Ketetapan/kesesuaian 5. Ketahanan 6. Kehandalan 7. Kemudahan perbaikan 8. Desain
2	Harga (X ₂)	Harga (<i>price</i>) merupakan sesuatu yang harus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih murah dari pesaing 2. Sesuai dengan kualitas

		dikeluarkan pembeli untuk menerima produk.	3. Terjangkau untuk semua masyarakat
		Tempat (<i>place</i>)	
3	Tempat (X_3)	berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan kegiatan operasionalnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah Dijangkau 2. Pusat Keramaian 3. Dekat Dengan Transportasi Umum
		Promosi (<i>promotion</i>)	
4	Promosi (X_4)	adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dan jasa atau meningkatkan jumlah pembelian barang dan jasa oleh pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan 2. Personal Selling 3. Hubungan Masyarakat 4. Promosi Penjualan, 5. Publikasi
		Orang adalah individu yang keterampilan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi 2. Selektif 3. Komunikatif
5	Orang (X_5)		

interpersonal dan sikap positif yang berinteraksi langsung dengan konsumen.

6 Proses (X₆)

Proses yang dijelaskan dalam marketing mix yaitu bagaimana pelayanan penjual ke konsumen. Manajemen operasional penjualan harus diatur dengan baik untuk mengatur proses penjualan produk. Pelayanan yang baik kepada konsumen tentunya memberikan pengaruh besar terhadap hasil pemasaran.

1. Reliability
2. Tangibles
3. Responsiveness
4. Assurance
5. Empati

7

Bukti fisik (X₇)

Bukti fisik keadaan atau kondisi yang didalamnya juga termasuk suasana tempat

1. Fasilitas fisik
2. Pegawai
3. Sarana Komunikasi

8	Reputasi (Z)	persepsi tentang suatu merek sebagaimana tercermin oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Baik 2. Reputasi Pesaing 3. Dikenal Luas 4. Kemudahan di Ingat
9	Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan menurut Suharnan ialah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan di antara situasi-situasi yang tidak past.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Kecepatan dalam membeli sebuah produk

D. Populasi dan Sampel.

1. Populasi

Populasi merupakan suatu daerah yang umum di dalamnya terdapat obyek dan subyek, memiliki kriteria tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan mendapatkan kesimpulan. Sampel adalah anggota populasi yang dipilih menurut beberapa tahapan sehingga bisa menjadi perwakilan populasi.²⁹

²⁹ Aisyah Siti. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta)". *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 2. No 1.2019:102. <http://elibrary.almaata.ac.id/1655/>

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah di Kota Palopo yang berjumlah 2.083 jiwa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari anggota suatu populasi yang diambil berdasarkan jumlah serta karakteristik tertentu dengan prosedur tertentu. Sampel adalah subkelompok dari suatu populasi yang akan diteliti, oleh karena itu suatu Sample harus mewakili dan juga memberikan gambaran yang benar tentang populasi.³⁰

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *Snowball Sampling*. Metode *Snowball Sampling* adalah teknik penentuan sampel di mana sampel memiliki sifat yang jarang ditemukan. Ini adalah teknik pengambilan sampel, di mana subjek yang ada memberikan rujukan untuk merekrut sampel yang diperlukan. Pada teknik ini, peneliti hanya melakukan pengambilan sampel dengan menyebarkan kuisioner pada beberapa konsumen yang mengambil pembiayaan. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E 2 = Error level (tingkat kesalahan)

³⁰ Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017) , 56.

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{896}{1 + 896 \cdot 0.1^2}$$
$$n = 89,95$$

Karena jumlah sampel sebesar 89,95 maka dibulatkan menjadi 90 responden.

E. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara, data primer dihasilkan dari instrumen penelitian, dalam penelitian ini merupakan hasil dari menyebarkan kuesioner kepada nasabah pembiayaan koperasi bakti huriah syariah untuk memperoleh tanggapan dari masyarakat terhadap atribut atau indikator penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder dalam penelitian ini berupa hasil dari kajian pustaka yang mendukung penulisan penelitian ini yang diperoleh dari literatur yang relevan dengan penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner / angket kepada para responden. Angket (kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah di sediakan. Pertanyaan dalam angket tentang pengetahuan investasi disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternatif jawaban berikut :

1. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5 (Rentang nilai 81 - 100)
2. Setuju (S) dengan skor 4 (Rentang nilai 61 - 80)
3. Kurang Setuju (KS) dengan skor 3 (Rentang nilai 41 – 60)
4. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2 (Rentang nilai 21-40)
5. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1 (Rentang nilai 0-20)

G. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.³¹ Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan pada suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini antara lain:

³¹ Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia,2018). 401

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Adapun hasil observasi yang dilakukan peneliti yaitu mengetahui berapa jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan dan jumlah dana yang diambil oleh nasabah pembiayaan serta nama, usia dan pekerjaan nasabah yang ada di Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Palopo .

2. Angket

Angket (Kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³² Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah di sediakan. Pertanyaan dalam angket tentang topik penelitian ini disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternatif jawaban berikut :

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban

No	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3

³² Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Persada Pers,2019),

4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu *significant*, maka dapat dilihat pada tabel nilai *product moment* atau menggunakan SPSS untuk mengujinya. Secara sederhana pengukuran validitas dapat dilakukan dengan empat cara:

- Melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk
- Uji validitas dengan perbandingan t hitung dan t tabel
 - Uji validitas dengan perbandingan r hitung dan r tabel, dan
 - Uji analisis faktor.³³

³³Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.2017,121

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah valid atau tidak suatu angket. Jika angket ini mampu menyampaikan sesuatu yang telah diukur oleh anket tersebut maka datanya dikatakan valid. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dikatakan valid. Apabila alat ukur yang digunakan untuk mengukur data itu sah maka instrumen yang didapatkan juga sah. Standar validitas $> 0,205$ sehingga jika pertanyaan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ bahwa setiap pertanyaan dikatakan sah. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini dengan 90 responden.

Tabel 3.3 Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Product (Produk) (X ₁)	1	0,205	0,878	Valid
	2	0,205	0,884	Valid
	3	0,205	0,626	Valid
	4	0,205	0,733	Valid
	5	0,205	0,769	Valid
	6	0,205	0,558	Valid
	7	0,205	0,613	Valid
	8	0,205	0,719	Valid
	9	0,205	0,847	Valid
	10	0,205	0,884	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Price (Harga) (X ₂)	1	0,205	0,494	Valid
	2	0,205	0,623	Valid
	3	0,205	0,678	Valid
	4	0,205	0,674	Valid
	5	0,205	0,488	Valid
	6	0,205	0,701	Valid
	7	0,205	0,747	Valid
	8	0,205	0,701	Valid
	9	0,205	0,483	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Place (Lokasi) (X ₃)	1	0,205	0,571	Valid
	2	0,205	0,752	Valid
	3	0,205	0,644	Valid
	4	0,205	0,280	Valid
	5	0,205	0,530	Valid
	6	0,205	0,624	Valid
	7	0,205	0,728	Valid
	8	0,205	0,767	Valid
	9	0,205	0,767	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Promotion (Promosi) (X ₄)	1	0,205	0,898	Valid
	2	0,205	0,889	Valid
	3	0,205	0,758	Valid
	4	0,205	0,830	Valid
	5	0,205	0,833	Valid
	6	0,205	0,675	Valid
	7	0,205	0,758	Valid
	8	0,205	0,815	Valid
	9	0,205	0,881	Valid
	10	0,205	0,889	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
People (Orang) (X ₅)	1	0,205	0,693	Valid
	2	0,205	0,699	Valid
	3	0,205	0,508	Valid
	4	0,205	0,520	Valid
	5	0,205	0,596	Valid
	6	0,205	0,708	Valid
	7	0,205	0,681	Valid
	8	0,205	0,679	Valid
	9	0,205	0,750	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Process (Proses) (X ₆)	1	0,205	0,560	Valid
	2	0,205	0,532	Valid
	3	0,205	0,532	Valid
	4	0,205	0,433	Valid
	5	0,205	0,470	Valid
	6	0,205	0,385	Valid
	7	0,205	0,425	Valid
	8	0,205	0,727	Valid
	9	0,205	0,488	Valid
	10	0,205	0,456	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Physical Evidence (Bukti Fisik) (X ₇)	1	0,205	0,565	Valid
	2	0,205	0,615	Valid
	3	0,205	0,685	Valid
	4	0,205	0,326	Valid
	5	0,205	0,684	Valid
	6	0,205	0,371	Valid
	7	0,205	0,519	Valid
	8	0,205	0,571	Valid
	9	0,205	0,456	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Keputusan Menabung (Y)	1	0,205	0,802	Valid
	2	0,205	0,760	Valid
	3	0,205	0,776	Valid
	4	0,205	0,757	Valid
	5	0,205	0,676	Valid
	6	0,205	0,552	Valid
	7	0,205	0,601	Valid
	8	0,205	0,745	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Reputasi (Z)	1	0,205	0,708	Valid
	2	0,205	0,720	Valid
	3	0,205	0,737	Valid
	4	0,205	0,505	Valid
	5	0,205	0,385	Valid
	6	0,205	0,607	Valid
	7	0,205	0,526	Valid
	8	0,205	0,419	Valid
	9	0,205	0,658	Valid
	10	0,205	0,647	Valid
	11	0,205	0,499	Valid
	12	0,205	0,650	Valid

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Realibilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa perhitungan/uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas.³⁴

Uji reliabilitas atau uji konsistensi suatu item pertanyaan dengan membandingkan antara nilai cronbach's alpha dan taraf keyakinan (*coefficients of confidence/CC*). Cronbach's alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $CC < \text{cronbach's alpha}$, item pertanyaan reliabel (konsisten).
- b. Jika $CC > \text{cronbach's alpha}$, item pertanyaan tidak reliabel (tidak konsisten)

Uji reabilitas ialah untuk menilai indikator dari variabel yaitu anket. Sebuah kuesioner dikatakan realible atau dapat diandalkan jika jawaban responden terhadap pertanyaan itu sesuai atau seimbang dari waktu ke waktu SPSS menyediakan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik

³⁴ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2017).120.

Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila diberikan nilai $\alpha > 0,6$.³⁵

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpa	Ket
1	Product (Produk) (X ₁)	0,917	Reliabel
2	Price (Harga) (X ₂)	0,733	Reliabel
3	Place (Lokasi) (X ₃)	0,807	Reliabel
4	Promotion (Promosi) (X ₄)	0,947	Reliabel
5	People (Orang) (X ₅)	0,828	Reliabel
6	Process (Proses) (X ₆)	0,659	Reliabel
7	Physical Evidence (Bukti Fisik) (X ₇)	0,667	Reliabel
8	Keputusan Menabung (Y)	0,855	Reliabel
9	Reputasi (Z)	0,791	Reliabel

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

I. Teknik Analisis Data

Analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier sederhana dengan bantuan *software* SPSS statistes, Metode-metode yang digunakan yaitu uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear sederhana, uji hipotesis dan uji determinan:

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*

1. Uji Asumsi

2. Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada pada penelitian dengan model regresi. Model regresi harus terbebas dari asumsi klasik yang terdiri dari normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokolerasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika distribusi datanya normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal P-P Plot dan Kolmogorov Smirnov. Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan

ke pengamatan lain.³⁶ Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). sehingga persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

$Y = \text{variabel dependent}$

$X_1 = \text{Variabel independent}$

$X_2 = \text{Variabel independent}$

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji t (secara Parsial).

a. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial (individu) terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya konstan. Ketentuan yang digunakan

³⁶J.Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi* Edisi ke-7, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2017).80.

dalam uji statistik t adalah nilai F tabel dapat dilihat pada F statistik pada $df = 1 = n - k - 1$ atau dengan signifikansi 0,05. Atau jika nilai t hitung $> t$ tabel.³⁷

b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Untuk melihat gambaran apakah semua variabel bebas yang ada di dalam model berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka dilakukan Uji F. Serta Uji F dapat dilakukan dengan cara membandingkan tingkat nilai signifikansi dengan nilai $\alpha = 0,05$. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara nilai signifikansi dengan nilai $\alpha = 5\%$ dengan ketentuan sebagai berikut:³⁸

- 1) Jika nilai Sig $> \alpha$ maka H_0 diterima
- 2) Jika nilai Sig $< \alpha$ maka H_a diterima

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Koefisien Determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu berarti variabel independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya kecil atau mendekati nol berarti variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

³⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-7,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 61

³⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-7,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 62

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1) Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo

Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah berdiri sejak tanggal 23 desember 2003 bersumber pada anggaran dasar 14/BH/DH/UKM.20.3/XII/2003 dengan tujuan untuk mendirikan dan mengembangkan kapasitas ekonomi anggota terutama bagi peningkatan sektor usaha kecil yang produktif. Pada tanggal 29 September 2003 diselenggarakan rapat anggota untuk pembentukan koperasi simpan pinjam (KSP) yang dihadiri 22 orang anggota yang merupakan kolaborasi antara pelaksana/praktisi koperasi serta beberapa orang dari golongan pengusaha kecil dan menengah. Pada saat itu koperasi tersebut diberi nama koperasi simpan pinjam (KSP) “Bakti Churia” singkatan dari “*Center for Human Rights in Action*”. Suatu lembaga yang bergerak dalam usaha simpan pinjam yang dikhususkan untuk masyarakat kecil dan menengah dengan tujuan untuk menolong melalui penambahan modal kerja, dan tanggal 30 Juni 2006 hasil RAT, KSP Bakti Churia terganti menjadi KSP Bakti Huria Syariah.

Berdasarkan keadaan rill pelaku usaha mikro di Sulawesi Selatan terdapat 70% di pedesaan dan pesisir. Dengan begitu peran lembaga keuangan mikro perlu digenjut sebagai lembaga yang dekat dengan pelaku UMKM dari pada lembaga keuangan perbankan. Telah menjadi 48

pengetahuan umum bahwa peranan lembaga keuangan mikro sudah menjadi ujung tombak pengentasan kemiskinan baik secara nasional maupun internasional terutama di negara-negara maju. Di Indonesia pelaku UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian tanah air. Para pelaku sanggup bertahan dalam gejolak perekonomian dan menjadi dinamisator pertumbuhan perekonomian pada masa krisis.

KSP Bakti Huria Syariah bergerak tahun 2003 dengan modal awal Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) dengan usaha simpan pinjam. Simpanan produk berupa simpanan anggota dan simpanan calon anggota serta simpanan berjangka, untuk produk pinjaman yaitu pinjaman untuk usaha produktif (modal kerja). Serta pengembaliannya fleksibel terpaut dari kondisi usaha anggota/calon anggota, KSP memberikan pilihan yaitu pinjaman dengan modal angsuran harian, mingguan, bulanan serta insidentil (dui sitta). Motto “Solusi Tepat Usaha Anda” KSP Bakti Huria Syariah memberikan solusi dalam menangani masalah modal kerja, khususnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Lahir dengan melihat keadaan usaha kecil, yang mempunyai potensi besar, tapi selalu terhambat masalah modal kerja yang kadang jumlahnya tidak begitu besar.

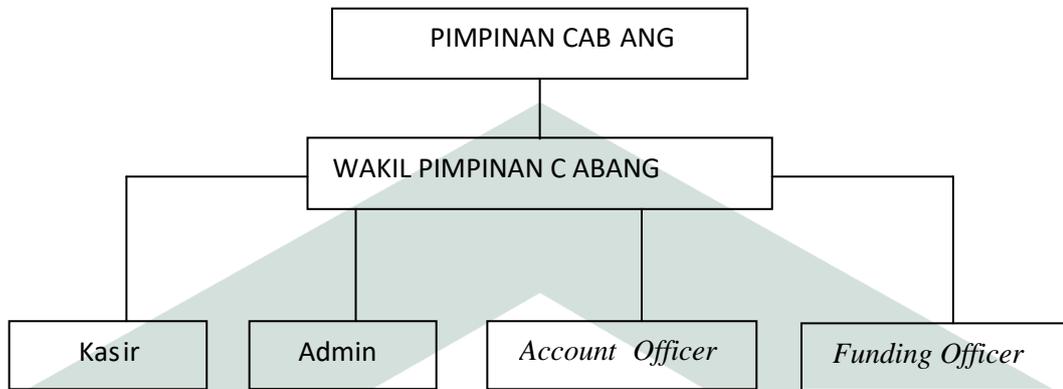
Pengalaman KSP Bakti Huria Syariah selama 11 (sebelas) tahun dalam menyediakan pembiayaan untuk UMKM banyak memberikan pelajaran agar terus fokus dalam menemani sektor ini. Sejak beroperasi, koperasi ini tidak pernah berhenti membuat inovasi dan terus menerus mengembangkan pelayanan dalam bidang simpan pinjam termasuk dengan

mengembangkan cabangnya. Antusias kepercayaan masyarakat juga menggunakan produk-produk koperasi terlihat dari banyaknya permintaan dalam bentuk simpanan/tabungan maupun dalam simpanan berjangka. Termasuk kepercayaan dari lembaga keuangan bank dan non bank serta permintaan terbukti telah memperoleh fasilitas pinjaman modal kerja dari PT PNM (Persero), Bank CIMB Niaga, Bank BNI, Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Induk Koperasi Simpan Pinjam (IKSP) Jakarta, Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB).

Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah sejak tahun 2003 tersebut, dalam pelayanannya mulai mengusung IT dari tahun 2007 silam. Terus-menerus berinovasi, sehingga KSP Bakti Huria Syariah dapat mengimbangi pelayanan perbankan dan pembiayaan modern lainnya. Dengan berjalannya Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah waktu tengah beroperasi migrasi ke syariah, sebagai cara dalam menyesuaikan dengan kebutuhan dan pembiayaan yang ramah terhadap masyarakat. Pada awal tahun 2020 Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria resmi menjadi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSSPS) Bakti Huria Syariah dengan menggunakan system bagi hasil pada produk tabungan/simpanan.³⁹

³⁹ Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah, <https://www.baktihuria.co.id> diakses pada tanggal 22 Desember 2021

b. Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Koperasi Bakti Huria Syariah Kota Palopo

1) Pimpinan Cabang

Mengendalikan seluruh kegiatan koperasi dan memimpin, mengkoordinir serta mengontrol jalannya aktifitas koperasi dan bagian-bagian yang ada di dalamnya.

2) Wakil Pimpinan Cabang

Membantu pimpinan dalam melaksanakan kerja, menyelenggarakan kegiatan surat menyurat, mencatat tentang kemajuan dan kelemahan yang terjadi dan menyampaikan hal-hal yang penting kepada pimpinan

3) Kasir

a) Membuat bukti keluar masuknya uang yang ada di koperasi

b) Bertanggung jawab atas dana kas kecil

c) Bertanggung jawab atas keluar masuknya uang

d) Bertanggung jawab membuat laporan harian

4) Admin

- a) Mengatur surat menyurat yang ada di Koperasi
- b) Mengasirpkan dokumen-dokumen penting koperasi
- c) Memonitor kebutuhan rumah tangga dan ATK Koperasi
- d) Mempersiapkan rapat-rapat di Koperasi
- e) Menjadwalkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Koperasi

5. *Account Officer*

Petugas yang memiliki tanggung jawab menangani berbagai macam kegiatan yang berhubungan dengan nasabah.

6. *Funding Officer*

Bertugas untuk mencari nasabah untuk mempromosikan, memasarkan, memperkenalkan produk dalam koperasi

c. Visi dan Misi

1) Visi

Menjadi koperasi yang paling dibanggakan dan selalu inovatif

2) Misi

- a) Menjalankan prinsip dasar koperasi yang berbasis teknologi terkini
 - b) Meningkatkan loyalitas dan partisipasi anggota untuk kemandirian
 - c) Meningkatkan kualitas SDM dan kesejahteraan bersama
- d. Produk-produk Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Adapun produk-produk koperasi simpan pinjam bakti huria syariah yakni :

- 1) Produk Simpanan Koperasi simpan pinjam bakti huria syariah telah meluncurkan beberapa produk Simpanan antara lain:
 - a) Simpanan Anggota

b) Simpelna (Simpanan Pelajar Terencana)

c) Simpanan Smart Mikro

d) Simpanan Smart Pendidikan

2) Produk Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah telah meluncurkan beberapa produk antara lain:

a) Mikro Pinisi

b) Mikro Prima

c) Mikro Pintas

d) Mudharabah

e) Murabahah

3) Produk Deposito Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah juga meluncurkan beberapa produk deposito yaitu: GIS – Gebyar Investasi Syariah

e. Persyaratan dalam pengambilan pembiayaan modal kerja koperasi simpan pinjam bakti huria syariah⁴⁰:

1) Fotoocopy KTP

2) Fotocopy Kartu keluarga (KK)

3) Rekening listrik

4) Rekening air

5) Rekening gaji

6) Rekening koran 4 bulan terakhir (khusus dalam mikro pinisi)

⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Ilmi selaku *Staff officer*/kasir KSPPS Bakti Huria Kota Palopo, pada tanggal 09 Desember 2021

7) Surat keterangan usaha

8) Jaminan BKPB/sertifikat

f. Prosedur pemberian pembiayaan modal kerja koperasi syariah bakti huria⁴¹:

1) Calon nasabah datang ke koperasi simpan pinjam bakti huria syariah atau bisa menghubungi langsung pihak koperasi untuk mengajukan pembiayaan

2) Menyetor berkas atau persyaratan dalam mengambil pembiayaan

3) Pihak koperasi melakukan survey dengan melakukan analisa pembiayan calon nasabah yang baik.

4) Jika lulus survey, selanjutnya Persetujuan pimpinan, meminta persetujuan pimpinan jika calon nasabah layak untuk diberikan pembiayaan

5) Persetujuan kepada kepala kredit

6) Pembuatan akad pembiayaan

7) Lalu dicairkan.

2. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan dari uji Normalitas ini yaitu menguji tingkat signifikan antar variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen yang menghasilkan distribusi normal ataukah tidak yang terdapat dalam penelitian.

Pada penelitian ini memakai uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dalam hal ini untuk melihat apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak.

⁴¹ Wawancara dengan Ibu Ilmi selaku *Staff officer* KSPPS Bakti Huria Kota Palopo, pada tanggal 09 Desember 2021

Residual berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Adapun hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* Sebagai Berikut.

Tabel 4.1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61768309
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.043
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji normalitas data dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,200. Hasil tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0,05 atau $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa uji normalitas data dari penelitian ini ialah terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas ini yaitu untuk melihat apakah terjadi interterkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antara variabel independen (tidak terjadi gejala multikolinearitas). Pada penelitian

ini untuk melakukan uji multikoloniaritas memakai metode *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipaka dalam melihat adanya multikoloniaritas yaitu nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF 10.

Adapun hasil uji multikoloniaritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2 Uji Multikoloniaritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-21.328	5.370		-3.971	.000		
Product (Produk)	.098	.052	.132	1.904	.060	.921	1.086
Price (Harga)	.309	.089	.339	3.470	.001	.465	2.152
Place (Lokasi)	.142	.076	.144	1.881	.063	.764	1.309
Promotion (Promosi)	.114	.048	.172	2.401	.019	.867	1.154
People (Orang)	.110	.045	.171	2.465	.016	.921	1.085
Process (Proses)	.101	.060	.132	1.690	.095	.733	1.364
Physical Evidence (Bukti Fisik)	.651	.161	.404	4.034	.000	.444	2.253

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

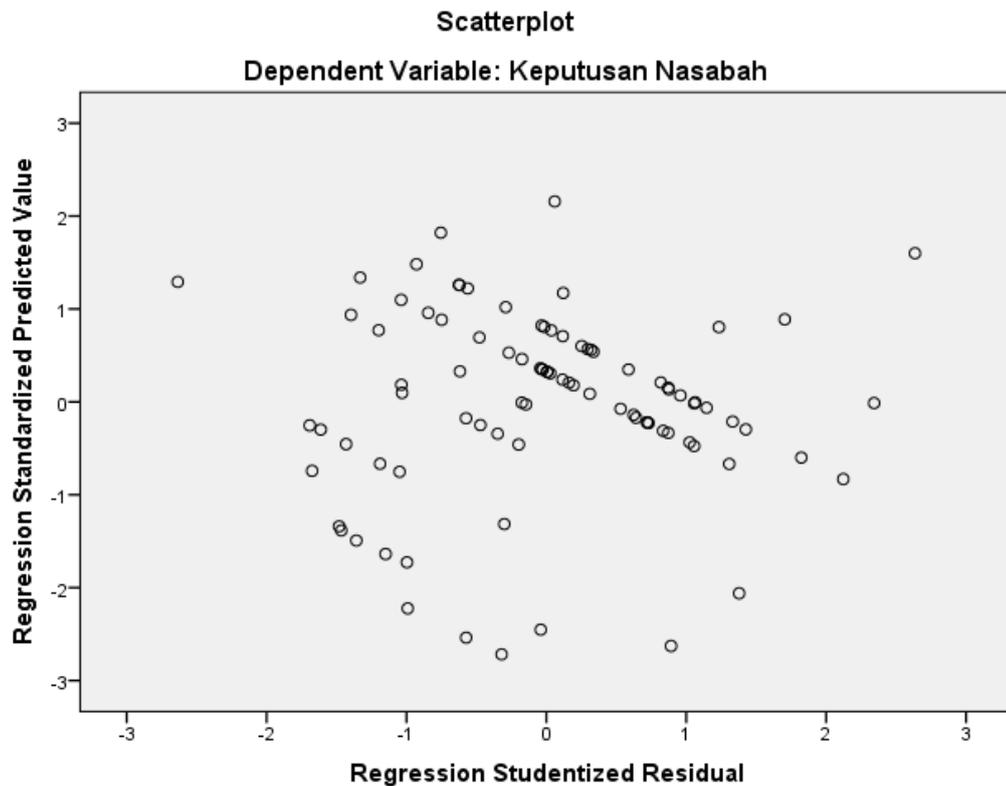
Dari hasil uji multikoloniaritas didapat nilai VIF dan *tolerance* masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- a) Variabel *Product* (Produk) (X_1) sebesar $1,904 < 10$ dan tolerancinya sebesar $0,921 > 0,10$ artinya tidak terjadi multikoloniaritas

- b) Variabel *Price* (Harga) (X_2) sebesar $3,470 < 10$ dan tolerancinya sebesar $0,465 > 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas
- c) Variabel *Place* (Lokasi) (X_3) sebesar $1,881 < 10$ dan tolerancinya sebesar $0,764 > 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas
- d) Variabel *Promotion* (Promosi) (X_4) sebesar $2,401 < 10$ dan tolerancinya sebesar $0,867 > 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas
- e) Variabel *People* (Orang) (X_5) sebesar $2,465 < 10$ dan tolerancinya sebesar $0,921 > 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas
- f) Variabel *Process* (Proses) (X_6) sebesar $1,690 < 10$ dan tolerancinya sebesar $0,733 > 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas
- g) Variabel *Physical Evidence* (Bukti Fisik) (X_7) sebesar $4,034 < 10$ dan tolerancinya sebesar $0,444 > 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas
- 3) Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heterokedastisitas ini yaitu untuk menguji apakah pada model regresi yang terbentuk terjadi ketidaksamaan varian dari residual model regresi. Data yang baik yaitu penelitian data yang tidak terjadi heterokedastisitas atau data yang terjadi homoskedastisitas. Homoskedastisitas terjadi jika varian variabel untuk model regresi mempunyai nilai yang sama atau konstan. Heterokedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi yang baik yaitu tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Untuk uji heterokedastisitas dalam penelitian ini memakai metode *scatterplot* dan *glejser*.

Adapun hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan output scatterplot diatas dapat dilihat bahwa:

- a) Titik-titik data peyebaran di atas dan bawah atau di sekitar angka 0.
- b) Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan memakai metode *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji *Glejser* dilihat dengan cara menghasilkan regresi nilai *absolute* residual (Abs) terhadap variabel independen lainnya. Hasil dari uji *glejser* pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini

Tabel 4.3 Uji Glejser

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.501	3.086		1.458	.149
	Product (Produk)	-.022	.030	-.082	-.753	.453
	Price (Harga)	.013	.051	.038	.249	.804
	Place (Lokasi)	-.054	.043	-.149	-1.244	.217
	Promotion (Promosi)	-.044	.027	-.181	-1.616	.110
	People (Orang)	.007	.026	.030	.272	.787
	Process (Proses)	-.024	.034	-.084	-.688	.494
	Physical Evidence (Bukti Fisik)	.022	.093	.037	.239	.812

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil dari uji *glejser* dapat diartikan bahwa di dalam analisis regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, dikarenakan nilai signifikan (0,05) > nilai sig. masing-masing setiap variabel.

b. Uji Linear Regresi Berganda

Untuk pengujian apakah ada pengaruh tiap-tiap variabel *Product* (*Produk*) (X_1), *Price* (Harga) (X_2), *Place* (Lokasi) (X_3), *Promotion* (Promosi) (X_4), *People* (Orang) (X_5), *Process* (Proses) (X_6) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) (X_7) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Maka dari itu akan dilakukan regresi linear berganda yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uji Linear Regresi Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-21.328	5.370	
Product (Produk)	.098	.052	.132
Price (Harga)	.309	.089	.339
Place (Lokasi)	.142	.076	.144
Promotion (Promosi)	.114	.048	.172
People (Orang)	.110	.045	.171
Process (Proses)	.101	.060	.132
Physical Evidence (Bukti Fisik)	.651	.161	.404

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b (X_1) + b (X_2) + b (X_3) + b (X_4) + b (X_5) + b (X_6) + b (X_7) + e$$

$$Y = -21,328 + 0,098 (X_1) + 0,309 (X_2) + 0,142 (X_3) + -0,114 (X_4) + -0,110 (X_5) + 0,101 (X_6) + 0,651 (X_7) + e$$

Y : Variabel dependen (Keputusan Nasabah)

X_1 : Variabel independen *Product* (Produk)

X_2 : Variabel independen *Price* (Harga)

X_3 : Variabel independen *Place* (Lokasi)

X_4 : Variabel independen *Promotion* (Promosi)

X_5 : Variabel independen *People* (Orang)

X_6 : Variabel independen *Process* (Proses)

X_7 : Variabel independen *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

e : Variabel Residu

- 1) Konstanta sebesar -21,328 artinya jika rata-rata variabel independen (*Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik)), maka rata-rata keputusan nasabah akan mengalami penurunan sebanyak -21,328 satuan.
- 2) *Koefisien regresi Product* (Produk) (X_1) sebesar 0,098 yang berarti bahwa tidak terjadi penambahan nilai *Product* (Produk) karna hasil ini tidak signifikan pada Alpa 5 % dari hasil uji t.
- 3) *Koefisien regresi Price* (Harga) (X_2) sebesar 0,309 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai *Price* (Harga) maka akan menaikkan keputusan menabung sebanyak 0,309 satuan.
- 4) *Koefisien regresi Place* (Lokasi) (X_3) sebesar 0,142 yang berarti bahwa tidak terjadi penambahan nilai *Place* (Lokasi) karna hasil ini tidak signifikan pada Alpa 5 % dari hasil uji t.
- 5) *Koefisien regresi Promotion* (Promosi) (X_4) sebesar 0,114 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai *Promotion* (Promosi) maka akan menaikkan keputusan menabung sebanyak 0,114 satuan.

- 6) *Koefisien regresi People (Orang) (X₅)* sebesar 0,110 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai *People (Orang)* maka akan menaikkan keputusan menabung sebanyak 0,110 satuan.
- 7) *Koefisien regresi Process (Proses) (X₆)* sebesar 0,101 yang berarti bahwa tidak terjadi penambahan nilai *Process (Proses)* karna hasil ini tidak signifikan pada Alpa 5 % dari hasil uji t.
- 8) *Koefisien regresi Physical Evidence (X₇)* sebesar 0,651 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai *Physical Evidence* maka akan menaikkan keputusan menabung sebanyak 0,651 satuan.

c. Uji Hipotesis

1) Uji t

Tabel 4.5 Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-21.328	5.370		-3.971	.000
Product (Produk)	.098	.052	.132	1.904	.060
Price (Harga)	.309	.089	.339	3.470	.001
Place (Lokasi)	.142	.076	.144	1.881	.063
Promotion (Promosi)	.114	.048	.172	2.401	.019
People (Orang)	.110	.045	.171	2.465	.016
Process (Proses)	.101	.060	.132	1.690	.095
Physical Evidence (Bukti Fisik)	.651	.161	.404	4.034	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dasar pengambilan keputusan: a. Jika nilai sig < 0,05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. b. Jika nilai sig > 0,05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Diketahui bahwa t tabel untuk $df = n - k = 90 - 8 = 82$ dengan signifikansi 5% (0,05) adalah $t_{tabel} = 1,664$. Untuk melihat apakah hipotesis yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka harus membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dimana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 dapat diterima, sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak.

- a) Dapat dipahami bahwa hasil dari uji t nilai sig. variabel *Product* (Produk) (X_1) sebesar $0,060 > 0,05$ sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,904 > 1,664$). Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Product* (Produk) tidak berpengaruh positif dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.
- b) Dapat dipahami bahwa hasil dari uji t nilai sig. variabel *Price* (Harga) (X_2) sebesar $0,001 < 0,05$ sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,470 > 1,664$). Ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *price* (harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
- c) Dapat dipahami bahwa hasil dari uji t nilai sig. variabel *Place* (Lokasi) (X_3) sebesar $0,063 > 0,05$ sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,881 > 1,664$). Dari hasil

tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Place* (Lokasi) tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

- d) Dapat dipahami bahwa hasil dari uji t nilai sig. variabel *Promotion* (Promosi) (X_4) sebesar $0,019 < 0,05$ sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,401 > 1,664$). Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Promotion* (Promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
- e) Dapat dipahami bahwa hasil dari uji t nilai sig. variabel *People* (Orang) (X_5) sebesar $0,016 < 0,05$ sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,465 > 1,664$). Ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *People* (Orang) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
- f) Dapat dipahami bahwa hasil dari uji t nilai sig. variabel *Process* (Proses) (X_6) sebesar $0,095 > 0,05$ sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,690 > 1,664$). Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Process* (Proses) tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.
- g) Dapat dipahami bahwa hasil dari uji t nilai sig. variabel *Physical Evidence* (Bukti Fisik) (X_7) sebesar $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,034 > 1,664$). Ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Physical Evidence* (Bukti Fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

2) Uji f

Tabel 4.6 Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	405.996	7	57.999	20.420	.000 ^b
	Residual	232.904	82	2.840		
	Total	638.900	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Physical Evidence (Bukti Fisik), Process (Proses), Product (Produk), People (Orang), Promotion (Promosi), Place (Lokasi), Price (Harga)

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Tujuan dari uji f untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai sig < 0,05, atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig > 0,05, atau $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Diketahui bahwa t tabel untuk uji f dengan rumus $df1 = k - 1 = 8 - 1 = 7$ dan $df2 = n - k = 90 - 8 = 82$ dengan signifikansi 5% (0,05) adalah $f_{tabel} = 2,699$.

Dari hasil tabel ANOVA didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 64,134 serta f_{tabel} sebesar 2,699 sehingga dapat dilihat bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($20,420 > 2,123$), diketahui nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dan hasil menunjukkan H_0 ditolak

serta H_1 diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel *Product* (Produk) (X_1), *Price* (Harga) (X_2), *Place* (Lokasi) (X_3), *Promotion* (Promosi) (X_4), *People* (Orang) (X_5), *Process* (Proses) (X_6) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) (X_7) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.604	1.685

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence (Bukti Fisik), Process (Proses), Product (Produk), People (Orang), Promotion (Promosi), Place (Lokasi), Price (Harga)

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui R Square 0,635 atau 63,5%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 63,5\% = 36,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa keputusan nasabah melakukan pembiayaan di Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Palopo semakin meningkat sebanyak 63,5%.

e. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 4.8 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	83.567	84.159		.993	.324
Product (Produk)	.002	.648	.002	.003	.998
Price (Harga)	.295	1.061	.324	.278	.782
Place (Lokasi)	-2.827	1.587	-2.856	-1.781	.079
Promotion (Promosi)	.756	.946	1.139	.798	.427
People (Orang)	-.613	.825	-.955	-.743	.460
Process (Proses)	-1.399	1.137	-1.815	-1.230	.222
Physical Evidence (Bukti Fisik)	.814	1.891	.505	.431	.668
Reputasi	-2.324	1.861	-2.997	-1.249	.216
Product (Produk)*Reputasi	.002	.014	.181	.166	.869
Price (Harga)*Reputasi	.001	.023	.058	.030	.976
Place (Lokasi)*Reputasi	.063	.034	3.553	1.856	.067
Promotion (Promosi)*Reputasi	-.014	.020	-1.302	-.701	.486
People (Orang)*Reputasi	.016	.018	1.288	.863	.391
Process (Proses)*Reputasi	.033	.025	2.203	1.339	.185
Physical Evidence (Bukti Fisik)*Reputasi	-.002	.040	-.145	-.053	.958

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.8 di atas uji regresi variabel moderating didapatkan koefisien regresi pada variabel Interaksi :

- 1) (*Product* (Produk) x Reputasi) Koefisien B sebesar 0,002 dimana nilai t_{hitung} $0,166 < t_{tabel} 2,123$ dan nilai sig $0,869 > \alpha 0,05$ dimana variabel *Product* (Produk) tidak berpengaruh terhadap reputasi sehingga dapat dikatakan

bahwa reputasi tidak memoderasi pengaruh antara *Product* (Produk) pada keputusan nasabah.

- 2) (*Price* (Harga) x Reputasi) Koefisien B sebesar 0,001 dimana nilai t_{hitung} 0,030 < t_{tabel} 2,123 dan nilai sig 0,976 > alpha 0,05 dimana variabel *Price* (Harga) tidak berpengaruh terhadap reputasi sehingga dapat dikatakan bahwa reputasi tidak memoderasi pengaruh antara *Price* (Harga) pada keputusan nasabah.
- 3) (*Place* (Lokasi) x Reputasi) Koefisien B sebesar 0,063 dimana nilai t_{hitung} 0,856 < t_{tabel} 2,123 dan nilai sig 0,067 > alpha 0,05 dimana variabel *Place* (Lokasi) tidak berpengaruh terhadap reputasi sehingga dapat dikatakan bahwa reputasi tidak memoderasi pengaruh antara *Place* (Lokasi) pada keputusan nasabah.
- 4) (*Promotion* (Promosi) x Reputasi) Koefisien B sebesar 0,014 dimana nilai t_{hitung} -0,701 < t_{tabel} 2,123 dan nilai sig 0,486 > alpha 0,05 dimana variabel *Promotion* (Promosi) tidak berpengaruh terhadap reputasi sehingga dapat dikatakan bahwa reputasi tidak memoderasi pengaruh antara *Promotion* (Promosi) pada keputusan nasabah.
- 5) (*People* (Orang) x Reputasi) Koefisien B sebesar 0,016 dimana nilai t_{hitung} 0,863 < t_{tabel} 2,123 dan nilai sig 0,391 > alpha 0,05 dimana variabel *People* (Orang) tidak berpengaruh terhadap reputasi sehingga dapat dikatakan bahwa reputasi tidak memoderasi pengaruh antara *People* (Orang) pada keputusan nasabah.
- 6) (*Process* (Proses) x Reputasi) Koefisien B sebesar 0,033 dimana nilai t_{hitung} 1,339 < t_{tabel} 2,123 dan nilai sig 0,185 > alpha 0,05 dimana variabel *Process* (Proses) tidak berpengaruh terhadap reputasi sehingga dapat dikatakan bahwa reputasi tidak memoderasi pengaruh antara *Process* (Proses) pada keputusan nasabah.
- 7) (*Physical Evidence* (Bukti Fisik) x Reputasi) Koefisien B sebesar -0,002 dimana nilai t_{hitung} -0,053 < t_{tabel} 2,123 dan nilai sig 0,958 > alpha 0,05 dimana variabel *Physical Evidence* (Bukti Fisik) tidak berpengaruh terhadap reputasi

sehingga dapat dikatakan bahwa reputasi tidak memoderasi pengaruh antara *Physical Evidence* (Bukti Fisik) pada keputusan nasabah.

B. Pembahasan

Pada bagian ini membahas tentang hasil penelitian yang sudah dilakukan. Penelitian memakai data primer dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran angket atau kuesioner kepada responden dengan sampel yang sudah ditentukan sebanyak 90 sampel. Selanjutnya data yang sudah diperoleh di analisis dengan memakai bantuan SPSS 22 dalam memudahkan peneliti untuk mengelola data penelitian tersebut. Analisis data yang dipakai pada penelitian ini menggunakan beberapa tahap pengujian yaitu diantaranya adalah Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas serta Uji Heterokedastisitas. Selanjutnya memakai analisis Regresi Linear Berganda serta kemudian menggunakan Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (Uji t), uji simultan (uji F), dan Uji Koefisien Determinasi.

1. Pengaruh *product* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo

Berdasarkan hasil dari uji t nilai sig. Variabel *Product* (Produk) (X_1) sebesar $0,060 > 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 1,904 > 1,664$. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Product* (Produk) tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindyo yang menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah

menabung pada Bank Jateng Cabang Unggaran. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Desrinda Dwi Nurhati yang menyatakan bahwa *product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan pada BPRS Puduarta Insani Tembung dengan nilai t hitung sebesar 3,480 dan nilai t tabel sebesar 1,99 dan nilai signifikansinya yaitu $0,001 > 0,05$. Adapun dalam penelitian Alfiah Qorizah dan Prayudi Setiawan Prabowo menunjukkan bahwa *product* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Nilai t hitung sebesar $-0,177$ dan t tabel sebesar 1,683 dengan nilai signifikansinya yaitu $0,860 > 0,1$. Dan penelitian yang dilakukan oleh Rusny Istiqomah Sujono yang menyatakan bahwa *product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Aan Khoiriyah yang menyatakan bahwa *product* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung sebesar -2599 , t tabel sebesar 1,668 dan nilai signifikansinya yaitu $0,054 > 0,05$.

2. Pengaruh *price* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo

Berdasarkan hasil dari uji t nilai sig. Variabel *price* (Harga) (X_2) sebesar $0,001 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 3,470 > 1,664$. Ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Price* (harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Aan Khoiriyah yang menyatakan bahwa *price* berpengaruh secara signifikan

terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung sebesar 5,219, t tabel sebesar 1,668 dan nilai signifikansinya yaitu $0,000 > 0,05$. Dan Rusny Istiqomah Sujono yang menyatakan bahwa *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindyo (2020) yang menyatakan bahwa *price* berpengaruh tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Jateng Cabang Ungaran. Adapun penelitian menurut Desrinda Dwi Nurhati (2020) yang menyatakan bahwa *price* tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di BPRS Puduarta Insani Tembung dengan nilai t hitung sebesar 0,645 dan nilai t tabel sebesar 1,99 dan nilai signifikansi pada variabel *price* yaitu $0,521 < 0,05$ dalam hal ini t hitung lebih kecil dari t tabel. Serta dalam penelitian Alfiah Qorizah dan Prayudi Setiawan Prabowo menunjukkan bahwa *price* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Nilai t hitung sebesar $-0,312$ dan t tabel sebesar 1,683 dengan nilai signifikansinya yaitu $0,757 > 0,1$

3. Pengaruh *place* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo

Berdasarkan hasil dari uji t nilai sig. variabel Place (Lokasi) (X_3) sebesar $0,063 > 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 1,881 > 1,664$. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel Place (Lokasi) tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindyo yang menyatakan bahwa *place* tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jateng Cabang Unggaran. Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Rusny Istiqomah Sujono yang menyatakan bahwa *place* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan.

Namun adapun penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Desrinda Dwi Nurhati yang menyatakan bahwa *place* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung sebesar -1,675 dan nilai t tabel sebesar 1,99 dan nilai signifikansinya yaitu $0,098 > 0,05$. Serta penelitian yang dilakukan oleh Alfiah Qorizah dan Prayudi Setiawan Prabowo menunjukkan bahwa *place* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Nilai t hitung sebesar -2,350 dan t tabel sebesar 1,683 dengan nilai signifikansinya yaitu $0,024 > 0,1$

4. Pengaruh *promotion* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syaria Kota Palopo

Berdasarkan hasil dari uji t nilai sig. variabel *Promotion* (Promosi) (X_4) sebesar $0,019 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 2,401 > 1,664$. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Promotion* (Promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindyo yang menyatakan bahwa *promotion*

berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Jateng Cabang Ungaran. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Desrinda Dwi Nurhati menyatakan bahwa *promotion* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung sebesar 1,105 dan nilai t tabel sebesar 1,99 dan nilai signifikansinya yaitu $0,273 > 0$. Serta penelitian yang dilakukan oleh Alfiah Qorizah dan Prayudi Setiawan Prabowo menunjukkan bahwa *promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Nilai t hitung sebesar 1,693 dan t tabel sebesar 1,683 dengan nilai signifikansinya yaitu $0,098 > 0,1$. Serta penelitian yang dilakukan oleh Rusny Istiqomah Sujono yang menyatakan bahwa *promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan.

5. Pengaruh *people* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo

Berdasarkan hasil dari uji t nilai sig. variabel *People* (Orang) (X_5) sebesar $0,016 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 2,465 > 1,664$. Ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *People* (Orang) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Desrinda Dwi Nurhati (2020) yang menyatakan bahwa *people* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung sebesar $-1,066$ dan nilai t tabel sebesar 1,99 dan nilai signifikansinya yaitu $0,290 > 0,05$. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Alfiah Qorizah dan Prayudi Setiawan Prabowo menunjukkan bahwa *people* tidak berpengaruh

signifikan terhadap keputusan nasabah. Nilai t hitung sebesar 1,693 dan t tabel sebesar 1,683 dengan nilai signifikansinya yaitu $0,096 > 0,1$.

6. Pengaruh *process* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo

Berdasarkan hasil dari uji t nilai sig. variabel *Process* (Proses) (X_6) sebesar $0,095 > 0,05$ sedangkan t_{hitung} $1,690 > 1,664$. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Process* (Proses) tidak berpengaruh dikarenakan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Alfiah Qorizah dan Prayudi Setiawan Prabowo menunjukkan bahwa *process* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah tetapi memiliki arah yang positif. Nilai t hitung sebesar 0,783 dan t tabel sebesar 1,683 dengan nilai signifikansinya yaitu $0,439 > 0,1$. Adapun penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Desrinda Dwi Nurhati yang menyatakan bahwa *process* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung sebesar 2,349 dan nilai t tabel sebesar 1,99 dan nilai signifikansinya yaitu $0,021 > 0,05$

7. Pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo

berdasarkan hasil dari uji t nilai sig. variabel *Physical Evidence* (Bukti Fisik) (X_7) sebesar $0,000 < 0,05$ sedangkan t_{hitung} $4,034 > 1,664$. Ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tabel mendapat kesimpulan

bahwa variabel *Physical Evidence* (Bukti Fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Desrinda Dwi Nurhati (2020) yang menyatakan bahwa *Physical Evidence* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung sebesar 2,413 dan nilai t tabel sebesar 1,99 dan nilai signifikansinya yaitu $0,018 > 0,05$. Adapun penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Alfiah Qorizah dan Prayudi Setiawan Prabowo menunjukkan bahwa *Physical Evidence* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah tetapi memiliki arah yang positif. Nilai t hitung sebesar 1,115 dan t tabel sebesar 1,683 dengan nilai signifikansinya yaitu $0,271 > 0,1$.

8. Pengaruh *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.

Berdasarkan dari hasil tabel ANOVA didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 64,134 serta f_{tabel} sebesar 2,699 sehingga dapat dilihat bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($20,420 > 2,123$), diketahui nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dan hasil menunjukkan H_0 ditolak serta H_1 diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel *Product* (Produk) (X_1), *Price* (Harga) (X_2), *Place* (Lokasi) (X_3), *Promotion* (Promosi) (X_4), *People* (Orang) (X_5), *Process* (Proses) (X_6) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) (X_7) secara bersama-sama berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.

9. Pengaruh *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo dengan reputasi sebagai variabel moderasi

Dapat disimpulkan bahwa variabel *Product, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence* tidak berpengaruh terhadap reputasi sehingga dapat dikatakan bahwa reputasi tidak memoderasi pengaruh antara *Product, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence* pada keputusan nasabah.



BAB V

PENUTUP

A. kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan mengenai pengaruh *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo dengan reputasi sebagai variabel moderasi, maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *product* (Produk) (X1) tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *price* (harga) (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasa, dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Place* (Lokasi) (X3) tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Promotion* (Promosi) (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *People* (Orang) (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Process* (Proses) (X6) tidak berpengaruh dikarenakan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, dari hasil tabel mendapat kesimpulan bahwa variabel *Physical Evidence* (Bukti Fisik) (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Dari hasil uji f dapat disimpulkan bahwa variabel *Product* (Produk) (X₁), *Price* (Harga) (X₂), *Place* (Lokasi) (X₃), *Promotion* (Promosi) (X₄), *People*

(Orang) (X_5), *Process* (Proses) (X_6) dan *Physical evidence* (Bukti Fisik) (X_7) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo, dan dari uji *moderasi regression analysis* (MRA) jika variabel X, telah dimoderasi dengan reputasi (Z), maka variabel (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) tidak memiliki pengaruh serta signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.

B. Saran

Bagi Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo hendaknya lebih banyak melakukan kegiatan sosialisasi mengenai produk pembiayaan kepada masyarakat. Hal ini akan membantu meningkatkan keputusan masyarakat dalam mengajukan pembiayaan pada Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.

Bagi masyarakat khususnya masyarakat yang ada di Palopo diharapkan agar menggunakan produk pembiayaan usaha di Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo agar dapat mengurangi transaksi riba.

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk pelaksanaan penelitian yang akan datang. Serta dapat menambahkan variabel selain yang dibahas pada penelitian ini, karna masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan di Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah Kota Palopo.

DAFTAR PUSTAKA

- Abajatim.” Koperasi Syariah: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Prinsip, dan Landasannya,” February 1, 2019. <https://www.abajatim.com>.
- Aisyah Siti. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta)”. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 2. No 1.2019:102. <http://elibrary.almaata.ac.id/1655/>
- Amma.id “ Prinsip Mudharabah dan Musyarakah”. February 6, 2021, <https://amma.id>.
- Annisa Ristu Rahmawati, Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Nurul Izza Di Yogyakarta, Skripsi (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019), Hlm. 18
- Anggaeri Dewi, “*Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Pengajuan dan Piutang Dagang pada Cv Panen Raya Persada Pantiale*,” 2017
- Basu Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2018), hal. 241
- Daryanto, Manajemen Pemasaran, (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2019), 94
- Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2020).120.
- E. Suswardji, “Pengaruh Label Halal terhadap Produk mie instan”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 10, NO.1, 2019 26
- Faizah, Pengaruh strategi marketing mix terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan bank 9 jambi syariah), Skripsi, hlm.38
- Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia,2018) , 56.
- Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia,2018). 401
- Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017) , 56.

- Idamat.com, *Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Cabang Palopo* – Idamat.com, 2022, <https://idamat.com/alamat/311832/koperasi-simpan-pinjam-bakti-huria-cabang-palopo-palopo-sulawesi-selatan>.
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Cetakan Ke-7*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 61
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Persada Pers, 2017), 77
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Pers Pers, 2019), 77
- Jago Akuntansi “ Kafalah 1 Jago Akuntansi”, oktober 31, 2018, <https://jagoakuntansi.com>.
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang : Walisongo Press, 2019, cet 1, hlm.106
- J.Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi ke-7*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2017).80.
- Kooperatif “ Koperasi Simpan Pinjam-Syarat & Ketentuan Anggota,” juli 6, 2019, <https://kooperatif.co.id>
- Kopkar Ubaya “ Cari Tahu Bedanya Simpanan Pokok, Wajib, dan Suka Rela,” juli 5, 2019, <https://www.kopkarubaya.com>.
- Kopma FBE “ ada apa aja sih Simpanan dalam Koperasi,” Maret 8, 2021, <https://kopmafeuii.com>.
- Lupiyoadi, Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa :Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, (Jakarta: salemba Empat, 2018), 121
- Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hal. 138
- Mustafa Edwin Nasution, Budi Seryato, Nurul Huda, Muhammad Arief Mufraeni, Bey Sapta Utama, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Depok :Kencana, 2017), 160
- Nur’aini “Analisis Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli Murabahah dan Perlakuan Akuntansinya pada PT.Bank Riau Syariah Peka baru”, Iskripsi (2018) : <http://repository.uin-suska.ac.id>.
- OCBC NISP “ Hiwalah: Pengertian, Skema, Dasar, Hukum, Jenis, & Contohnya”, juli 15, 2021, <https://www.ocbcnisp.com>.

Persepsi Dan Prilaku Pedagang Etnik Tionghoa Terhadap Bank Syariah Di Kota Jambi | Syariah,”

Philip Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT. Indeks, 2017). 24

Rangkul Teman ” Sekilas Mengenai Koperasi Simpan Pinjam Syariah,” April 3, 2019, <https://rangkulteman.id>.

Reni Gusnawati, Hayu molida Utami, Mereta Kemala Sari “pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Simpedesa di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Batang Kapas Cabang Painan” Jurnal STIKP Sumatra, tahun 2018, 4.

Republik Indonesia. 1992. Undang-Undang No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian

Siti Mahmudah “ Implementasi Dana Mudharabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Surabaya)” *skripsi* (2019): <https://core.ac.uk>.

Undang-undang No.12 Tahun 1967 Tentang Pokok-pokok Koperasi.

Undang-undang No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.

Uswatun Hasanah, “Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pengajuan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja,” 2020

Yulianto “Qordhul Hasan: Upaya Menumbuhkan Jiwa Wirausaha dalam Rangka Peningkatan nasabah Baitul Maal Wa Tamwil”, Akuntansi dan Perbankan Syariah 01, no.01 (juni 1, 2018): <https://e-jurnal.metrouniv.ac.id>.

J.Supranto,*Statistik Teori dan Aplikasi* Edisi ke-7, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2019).80.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah, <https://www.baktihuria.co.id> diakses pada tanggal 23 Desember 2022

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.2017,121.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 139

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 309

Wawancara dengan Ibu Ilmi selaku *Staff officer*/kasir KSPPS Bakti Huria Kota
Palopo, pada tanggal 09 Desember 2022





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.....

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Nama : Nurhayati
NIM : 17 0402 0189
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Istitut Agama Islam Negeri Palopo

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang Dimoderasi Reputasi” Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/Ibu/Saudara/i karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Penulis

Nurhayati

17 0402 0189

PROFIL RESPONDEN

Isi dan berikan tanda silang (X) pada kotak yang tersedia dibawah ini.

1. Nama :
2. Pekerjaan :
3. Umur :

A. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Silahkan beri tanda check list (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternative jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternative jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda check list (√) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang lewat.

B. Keterangan Jawaban

Skala penilaian adalah senagai berikut:

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

PRODUCT (PRODUK) X1

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Bentuk produk						
1.	Adanya produk-produk yang membuat saya tertarik untuk menjadi nasabah di KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
2.	Produk-produk yang dimiliki KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki standar mutu/kualitas yang baik					
3.	Produk yang ditawarkan KSPPS Bakti Huria Kota Palopo sangat bermanfaat bagi nasabah					
B. Ciri-ciri produk						
4.	Saya memilih produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena Kualitas yang sesuai dengan prinsip syariah					
5.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki ciri khas yang sangat menarik					
6.	Saya memilih produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena produk tersebut tidak saya temukan di lembaga lain					
C. Kinerja produk						
7.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memberikan kemudahan dalam proses awal pendaftaran					
8.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki setoran awal yang ringan					

9.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki keuntungan bagi hasil yang kompetitif					
D. Ketepatan/kesesuaian produk						
10.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo sangat sesuai yang diharapkan					
11.	Keamanan produk terjamin karena KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mampu memberikan pilihan produk yang tepat untuk nasabah					
E. Ketahanan						
12.	Saya meyakini bahwa produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo selalu dipantau oleh dewan pengawas syariah sehingga produknya dapat terjamin nilai syariahnya					
13.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki jangka waktu yang fleksibel					
F. Kehandalan						
14.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo berdampak baik bagi nasabah					
15.	Produk yang ditawarkan KSPPS Bakti Huria Kota Palopo sangat memuaskan bagi nasabah					
H. Kemudahan Perbaikan						
16.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mudah dan cepat tanggap dalam hal pengurusan keluhan nasabah					
17.	Kepekaan staf KSPPS Bakti Huria Kota Palopo kurang dalam menanggapi keluhan nasabah					

I. Desain					
18.	Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki desain yang memudahkan saya dalam melakukan berbagai macam transaksi				
19.	Jenis Produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki banyak pilihan yang menarik				

PRICE (HARGA) X2

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Lebih murah dari pesaing						
1.	Harga produk yang ditawarkan di KSPPS Bakti Huria Kota Palopo lebih rendah dari harga pasar					
2.	Harga produk yang ditawarkan di KSPPS Bakti Huria Kota Palopo lebih murah dari lembaga keuangan lainnya					
3.	Biaya administrasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo lebih murah dari lembaga keuangan lainnya					
B. Sesuai dengan kualitas						
4.	Produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo harganya sesuai dengan kualitas produk					
5.	Harga yang ditawarkan KSPPS Bakti Huria Kota Palopo layak dibandingkan dengan kualitas					
6.	Harga bervariasi sesuai dengan kualitas					
C. Terjangkau untuk semua masyarakat						
7.	Harga produk yang ditawarkan di KSPPS Bakti Huria Kota Palopo dapat dijangkau oleh masyarakat					

8.	Harga produk yang ditawarkan KSPPS Bakti Huria Kota Palopo sesuai dengan kemampuan masyarakat					
9.	Biaya administrasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo terjangkau bagi semua kalangan					

PLACE (LOKASI) X3

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Mudah dijangkau						
1.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki lokasi yang strategis					
2.	Lokasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo dapat dilihat dari tepi jalan					
3.	Arus lalu lintas menuju lokasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo lancar					
B. Pusat keramaian						
4.	Lokasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo berada di tempat keramaian seperti pasar					
5.	Lokasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo berada di lingkungan yang nyaman					
6.	Lalu lintas yang berada di depan lokasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo sangat padat					
C. Dekat dengan transportasi umum						
7.	Lokasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki prasarana transportasi yang lancar					

8.	Tersedianya transportasi umum untuk menuju ke lokasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
9.	Lokasi KSPPS Bakti Huria Kota Palopo dekat dengan pangkalan transportasi umum					

PROMOTION (PROMOSI) X4

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Iklan						
1.	Saya mengetahui produk pembiayaan dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo yang diiklankan melalui spanduk					
2.	Saya mengetahui produk pembiayaan dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo yang diiklankan melalui sosial media					
3.	Saya memilih produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena adanya iklan yang menarik dari KSPPS Bakti Huria					
B. Personal Selling						
4.	Saya tertarik menggunakan produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena staffnya menjelaskan produk pembiayaan dengan ramah dan sopan					
5.	Saya tertarik menggunakan produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena staffnya memberi dorongan kepada nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan					
6.	Saya tertarik menggunakan produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena ajakan dari keluarga/teman					
C. Hubungan masyarakat						
7.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo melakukan promosi baik tabungan atau pembiayaan sudah menjangkau sebagian besar lapisan masyarakat					

8.	Marketing melakukan penyebaran brosur dengan cara door to door (rumah ke rumah) agar masyarakat lebih mengetahui tentang KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
9.	Marketing melakukan penjualan secara personal yang dapat menimbulkan komunikasi imbal balik antara seseorang dan pihak dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
D. Promosi penjualan						
10.	Saya tertarik dengan kelebihan yang dimiliki produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo melalui event promosi produk					
11.	Saya tertarik dengan produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena keterbukaan dalam memberikan informasi kepada konsumen					
12.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memberikan hadiah atau cinderamata					
E. Publikasi						
13.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mengikuti kegiatan-kegiatan amal di lingkungan sekitar					
14.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mengikuti pameran di pusat perbelanjaan					
15.	Pemasaran melalui kegiatan seminar kepada masyarakat mampu menarik perhatian untuk menggunakan produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					

PEOPLE (ORANG) X5

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Kompetensi						
1.	Staff dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki kemampuan yang baik dalam melaksanakan pekerjaannya dengan teliti, jujur dan tepat waktu					

2.	Staff dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mampu melayani nasabah dengan baik					
3.	Staff dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo melaksanakan pekerjaannya dengan penuh tanggung jawab, senang hati dan inisiatif					
B. Selektif						
4.	Staff memiliki pengetahuan yang luas tentang produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
5.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki kinerja yang baik, tertib dan teratur dalam melayani nasabah					
6.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo selalu sabar dan santun dalam menyampaikan pelayanan nasabah					
C. Komunikatif						
7.	Staff dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo ramah dan penuh senyum dalam melayani nasabah					
8.	Staff dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mampu menjelaskan produk dengan jelas					
9.	Hubungan antara Kepala, Staff marketing, Staff pembiayaan dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo terikat baik termasuk dalam memberikan ide, saran dan kritik					

PROCESS (PROSES) X5

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Reliability						
1.	Kemampuan pelayanan staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo dapat dipercaya dalam memberikan informasi mengenai produk					

2.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mampu melakukan pelayanan sesuai dengan perjanjian dan ketepatan bertransaksi					
3.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo dapat membantu dalam menyelesaikan transaksi nasabah dengan cepat dan tepat					
B. Tangibles						
4.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memberikan kemudahan akses kepada nasabah dalam permohonan pelayanan yang baik					
5.	Kedisiplinan Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo dalam melakukan pelayanan sudah baik					
6.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo dapat diandalkan karena sangat profesional dalam bekerja					
C. Responsiveness						
7.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mampu memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah nasabah					
8.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo selalu konsisten dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada nasabah					
9.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memberikan penyampaian informasi yang tepat dan dapat dipercaya					
D. Assurance						
10.	Dalam KSPPS Bakti Huria Kota Palopo tingkat rasa aman saat bertransaksi dapat dipercaya					
11.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan					
12.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan					
E. Empati						

13.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo selalu menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan nasabah					
14.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memberikan perhatian secara personal kepada nasabah					
15.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo sangat mengutamakan kepentingan nasabah					

PHYSICAL EVIDENCE (BUKTI FISIK) X6

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Fasilitas Fisik						
1.	Fasilitas dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo yang digunakan sudah sangat lengkap					
2.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki ruang pelayanan dan ruang tunggu yang sangat nyaman dan bersih dilengkapi dengan ac					
3.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki tempat parkir yang aman dan luas					
B. Pegawai						
4.	Staff dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo berpenampilan yang sangat rapi					
5.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo bersikap ramah, dalam melayani nasabah					
6.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo dalam memberikan informasi mudah dipahami					
C. Sarana Komunikasi						

7.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo menggunakan aplikasi WhatsApp dalam memberikan informasi pembayaran					
8.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo menggunakan sistem aplikasi informasi untuk mengetahui nasabah yang bermasalah					
9.	Staff KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki koneksi jaringan internet yang lancar					

REPUTASI Z

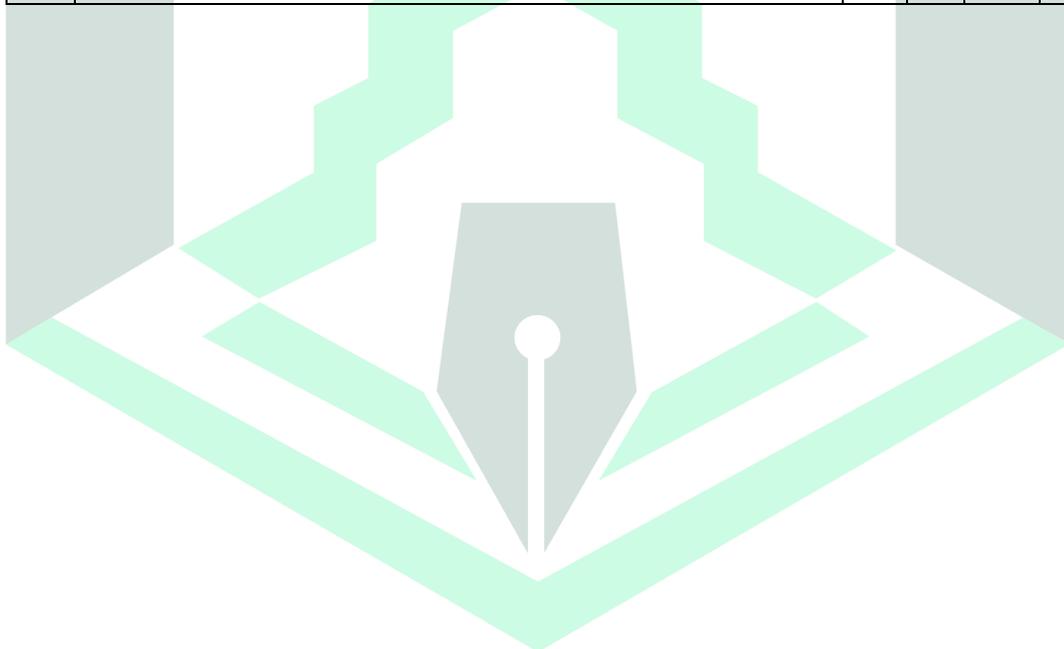
No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Nama baik						
1.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki citra yang positif					
2.	Saya merasa KSPPS Bakti Huria Kota Palopo adalah koperasi pembiayaan syariah yang terpercaya					
3.	Saya tidak pernah mendapat informasi yang buruk tentang KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
B. Reputasi pesaing						
4.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki keunggulan produk yang tidak dimiliki dari lembaga keuangan lainnya					
5.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo memiliki ciri khas dibanding lembaga keuangan lainnya					
6.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo merupakan jenis lembaga keuangan yang memiliki kemampuan bersaing dengan para pesaingnya					
C. Dikenal luas						

7.	Saya sudah lama mengetahui KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
8.	Para kerabat saya mengetahui KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
9.	KSPPS Bakti Huria Kota Palopo cukup dikenal luas dikalangan masyarakat					
D. Kemudahan diingat						
10.	Produk yang dimiliki KSPPS Bakti Huria Kota Palopo mudah diingat oleh konsumen					
11.	Jenis nama yang dimiliki mempermudah nasabah dalam mengingat KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
12.	Menurut saya, KSPPS Bakti Huria Kota Palopo lebih mudah diingat dengan sebutan BHS					

KEPUTUSAN NASABAH Y

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
A. Kemantapan pada sebuah produk						
1.	Saya memutuskan untuk menggunakan produk pembiayaan dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena kualitasnya yang sangat baik					
2.	Saya memutuskan untuk menggunakan produk pembiayaan dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena kualitasnya yang sangat baik					
3.	Saya memutuskan untuk menggunakan produk pembiayaan dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena sesuai dengan harga yang diinginkan					
B. Kebiasaan dalam membeli produk						

4.	Saya mencari informasi tentang KSPPS Bakti Huria Kota Palopo diberbagai media					
5.	Saya menggunakan produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo atas rekomendasi dari teman dan keluarga					
6.	Saya yakin dan memilih produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo setelah membaca review dari media					
C. Kecepatan dalam membeli sebuah produk						
7.	Saya langsung yakin menggunakan produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo karena produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan saya					
8.	Promosi yang dilakukan sangat baik dan tanpa berfikir panjang saya tertarik menggunakan produk KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					
9.	Harga produk yang murah sehingga saya cepat dalam memilih produk dari KSPPS Bakti Huria Kota Palopo					



Lampiran 2 : Hasil Koesioner Penelitian

1. Jawaban Responden mengenai *Product* (Produk)

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X1
1	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	33
2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	37
6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	33
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	36
11	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
12	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
13	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
16	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
17	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
18	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	33
19	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	37
20	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34
21	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
22	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
23	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	33
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	35
27	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
28	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
29	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
30	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
31	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	33
32	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34
33	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34

34	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
39	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
40	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	35
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
43	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
44	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
45	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
46	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
52	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
53	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
56	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	35
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
59	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
65	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37
66	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37

3. Jawaban Responden mengenai *Place* (Lokasi)

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	X3
1	2	1	2	2	3	2	2	2	2	18
2	3	2	2	2	2	1	2	1	3	18
3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	18
4	3	3	1	2	2	1	3	2	1	18
5	2	3	3	3	2	2	1	1	1	18
6	3	2	3	1	3	1	2	2	2	19
7	2	2	2	3	2	2	2	2	2	19
8	2	3	2	3	1	2	1	2	3	19
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
11	2	2	2	3	2	2	2	2	2	19
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
13	3	2	2	1	2	3	2	2	2	19
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
18	2	3	2	2	2	2	3	2	3	21
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
20	2	2	3	3	3	2	2	2	2	21
21	2	3	3	3	2	2	2	2	2	21
22	2	3	3	2	2	2	3	3	3	23
23	3	3	3	2	2	3	3	3	3	25
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
25	2	3	2	2	2	2	3	2	3	21
26	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
27	2	2	2	3	2	2	2	2	2	19
28	2	3	2	3	3	2	3	2	3	23
29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
31	2	2	2	3	2	2	2	2	2	19
32	2	2	3	2	2	2	2	2	2	19
33	3	2	2	2	2	3	2	2	2	20
34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
35	3	3	2	2	2	3	3	2	3	23

57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
59	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	47
63	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
69	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
70	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
73	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
74	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
75	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
76	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
77	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
78	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
79	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
80	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
83	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45
84	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
85	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
86	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
87	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47

5. Jawaban Responden mengenai *People* (Orang)

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	X5
1	4	4	4	5	4	5	4	4	5	39
2	5	3	4	4	5	5	3	5	3	37
3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	39
4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	37
5	4	2	2	2	5	4	5	5	5	34
6	4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
7	3	3	3	4	4	3	3	2	3	28
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
9	5	3	4	4	5	5	3	4	3	36
10	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
11	4	4	4	3	5	4	4	4	4	36
12	4	3	5	3	3	4	3	4	3	32
13	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39
14	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
15	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
16	4	4	3	4	4	4	5	4	4	36
17	3	5	4	4	4	3	4	4	4	35
18	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
19	3	3	4	4	4	3	3	4	3	31
20	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30
21	3	4	3	3	3	3	4	4	4	31
22	4	4	4	3	5	4	4	4	4	36
23	4	3	4	3	3	4	3	4	3	31
24	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
27	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
28	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
29	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
30	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40
31	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
32	4	4	4	5	5	5	4	5	5	41
33	5	3	4	4	5	5	3	5	3	37
34	4	5	4	4	4	4	5	4	5	39
35	4	5	3	3	3	4	5	5	5	37

36	4	2	2	2	5	4	5	5	5	34
37	4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
38	3	3	3	4	4	3	3	2	3	28
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
40	5	3	4	4	5	5	3	4	3	36
41	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
42	4	4	4	3	5	4	4	4	4	36
43	4	3	5	3	3	4	3	4	3	32
44	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39
45	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
46	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
47	4	4	3	4	4	4	5	4	4	36
48	3	5	4	4	4	3	4	4	4	35
49	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
50	3	3	4	4	4	3	3	4	3	31
51	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30
52	3	4	3	3	3	3	4	4	4	31
53	4	4	4	3	5	4	4	4	4	36
54	4	3	4	3	3	4	3	4	3	31
55	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
58	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
59	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
60	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
61	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40
62	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
63	4	4	4	5	5	5	4	5	5	41
64	5	3	4	4	5	5	3	5	3	37
65	4	5	4	4	4	4	5	4	5	39
66	4	5	3	3	3	4	5	5	5	37
67	4	2	2	2	5	4	5	5	5	34
68	4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
69	3	3	3	4	4	3	3	2	3	28
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
71	5	3	4	4	5	5	3	4	3	36
72	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
73	4	4	4	3	5	4	4	4	4	36
74	4	3	5	3	3	4	3	4	3	32

75	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39
76	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
77	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
78	4	4	3	4	4	4	5	4	4	36
79	3	5	4	4	4	3	4	4	4	35
80	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
81	3	3	4	4	4	3	3	4	3	31
82	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30
83	3	4	3	3	3	3	4	4	4	31
84	4	4	4	3	5	4	4	4	4	36
85	4	3	4	3	3	4	3	4	3	31
86	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
89	3	3	3	4	4	3	3	2	3	28
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

6. Jawaban Responden mengenai *Process* (Proses)

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X6
1	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	26
2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	23
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	28
4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	28
5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
6	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	28
7	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
8	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	28
9	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	28
10	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
11	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	29
12	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
13	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	34
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
15	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
16	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	34
17	4	2	4	2	2	4	4	4	2	4	32

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

57	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
58	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
59	4	2	4	2	2	4	4	4	2	4	32
60	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
61	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	33
62	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34
63	2	3	4	4	2	4	2	2	3	4	30
64	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	36
65	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	30
66	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	34
67	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	34
68	4	3	4	4	4	2	3	2	4	3	33
69	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
70	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	34
71	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
72	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	37
73	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	34
74	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	34
75	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	36
76	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
77	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
78	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	34
79	4	2	4	2	3	4	4	4	2	4	33
80	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	37
81	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34
82	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	33
83	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
84	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	36
85	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	34
86	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
87	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
88	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
89	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
90	4	2	4	2	3	4	4	4	2	4	33

36	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
37	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
39	4	5	4	4	4	4	3	5	3	36
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
41	4	4	4	5	4	4	3	4	3	35
42	4	4	4	4	4	5	3	5	3	36
43	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
44	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
45	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
46	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
47	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
48	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
49	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
50	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
55	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
56	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
57	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
59	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
61	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
63	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
64	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
65	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
66	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
67	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
68	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
69	4	4	4	4	5	4	3	4	3	35
70	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
71	4	4	3	4	4	4	3	4	3	33
72	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
73	3	4	4	4	4	4	4	5	3	35
74	5	4	4	5	5	4	4	5	3	39

75	4	4	4	4	4	5	4	3	3	35
76	4	3	3	4	3	4	3	3	3	30
77	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
78	3	3	3	4	3	4	4	4	3	31
79	4	3	3	4	3	3	4	4	3	31
80	4	4	3	3	4	3	4	4	4	33
81	4	3	4	3	4	3	3	4	4	32
82	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
83	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
84	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
85	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
89	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
90	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35

8. Jawaban Responden mengenai Keputusan Nasabah

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	Y
1	3	3	3	3	4	3	3	3	25
2	3	3	3	3	3	3	4	3	25
3	4	4	4	4	3	3	3	4	29
4	4	3	4	3	4	4	3	4	29
5	3	3	3	4	4	3	4	3	27
6	4	4	4	3	3	3	4	4	29
7	3	3	3	3	4	3	3	3	25
8	4	3	4	4	3	3	4	4	29
9	3	3	3	3	3	3	4	3	25
10	4	4	3	4	3	4	3	4	29
11	3	3	4	4	3	3	4	4	28
12	3	3	3	3	4	3	3	3	25
13	4	4	5	4	5	4	5	4	35
14	3	3	3	4	4	3	3	3	26
15	3	3	3	4	4	3	4	3	27
16	4	3	3	3	4	3	3	4	27
17	4	3	3	3	3	4	4	3	27

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

57	4	4	4	4	4	3	4	4	31
58	4	4	4	4	4	3	4	4	31
59	4	4	4	4	4	3	4	4	31
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	4	4	4	4	3	4	4	31
63	4	4	4	4	4	3	4	4	31
64	4	4	4	4	4	3	4	4	31
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	4	4	4	4	4	3	3	30
70	4	4	4	4	4	3	4	4	31
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	3	4	4	4	4	4	5	33
74	4	4	4	5	4	4	4	4	33
75	4	4	4	4	4	5	4	5	34
76	3	3	3	3	3	3	3	3	24
77	3	3	3	3	3	3	3	3	24
78	3	3	3	3	3	3	3	3	24
79	3	3	3	3	3	3	4	3	25
80	4	4	4	3	4	4	4	4	31
81	3	4	3	3	3	3	4	3	26
82	4	4	4	4	4	3	4	4	31
83	4	4	4	4	4	3	4	4	31
84	4	4	4	4	4	3	4	4	31
85	4	4	4	3	4	3	4	4	30
86	4	4	4	4	4	3	4	4	31
87	4	4	4	4	4	3	4	4	31
88	4	4	4	4	4	3	4	4	31
89	4	4	4	4	4	3	4	4	31
90	4	4	4	4	4	3	4	4	31

9. Jawaban Responden mengenai Reputasi

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Z
1	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	44
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	46
6	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
7	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	44
8	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	51
9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
11	3	3	4	4	5	3	5	4	3	2	4	3	43
12	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	44
13	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	55
14	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	44
15	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	46
16	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
18	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
20	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	52
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	5	4	4	4	3	4	5	5	5	3	4	4	50
29	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	42
30	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
31	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
32	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
33	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	44
34	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
35	3	2	4	4	4	4	3	5	3	3	5	3	43

36	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	51
37	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	51
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	41
40	4	4	4	2	4	4	5	5	5	4	4	4	49
41	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	44
42	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	50
43	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
44	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
45	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
46	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
47	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
48	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
49	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3	47
50	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	48
51	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	45
52	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
53	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	45
54	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
55	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
56	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
57	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
58	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
59	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
60	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
61	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
62	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
63	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	42
64	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	44
65	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	44
66	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	44
67	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
68	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	44
69	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	47
70	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	44
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
72	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	44
73	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
74	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	53

75	5	4	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	49
76	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	33
77	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	36
78	4	4	3	3	3	3	5	3	3	2	3	3	39
79	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	36
80	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	43
81	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	39
82	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
83	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	44
84	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	42
85	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	42
86	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	44
87	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
88	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	44
89	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	44
90	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46



Lampiran 3 : Surat Izin Meneliti



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 1330/IP/DPMPSTP/XI/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2016 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : NURHAYATI
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Cempaka Balandai Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 17 0402 0189

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PEMBIAYAAN KOPERASI SIMPAN PINJAM BAKTI HURIA SYARIAH YANG DIMODERASI REPUTASI

Lokasi Penelitian : KOPERASI KSPPS BAKTI HURIA SYARIAH PALOPO
Lamanya Penelitian : 09 November 2022 s.d. 09 Desember 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
 2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
 3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
 4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
 5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 10 November 2022
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

ERICK K. SIGA, S.Sos
Pangkat : Penata Tk. I
NIP : 19830414 200701 1 005

Tembusan :

- 1 Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel.
- 2 Walikota Palopo
- 3 Dandim 1103 SWG
- 4 Kapolres Palopo
- 5 Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
- 6 Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
- 7 Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Lampiran 4 : Surat Keterangan Telah Meneliti

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Kelurahan Padang Sappa, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nurhayati

NIM : 17 0402 0189

Jurusan : Perbankan Syariah

Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Telah melaksanakan penelitian/riset di Kota Palopo dengan judul skripsi
"Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi
Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang Dimoderasi Reputasi".

Demikian surat keterangan yang dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 14 Februari 2023

Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah



Nur Ilmi, s.pd

Lampiran 5 : Sk Pembimbing

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : TAHUN 2021
TENTANG
PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Nurhayati
NIM : 17 0402 0189
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : **Analisis Manajemen Risiko Pembiayaan UMKM pada Bank Syariah.**
- III. Dosen Pembimbing : Hamida, M.E.Sy.

Palopo, 02 November 2021

a.n. Rektor
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Hamida, M.E.Sy.



Lampiran 6 : Nota Dinas Pembimbing

Hamida, S.E.Sy.,M.E.Sy.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, Maret 2023

Lampiran : -
Hal : Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini.

Nama	: Nurhayati
NIM	: 17 0402 0189
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria yang dimoderasi reputasi

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Wassalam 'alaikum wr. wb.

Pembimbing



Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy

Tanggal: 07 Maret 2023

Lampiran 7 : Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang Dimoderasi Reputasi* Yang ditulis oleh :

Nama : Nurhayati
NIM : 17 0402 0189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

Tanggal: 07 Maret 2023

Lampiran 8 : Sk Penguji

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NOMOR : 671 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Nurhayati
NIM : 17.0402.0189
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah
Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang di
Moerasi Reputasi.
- III. Tim Dosen Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Takdir, S.H., M.H.
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A.
Penguji Utama (I) : Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA. Ek.
Pembantu Penguji (II) : Ishak, S.El., M.El.

Palopo, 14 November 2022

 Rektor
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Lampiran 9 : Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

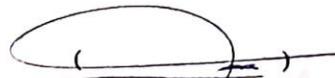
Skripsi berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria Syariah yang Dimoderasi Reputasi yang ditulis oleh Nurhayati NIM 17 0402 0189, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang diujikan dalam seminar hasil pada Rabu tanggal 01Maret 2023 yang telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H.
(Ketua Sidang/Penguji)

()

2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A.
(Sekretaris Sidang/Penguji)

()

3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.a., Ek.
(Penguji I)

()

4. Ishak, S.E.I., M.EI.
(Penguji II)

()

5. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.
(Pembimbing)

()

Lampiran 11 : Nota Dinas Penguji

Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek

Ishak, S.El., M.El

Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :-
Hal : Skripsi Nurhayati

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nurhayati
NIM : 17 0402 0189
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria yang dimoderasi reputasi

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

1. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek
Penguji I
2. Ishak, S.El., M.El
Penguji II
3. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy
Pembimbing/Penguji



Lampiran 12 : Dokumentasi



SKRIPSI NURHAYATI

by Nurhayati Pbs

Submission date: 07-Mar-2023 03:27PM (UTC+0700)

Submission ID: 2031067814

File name: Skripsi_Nurhayati_Ut.docx (300.31K)

Word count: 11335

Character count: 73451



SKRIPSI NURHAYATI

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

22%
INTERNET SOURCES

13%
PUBLICATIONS

10%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2%
2	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
7	Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper	1%
8	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
9	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%



RIWAYAT HIDUP



Nurhayati, lahir di Tampumia pada tanggal 26 April 1998. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan seorang Ayah Mustakim dan Ibu Nurlaila. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Upri, Dusun Padang Rura, Desa Tampumia, Kecamatan Bua Ponrang, Kabupaten Luwu, Sulawesi Selatan.

Pendidikan Dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 556 Tampumia. Kemudian, di tahun yang sama penulis menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Bua Ponrang hingga tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Bua Ponrang hingga tahun 2017. Setelah lulus SMA di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan S1 di program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulis berharap dapat melanjutkan pendidikan kejenjang selanjutnya dan meraih cita-cita yang di impikan, Aamiin. Demikian riwayat hidup peneliti.

Contact person penulis: *nurhayati2_mhs17@iainpalopo.ac.id*