

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN
REPUTASI TERHADAP KEPUTUSAN PELAKU USAHA
DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN PADA LKMS
MAHIRAH MUAMALAH KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**Muhammad Haikal
NIM. 180603268**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Haikal
NIM : 180603268
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 23 Mei 2025

Yang Menyatakan



Muhammad Haikal

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Reputasi Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Dalam Mengambil Pembiayaan Pada LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh

Disusun Oleh:

Muhammad Haikal
NIM. 180603268

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Muhammad Arifin, Ph.D
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II,



Akmal Riza, S.E., M.Si
NIP. 198402022023211023

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Reputasi Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Dalam Mengambil Pembiayaan Pada LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh

Muhammad Haikal
NIM. 180603268

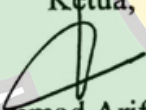
Telah Disidangkan Oleh Dewan Sidang Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal:

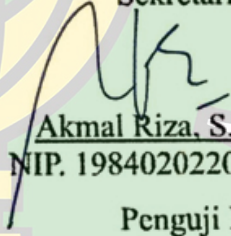
Kamis, 22 Mei 2025 M
24 Dzulqaidah 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

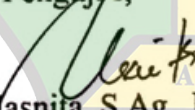
Ketua,


Muhammad Arifin, Ph.D
NIP. 197410152006041002


Sekretaris,


Akmal Riza, S.E., M.Si
NIP. 198402022023211023

Penguji I,


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP. 197711052006042003

Penguji II,


Isnaliana, S.H., M.A
NIP. 199002125009011009

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,


Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec.
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Haikal
NIM : 180603268
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : mhaikalbukhari@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU kripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Reputasi Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Dalam Mengambil Pembiayaan Pada LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 23 Mei 2025

Penulis

Muhammad Haikal
NIM. 180603268

Mengetahui,

Pembimbing I

Muhammad Arifin, Ph.D
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II

Akmal Riza, S.E., M.Si
NIP. 198402022023211023

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur alhamdulillah kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat-hidayahNya, sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Reputasi Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Dalam Mengambil Pembiayaan Pada LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh” Shalawat beriring salam tidak lupa dicurahkan kepada junjungan rasullullah kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing dengan sunnahnya kepada seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi. Dalam penulisan karya ilmiah (skripsi) ini, menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkah bantuan dari berbagai pihak dapat menyelesaikan dengan baik. Oleh karena itu turut disampaikan ucapan terima kasih yang sebanyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku Ketua Program Studi, sekaligus Penguji I dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiizh Maulana, SP., S.Hi. M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Muhammad Arifin, Ph.D, selaku pembimbing I dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku pembimbing II, keduanya banyak berkontribusi baik ilmu pengetahuan maupun dalam proses bimbingan sehingga penulisan karya ilmiah dapat diselesaikan dengan baik.
5. Isnaliana S.H.I., M.A selaku penguji II, yang telah banyak memneri saran untuk kesempurnaan penulisan karya ilmiah yang lebih baik.
6. Evryenni, S.E., M.Si., CTT., CATr, selaku Penasehat Akademik dan semua staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan masukan, dukungan dan ilmu kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Para pelaku usaha kategori UMKM di pasar mahira dan nasabah pembiayaan LKMS Mahirah Muamalah sebagai responden yang terlibat dalam kajian ini dan para pendukung untuk terlaksanakan penelitian ini.
8. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Bukhari dan Ibunda Faridah, yang selalu memberi semangat dan dorongan materil, saudara Raihan Fauza, yang selalu mensuport selalu untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat se-Angkatan 2018 Perbankan Syariah FEBI-UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang selalu memberikan dorongan motivasi pada penulis sehingga dapat diselesaikan karya ilmiah dengan baik.

Segala doa, beragan bantuan ilmu yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan mendapatkan balasan rahmat dan hidayah oleh Allah SWT. Bahwa penelitian ilmiah yang dihasilkan masih jauh dari kesempurnaan, maka sangat diharapkan kritikan dan saran yang membangun agar skripsi dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pembaca sehingga menjadi sumbangan pikiran untuk perkembangan akademik.

Banda Aceh, 23 Mei 2025

Penulis,

Muhammad Haikal



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1 Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z̤
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2 Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

2. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

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
اِي َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِي ِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اِي ُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4 Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- 1 Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- 2 Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- 3 Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul
Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

- 1 Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
- 2 Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
- 3 Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

ABSTRAK

Nama : Muhammad Haikal
NIM. : 180603268
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Reputasi Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Dalam Mengambil Pembiayaan Pada LKMS Mahirah Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Muhammad Arifin, Ph.D.
Pembimbing II : Akmal Riza, S.E., M.Si.

Pembiayaan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) salah satu produk dalam memenuhi kebutuhan dan perkembangan usaha mikro (UMKM) di kota Banda Aceh. Penelitian bertujuan ingin mengetahui tingkat literasi keuangan syariah dan reputasi perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembiayaan di Mahirah Mumalah pada pelaku usaha mikro baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dan teknik *random sampling* terhadap 100 nasabah pembiayaan mikro di Mahirah Muamalah dengan sumber data primer berupa kuesioner. Hasil analisis data regresi linier berganda membuktikan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh dan reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan, sedangkan secara bersama-sama variabel literasi keuangan syariah dan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha pada produk pembiayaan di mahirah muamalah.

Kata Kunci: *Reputasi, literasi keuangan syariah, keputusan pembiayaan LKMS*

DAFTAR ISI

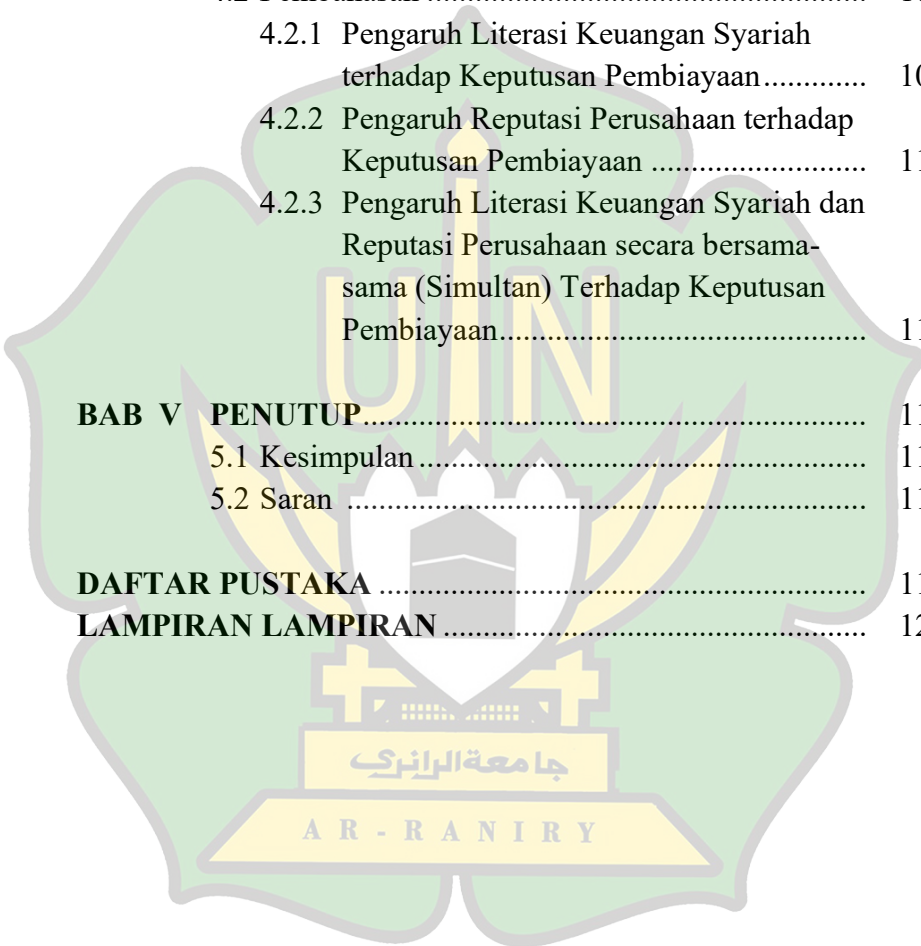
	Halaman
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Akademis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.4.3 Manfaat Kebijakan	15
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.1 Theory of Reasoned Action (TRA)	18
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)	19
2.1.3 Technology Acceptance Model (TAM)	20
2.2 Pembiayaan Syariah	21

2.2.1 Pengertian Pembiayaan	21
2.2.2 Prinsip Murabahah	22
2.2.3 Prinsip Mudarabah	22
2.2.4 Lembaga Pembiayaan	23
2.2.5 Dasar Hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	24
2.3 Keputusan Memilih Produk	25
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan	26
2.3.3 Indikator Keputusan Pembiayaan	27
2.4 Literasi.....	29
2.4.1 Pengertian Literasi	29
2.4.2 Macam-Macam Literasi	30
2.4.3 Tujuan Literasi.....	32
2.4.4 Manfaat Literasi	33
2.4.5 Literasi Keuangan Syariah	33
2.4.6 Tingkat Literasi Keuangan	37
2.4.7 Indikator Literasi Keuangan Syariah	39
2.5 Reputasi Perusahaan	40
2.5.1 Pengertian Reputasi.....	40
2.5.2 Reputasi Sebagai Marketing	41
2.5.1 Indiaktor Reputasi Perusahaa.....	42
2.6 Penelitian Sebelumnya	44
2.7 Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	58
2.8 Kerangka Pemikiran.....	59
2.9 Hipotesis Statistik.....	60

BAB III METODE PENELITIAN.....	61
3.1 Jenis Penelitian.....	61
3.2 Lokasi Penelitian	61
3.3 Populasi dan Sampel	61
3.3.1 Populasi Penelitian.....	61

3.3.2 Sampel Penelitian	62
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.4.1 Sumber Data.....	64
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	66
3.5.1 Definisi Variabel	66
3.5.2 Operasionalisasi Variabel	68
3.6 Teknik Analisis Data.....	69
3.6.1 Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian (angket)	69
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	70
3.6.3 Regresi Linier Berganda	72
3.6.4 Pengujian Determinasi (R^2)	73
3.7 Rancangan Pembuktian Hipotesis	73
3.7.1 Pengujian Parsial.....	73
3.7.2 Pengujian Bersama-sama (Simultan)	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Hasil Penelitian	76
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.2 Visi dan Misi PT LKMS Mahirah Muamalah	76
4.1.3 Struktur Organisasi LKMS Mahirah Muamalah.....	77
4.1.4 Kegiatan Operasional LKMS Mahirah Muamalah.....	79
4.1.5 Pelayanan Jasa.....	87
4.1.6 Deskripsi dan Karakteristik Responden Penelitian.....	87
4.1.7 Skor Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	94
4.1.8 Hasil Analisis Kualitas Instrumen.....	98

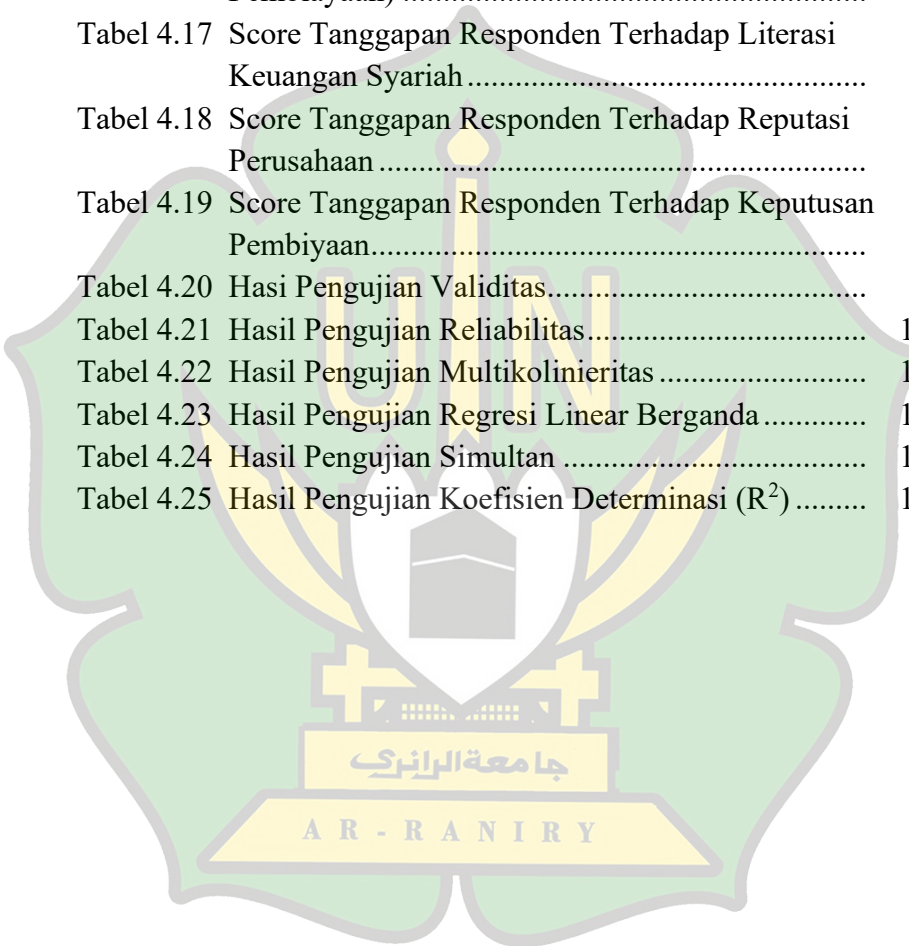
4.1.9 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	100
4.1.10 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier	103
4.1.11 Hasil Pengujian Hipotesis	105
4.1.12 Hasil Pengujian Determinasi.....	107
4.2 Pembahasan	108
4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Pembiayaan.....	108
4.2.2 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Pembiayaan	112
4.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Reputasi Perusahaan secara bersama- sama (Simultan) Terhadap Keputusan Pembiayaan.....	114
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN LAMPIRAN	125



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	52
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	68
Tabel 4.1 Plafon Pembiayaan Produk Ijarah Multi Jasa Pada LKMS Mahirah Muamalah	82
Tabel 4.2 Persyaratan Dalam Memperoleh Pembiayaan Ijarah Multi Jasa Pada LKMS Mahirah Muamalah	83
Tabel 4.3 Plafon Pembiayaan Lapak Super Mikro Pada LKMS Mahirah Muamalah.....	84
Tabel 4.4 Persyaratan Dalam Memperoleh Pembiayaan Program Lapak Super Mikro Pada LKMS Mahirah Muamalah.....	84
Tabel 4.5 Plafon Pembiayaan Program Pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat (PUEM) Pada LKMS Mahirah Muamalah.....	85
Tabel 4.6 Persyaratan Memperoleh Pembiayaan Program Pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat (PUEM) Pada LKMS Mahirah Muamalah	85
Tabel 4.7 Plafon Pembiayaan Program Dana Bergulir Gampong Pada LKMS Mahirah Muamalah	86
Tabel 4.8 Persyaratan Memperoleh Pembiayaan Program Dana Bergulir Gampong Pada LKMS Mahirah Muamalah	86
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Penelitian (Kelamin)	88
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Penelitian (Usia).....	89
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Penelitian (Status)	89
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Penelitian (Pendidikan) .	90
Tabel 4.13 Karakteristik Responden Penelitian (Omset Harian)	91
Tabel 4.14 Karakteristik Responden Penelitian (Omset	

Perbulan).....	92
Tabel 4.15 Karakteristik Responden Penelitian (Jumlah Pembiayaan)	93
Tabel 4.16 Karakteristik Responden Penelitian (Masa Pembiayaan)	94
Tabel 4.17 Score Tanggapan Responden Terhadap Literasi Keuangan Syariah.....	95
Tabel 4.18 Score Tanggapan Responden Terhadap Reputasi Perusahaan	96
Tabel 4.19 Score Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembiayaan.....	97
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Validitas.....	98
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	100
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Multikolinieritas	102
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....	104
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Simultan	105
Tabel 4.25 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	108



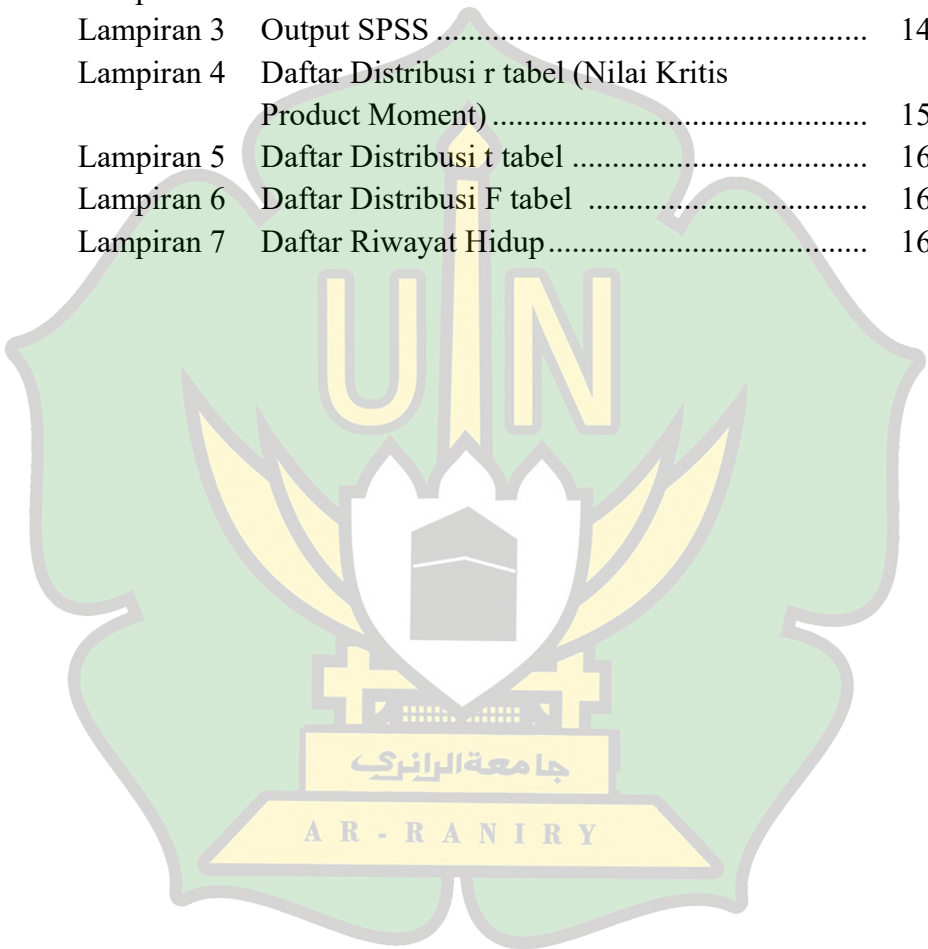
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Perkembangan UMKM Pemko Banda Aceh 2
Gambar 2.1	Skema Kerangka Pemikiran..... 60
Gambar 4.1	Struktur Organisasi LKMS Mahirah Muamalah 78
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Normalitas (<i>Histogram</i>)..... 100
Gambar 4.3	Hasil Pengujian Normalitas (<i>P-Plot</i>) 101
Gambar 4.4	Hasil Pengujian Heteroskesdasitas (<i>Scatterplot</i>) 104



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	125
Lampiran 2 Tabulasi Data	132
Lampiran 3 Output SPSS	141
Lampiran 4 Daftar Distribusi r tabel (Nilai Kritis Product Moment)	159
Lampiran 5 Daftar Distribusi t tabel	162
Lampiran 6 Daftar Distribusi F tabel	165
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	167



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendampingan perkembangan dunia usaha sangat membutuhkan lembaga keuangan terutama usaha-usaha mikro dalam bidang ekonomi rakyat yang tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Para pedagang sangat membutuhkan lembaga pembiayaan sebagai sarana penyimpanan maupun pembiayaan modal usaha baik usaha kecil maupun menengah. Lembaga akan menjadi tantangan terhadap maraknya para pedagang melakukan pinjaman *online* dan koperasi yang menawarkan margin tinggi dibandingkan keberadaan menggunakan lembaga keuangan syariah (LKS). Hal ini akan menjadi tantangan dalam menyalurkan produk pembiayaan, maka masyarakat akan lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka terbaik, peran lembaga dalam memberikan edukasi pemahaman masyarakat masih kurang menggunakan LKS.

Pasar Mahirah salah satu pertemuan masyarakat secara tradisional yang disediakan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh merupakan tempat atau lahan baru yang dibangun, untuk para pedagang mikro, kecil (UMKM) agar meningkatkan taraf hidup dan penghasilan masyarakat serta para pedagang kota dapat tumbuh dengan dibarengi dengan pinjaman modal kerja pada LKMS Mahirah Muamalah sehingga memiliki keunggulan dalam menyalurkan produk-produk pembiayaan. Dengan sistem keuangan dengan akad-akad syariahnya mampu memberikan produk yang

menunjang bagi internalnya dan juga bagi nasabah. Produk yang mampu berkompetisi di pasar yaitu produk pembiayaan syariah, melalui pembiayaan maka lembaga mikro finance (LMKS) tersebut dapat bersinergi dalam peningkatan pendapatan bisnisnya.

Masyarakat khususnya rakyat kecil sangat membutuhkan bantuan modal mikro, hal ini Mahirah Muamalah Syariah menghadirkan berbagai produk pembiayaan yang disalurkan memenuhi ketentuan prinsip operasional syariah, begitu juga produk pendanaan dalam bentuk tabungan pengelolaan keuangan masyarakat. Perlu mempertimbangkann faktor-faktor di kalangan pedagang dalam memilih pembiayaan yang margin rendah dibandingkan lembaga penyaluran pembiayaan lain. Hal ini, setiap masyarakat pelaku usaha UMKM selalu memahami sedikit pengetahuan mengenai jenis pembiayaan yang akan diajukan untuk keberlanjutan usaha mereka. Begitu juga dengan memperhatikan tingkat pemahaman yang tinggi menjadi penilai terhadap keputusan yang akan diambil untuk menjadi nasabah pembiayaan pada LKMS.

Gambar 1.1
Perkembangan UMKM Pemko Banda Aceh



Sumber: Diskopukmdag Banda Aceh (2024)

Pelaku UMKM terus meningkat di kota Banda Aceh, dari data terakhir 31 Agustus 2024 yang dirilis Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan, bahwa data UMKM tersebut diketahui diantara seluruh kecamatan dan tertinggi para pelaku usaha meningkat di beberapa Kecamatan dan tertinggi di Kuta Alam yakni 6.438 UMKM dari total kecamatan dibawah walikota yang didata berjumlah 34.428 UMKM, diataranya tertinggi daerah Lamdingin sebanyak 1.218 UMKM dari total Kecamatan-Kota, ini merupakan keberadaan pasar baru Mahirah, sehingga banyak pedagang mikro melakukan usaha di pusat pasar tradisional tersebut. Sebagai salah satu pusat pasar, banyak masyarakat melakukan pembiayaan ke LKMS Mahirah sebagai bentuk kerjasama pemerintah kota kepada masyarakat dalam meningkatkan perkembangan usaha secara mandiri (www.diskopukmdag.bandaacehkota.go.id).

Pengamatan awal dilakukan sebagai fenomena dari pada beberapa pelaku UMKM di pasar Al-Mahirah pada beberapa pedagang daging, ayam potong, sayuran, putu bambu, penjual mie, warkop dan jenis usaha lain guna dalam menjalankan usaha perlu kemajuan dari sebelumnya dengan mengandalkan bantuan pembiayaan dari LKMS Mahirah Mumalah, hal ini sangat membantu para pedagang dan pelaku usaha lainnya di kota Banda Aceh. Dengan terbantunya para pelaku UMKM tersebut dapat memenuhi dan melengkapi barang dagangan untuk masyarakat sebagai konsumen kami.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari salah satu pedagang sembako, yang merupakan nasabah pembiayaan UMKM sejak 9 (Sembilan) bulan lalu sudah melakukan pembiayaan

murabahah di LKMS Mahirah, dengan pembiayaan yang diberikan dapat menentukan usaha kedepan lebih baik, mengingat Mahirah dengan margin yang rendah dari pada LKS yang lain. Selama pembiayaan berjalan sangat jarang terjadi kemacetan, usahanya lancar selama hari-hari libur begitu juga hari-hari kantor yang tidak begitu ramai tetap melunasi angsurannya. Ada juga kendala yang dihadapi sebagian pelaku usaha terjadi angsuran macet tetapi solusi tetap ditawarkan oleh LKMS sebagai syarat penyelesaian secara syariah. Salah satu model pembiayaan yang lebih terjangkau baik secara proses, teknis, dan *underlying*-nya, LKMS juga menerapkan akad pembiayaan lainnya seperti mudhrabah dan ijarah. Model pembiayaan tersebut merupakan pembiayaan sindikasi dalam konsep syariah, dimana pembiayaan dapat memudahkan lembaga dan juga nasabahnya, tentu akan menggambarkan bahwa pembiayaan dapat menjadi sebuah produk yang mampu meningkatkan portofolio pembiayaan di lembaga tersebut.

Sebagai proses pengambilan keputusan, perilaku seseorang untuk menjadi nasabah suatu lembaga syariah dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal seperti sikap, persepsi, motivasi, maupun pengaruh lingkungan, referensi, pendidikan, kondisi sosial dan keluarga. Disamping itu, dari pihak lembaga mikro syariah ada beberapa akibat maupun faktor yang dapat mempengaruhi preferensi maupun perilaku nasabah untuk menjadi nasabah di suatu lembaga. Saat akan memutuskan untuk memilih produk di lembaga syariah, tentunya calon nasabah akan memilih lembaga yang dapat menguntungkan serta memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, baik literasi

(pengetahuan) tentang lembaga, persepsi kemudahan, kebutuhan dan lokasi di kawasan strategis, segala sarana dan prasarana yang eksklusif yang memberikan kenyamanan, pelayanan yang cepat dan ramah, keamanan berinvestasi serta keuntungan yang akan diberikan. Oleh karena faktor itu, LKMS Mahirah Muamalah dapat menentukan target nasabah guna tetap menjaga reputasi (kepercayaan) terhadap lembaganya

Upaya pengembangan LKMS tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan saja, tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa lembaga perbankan. Di Aceh sendiri masih banyak koperasi simpan pinjam yang terjun langsung ke masyarakat untuk menawarkan pinjaman dananya dengan minimnya literasi banyak masyarakat yang terjebak dengan bank keliling tersebut. Ini merupakan peluang pasar yang sangat besar bagi perkembangan lembaga dan perbankan syariah lainnya di Aceh.

Dengan adanya PT LKMS Mahirah Muamalah (Perseroda) milik Pemerintah kota Banda Aceh akan memberi kebebasan masyarakat dari jeratan rentenir dan memberikan akses keuangan yang mudah kepada pedagang maupun pelaku UMKM. Hal ini membuktikan bahwa kehadiran LKMS Mahirah Muamalah menjadi solusi untuk mempermudah permodalan pengusaha kecil dan juga menjauhkan mereka dari praktik rentenir yang merupakan riba. Tak hanya itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Republik Indonesia mengeluarkan daftar Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah (TPAKD) yang telah mengimplementasikan Program

Kredit Pembiayaan Melawan Rentenir (PKPMR). LKMS Mahirah Muamalah menjadi satu-satunya dari lembaga keuangan bank/non bank yang masuk dalam daftar tersebut. Sesuai instruksi presiden, maka dipetakan secara nasional mana saja yang memiliki lembaga keuangan dengan program anti rentenir. Dari 65 TPAKD, Satu-satunya di Aceh yaitu hanya LKMS Mahirah Muamalah yang masuk dalam daftar mendukung program ini. Pihak OJK menilai Mahirah Muamalah memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi (<https://diskominfo.bandaacehkota.go.id>).

Sesuai dengan Qanun Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, Mahirah Muamalah menerapkan prinsip bagi hasil yang disepakati bersama antara LKS dan pedagang. Di sisi lain, syarat dan ketentuan dari Lembaga Jasa Keuangan yaitu memiliki margin yang sangat rendah equivalent 5 persen pertahun, sedangkan Bank/Non Bank belum ada kredit di bawah itu. Dalam hal ini terdapat banyak aspek yang harus diperhatikan, salah satunya yaitu literasi keuangan untuk meningkatkan pengelolaan usaha dalam menciptakan minat masyarakat pada lembaga. Selain itu juga, pelayanan yang diberikan berupa jasa yang diberikan untuk kepuasan konsumen agar terjaga reputasi lembaga lebih baik. Dengan pelayanan yang maksimal oleh karyawan LKMS kepada nasabahnya akan memberikan kepuasan pada akhirnya memutuskan mengambil produk dan jasa bank tersebut.

Peningkatan literasi keuangan nasabah merupakan hal mutlak yang harus diperhatikan dan perlu dibina oleh lembaga keuangan, semakin tinggi kepuasan para masyarakat, berarti semakin baik

pengelolaan pelayanan yang diberikan lembaga syariah kepada nasabah. Literasi (pengetahuan) keuangan syariah sebagai penilaian atau pemahaman secara global yang berkenaan dengan pengelolaan keuangan usaha dan memahami kaidah-kaidah (muamalah) maupun akad-akad transaksi syariah. Dalam Peraturan OJK No. 76/POJK.07/2016 bahwa literasi keuangan sebagai keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka kesejahteraan.

Otoritas Jasa Keuangan telah menjelaskan literasi keuangan sebagai proses peningkatan kualitas untuk pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan melalui sebuah ilmu pengetahuan, dan keyakinan oleh seseorang (Maulana & Suyono, 2023). Salah satu literasi keuangan di Indonesia dalam pengelolaan keuangan syariah memiliki peran penting masyarakat dalam proses pemilihan dan penggunaan produk jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan usaha. Ketika tingkat literasi keuangan di masyarakat meningkat, harapannya akan memberi dorongan yang signifikan terhadap percepatan pertumbuhan ekonomi suatu bangsa (Adiyanto & Purnomo, 2021).

Masyarakat pelaku usaha dengan *financial knowledge* akan lebih memahami masalah keuangan serta lebih baik dalam hal perilaku keuangannya sehingga semakin baik pengetahuan tentang keuangan maka semakin baik pula seorang muslim dalam mengelola keuangannya (Panghayo & Musdholifah, 2018). Hal tersebut yang mendorong minat masyarakat muslim untuk

menggunakan layanan keuangan syariah. Produk dan jasa dari lembaga keuangan syariah yang berpedoman pada hukum Islam terkhusus hukum fiqh (muamalah) yakni landasan hukum pengharaman riba dalam kegiatan ekonomi, sehingga berdampak mayoritas masyarakat tergolong mempunyai religiusitas tinggi untuk memutuskan menggunakan produk dan jasa yang sesuai dengan ketentuan syariah Islam (Wijanarko & Rachmawati, 2020).

Relevansi penelitian mengenai literasi keuangan syariah telah diteliti sebelumnya beberapa peneliti terkait variabel yang mempengaruhi keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan di LKMS. Kajian ini memiliki tujuan untuk mengukur tingkat literasi keuangan syariah dan kemudian mengidentifikasi korelasinya dengan keputusan nasabah menggunakan layanan bank syariah. Hasil penelitian yang dilakukan Sugiarti (2023) serupa memberikan kesimpulan bahwa tingkat literasi keuangan syariah Generasi Z memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan jasa bank syariah begitu juga hasil kajian yang dilakukan Kurniawan & Arifin (2022) menemukan bahwa adanya pengaruh literasi keuangan pada keputusan investasi bagi pelaku UMKM di pesisir Madura.

Selain itu, berdasarkan hasil penelitian Adiyanto & Purnomo (2021) bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Sedangkan hasil uji determinasi mengenai variable literasi dapat

disimpulkan bahwa kontribusi variabel literasi keuangan syariah sebesar 68.9 persen terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Penelitian ini memberikan implikasi manajerial bahwa diperlukan sosialisasi yang masif dengan frekuensi tinggi tentang keuangan syariah kepada masyarakat agar minat masyarakat untuk menggunakan produk keuangan syariah khususnya produk perbankan syariah meningkat. Seseorang yang sadar akan pentingnya literasi keuangan syariah akan lebih terampil dalam mengelola keuangan, dalam meningkatkan kepercayaan dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang memiliki reputasi sebagai keputusan para pelaku usaha untuk melakukan pembiayaan.

Reputasi salah satu atribut yang diberikan kepada nasabah berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi suatu organisasi dapat menjadi penting untuk membangun kepercayaan seorang nasabah terhadap lembaga/perusahaan karena tidak semua nasabah memiliki pengalaman pribadi dengan perusahaan tersebut, reputasi dari mulut ke mulut juga menjadi kunci ketertarikan nasabah (Nurhatinah, 2018). Bahwa publik melihat reputasi suatu perusahaan secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan pengalaman dan informasi yang ada pada lembaga syariah tersebut.

Analisis yang dilakukan Rohali, Basri, Ismail&Septian (2022) diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan dan kepatuhan syariah berpengaruh terhadap reputasi bank syariah di Indonesia, dimana reputasi lembaga syariah merupakan satu-satunya variabel yang secara langsung mempengaruhi keputusan

pengambil keputusan nasabah dalam bertransaksi dengan lembaga tersebut. Akhirnya merekomendasikan kepada manajemen lembaga keuangan syariah lebih menentukan langkah strategis dalam meningkatkan reputasi sebagai variabel yang paling menentukan bagi perusahaan untuk nasabah bertransaksi dengan lembaga syariah. Reputasi ditingkatkan dengan menjaga kepercayaan masyarakat agar produk dan ketahanan lembaga jauh berkualitas baik pelayanan maupun dalam meningkatkan kepatuhan syariah, untuk kemajuan lembaga kedepan.

Relevansi hasil kajian yang ditemukan oleh Rohali et al. (2022) bahwa reputasi bank syariah berpengaruh terhadap keputusan korporasi dalam bertransaksi dengan bank syariah. Riza, Hakim & Eliana (2021) bahwa perusahaan harus mempertahankan reputasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, kinerja apapun yang berhubungan dengan konsumen dalam meningkatkan penjualan produk, menemukan reputasi memiliki arah pengaruh positif pada keputusan masyarakat memilih produk syariah. Oleh karena itu, nama perusahaan memberi pengaruh positif pada respon masyarakat terhadap keputusan dalam memilih produk atau jasa yang dihasilkan tetapi sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan secara keseluruhan maka akan memberikan hasil yang optimal baik kualitas, ketepatan atau waktu pelaksanaan maupun kerja sama yang baik dalam mencapai tujuan perusahaan.

Untuk memenangkan persaingan antar lembaga keuangan maupun perbankan, sebuah keharusan dan mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah, jika kinerja sesuai ekspektasi,

pelanggan akan puas. Agar kinerja melebihi ekspektasi, maka nasabah akan sangat puas dan senang, kepuasan terhadap suatu perusahaan dapat mempertahankan eksistensi lembaga itu dan membuat masyarakat dapat bersikap loyal dengan tidak berpindah kepada pesaing. Perencanaan dan penyusunan strategi dalam pemasaran ditinjau dari tiga faktor utama, yaitu segmentasi pasar, penentuan target pasar, dan penentuan posisi perusahaan (Wibowo & Arifin, 2015). Perusahaan dapat menentukan jenis produk dan peruntukannya secara lebih spesifik melalui segmentasi pasar. Penentuan target pasar merupakan penentuan kelompok pasar yang dijadikan sasaran dalam memasarkan produk maupun penentuan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah setempat.

Dari permasalahan lembaga maupun produk pembiayaan dari keseluruhan faktor dan bukti empiris diharapkan menjadi tingkat atau sejauh mana kecocokan antara harapan pedagang yang akan selalu menjadi nasabah pembiayaan. Oleh karena itu Mahirah Muamalah selaku LKMS yang ada di kota Banda Aceh memiliki peran penting untuk meningkatkan kemudahannya, menciptakan pengetahuan para pedagang pasar akan pentingnya keberhasilan usaha dengan mengandalakan pembiayaan modal kerja pada lembaga, serta LKMS Mahirah Muamalah milik pemerintah kota Banda Aceh tersebut berupaya memperluas jaringan sehingga dapat menarik pengajuan pembiayaan yang akan nasabah inginkan dengan memberikan tawaran terbaik dan menarik. Implementasi pemasaran melalui transformasi tampilan diharapkan dapat mendukung pertumbuhan kinerja masing-masing produk. Selanjutnya prosedur pembiayaan yang mudah dapat mendukung

faktor-faktor untuk menarik keputusan nasabah meningkat pembiayaan.

Masyarakat akan memutuskan menggunakan produk atau jasa apabila nasabah menginginkan prosedur yang cepat dan tidak merepotkan. Prosedur yang tidak rumit akan menjadi pertimbangan untuk nasabah dalam pengambilan keputusan pembiayaan pada lembaga keuangan yang bersangkutan. Berdasarkan hasil observasi awal juga dilakukan pada karyawan LKMS Mahira Muamalah, mendapatkan informasi positif terhadap perkembangan pembiayaan pada lembaga tersebut dan tujuan beberapa nasabah yang mengambil pembiayaan. Informasi diperoleh gambaran beberapa diantaranya menggunakan dana tersebut untuk menambah modal usaha atau tidak digunakan secara produktif, pada saat pengajuan pembiayaan alasan yang digunakan nasabah untuk modal usaha hanya untuk mempermudah nasabah memperoleh pembiayaan. Kemudian pengamatan pada pedagang pasar penjual daging dan sayuran mereka merupakan nasabah lama pada LKMS mahirah muamalah menemukan bahwa sudah sering dan referensi juga kepada para pedagang lainnya agar mudah mengambil pembiayaan di mahirah muamalah (survei pasar dan pembiayaan LKMS Mahirah, 2024).

Fenomena berdasarkan hasil wawancara baik dengan pihak LKMS maupun dengan beberapa pedagang menjadi sebab pemilihan pembiayaan dilembaga yaitu pelayanan, dan persyaratan yang lebih mudah dipenuhi serta akad yang ditawarkan termasuk rendah dibandingkan dengan perbankan (survei pasar Mahirah, July 2024). Hasil observasi tersebut dapat diketahui bahwa keputusan

nasabah untuk menggunakan pembiayaan Mahirah Muamalah dipengaruhi oleh beberapa alasan yang beragam dan masih terdapat beberapa perbedaan pendapat nasabah mengenai hal tersebut. Berdasarkan permasalahan, temuan empirik dan teori-teori sehingga perlu pengkajian mendalam tentang pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dengan dalam bentuk karya ilmiah (skripsi) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Reputasi Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Dalam Mengambil Pembiayaan Pada LKMS Mahirah Kota Banda Aceh”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan pada LKMS?
2. Apakah reputasi berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan pada LKMS?
3. Apakah literasi keuangan syariah dan reputasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan pada LKMS?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka peneliti membuat suatu tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan pada LKMS
2. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan pada LKMS
3. Untuk mengetahui literasi keuangan syariah dan reputasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan pada LKMS

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Hal terpenting dari sebuah penelitian adalah kegunaan dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang LKS sebagai salah satu dari ekonomi Islam.
- b. Menambah khasanah tentang literasi keuangan syariah pengetahuan dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pengajuan pembiayaan UMKM di LKMS serta sebagai masukan untuk penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian sejenis yang berhubungan

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan PT. LKMS Mahirah Muamalah dalam menentukan upaya yang sesuai dengan minat nasabah dalam menawarkan produk kepada nasabah.
- b. Diharapkan para nasabah dapat mendapatkan beberapa pemikiran mengenai lembaga syariah khususnya dalam produk pembiayaan syariah dan menambah motivasi dalam keputusan mengambil pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

- a. Penelitian ini secara empiris dapat membantu lembaga keuangan mikro yang memahami keputusan nasabah dalam pengajuan pembiayaan pada LKMS
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai salah satu dasar untuk menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan pemberian pembiayaan, khususnya pada LKMS.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan, penulis membagi skripsi ini menjadi beberapa bab dan beberapa babnya terdiri dari sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan

manfaat penelitian, serta sistematika penulisan untuk memberikan gambaran tentang isi penelitian.

Bab II: Landasan Teori, bab ini berisi tentang kerangka teori yang berisi tentang teori-teori yang relevan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, telah pustaka yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulis dalam penulisan penelitian serta untuk memperkuat penelitian ini.

Bab III: Metode Penelitian, bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian yang meliputi, waktu dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini menjelaskan gambaran umum penelitian, deskripsi statistik, hasil kualitas data, asumsi klasik dan metode analisis untuk membuktikan hipotesis yakni merupakan hasil penelitian objek, subjek penelitian, yang akan menjadi pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan baik secara sebagian maupun menyeluruh.

Bab V Kesimpulan dan Saran, menjadi implikasi dari pada temuan hipotesis yang diringkas menjadi bagian terakhir dari penulisan sebagai simpulan yang di dapat dari hasil penelitian dan saran-saran yang akan menjawab dari pada manfaat hasil penelitian yang menggaambarkan penelitian yang dilakukan dengan memberi harapan dari temuan untuk kegunaan baik lembaga dan shareholder.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen

Keputusan memilih produk sangat erat dengan perilaku masyarakat karena berkaitan langsung dengan proses seorang selaku nasabah atau pengguna produk-produk atau jasa-jasa dalam membuat pilihan untuk menggunakannya. Perilaku konsumen berkaitan erat dengan manajemen pemasaran yang bertujuan untuk menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pemasaran lembaga syariah untuk dapat memberikan nilai superior dari produk dan jasa yang ditawarkannya, cara menetapkan harga atau bagi hasil yang menarik dan cara mendistribusikan pembiayaan tepat bagi nasabah. Menurut Sangadji (2013:8) dalam perilaku, konsumen banyak melibatkan tindakan atau keputusan yang langsung dilakukan dalam upaya memperoleh, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului atau yang menyusuli tindakan tersebut. Menurut Gerson, (2017:231) dalam memilih produk terdapat beberapa faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat memilih suatu produk antara lain sebagai berikut:

- a. Kelangsungan hidup suatu organisasi perusahaan dalam penyediaan produk dan jasanya.

- b. Kualitas produk atau jasa yang dapat diandalkan untuk konsumennya.
- c. Kualitas pelayanan terbaik dalam memenuhi kebutuhan konsumennya, termasuk penyediaan layanan teknik infomatikanya.
- d. Perbaiki secara terus-menerus untuk memperbaharui produk atau jasa agar konsumennya tetap puas dan loyal.

2.1.1 Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) atau teori tindakan yang digunakan untuk menguraikan faktor diterimanya dalam suatu sistem dan teknologi informasi yang merupakan pengembangannya masa kini pada *Technology Acceptance Model* (Astuti & Prijanto, 2021). Teori TRA merupakan suatu teori yang ada dalam bidang kajian psikologi sosial yang memusatkan pada faktor penentu atas perilaku dan faktor determinannya, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan juga terhadap norma subjektif (*subjective norm*). *Attitude toward behavior* merupakan kondisi dimana seseorang akan berpikir mengenai keputusan mereka. Teori TRA pengembangan dari teori-teori psikologi yang menjelaskan perilaku pengguna informasi didasarkan pada keyakinan, sikap, niat, dan hubungan perilaku pengguna. TRA sudah dikembangkan sejak tahun 1960 berlanjut tahun 1980. Teori tersebut dapat menjelaskan faktor penentu yang determinan terhadap perilaku manusia dan menjelaskan korelasional antara keyakinan, sikap, norma subjektif, niat serta perilaku individu. Penggunaan teori

TRA sebagai model penelitian intention umum yang cukup baik untuk dapat diaplikasikan dalam memprediksi dan menjelaskan sesuatu (Purwanto, 2020).

2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

Definisi *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan pengembangan dari TRA yang mana berkembang sejak tahun 1980 sampai sekarang, digunakan untuk memprediksi niat individu keterlibatan dalam suatu perilaku pada waktu dan tempat tertentu. Teori TPB dapat menjelaskan semua perilaku seseorang yang memiliki kemampuan untuk melakukan kontrol diri. Komponen kunci teori ini adalah niat perilaku, niat perilaku dipengaruhi oleh sikap tentang kemungkinan bahwa perilaku tersebut akan memiliki hasil yang diharapkan dan evaluasi subjektif dari risiko serta manfaat hasil tersebut. Perbedaan utama TRA dengan TPB adalah adanya tambahan penentu intensi berperilaku yang ketiga, yaitu adanya *Perceived behavioral control* (PBC). Hal ini, PBC ditentukan oleh dua faktor seperti: kepercayaan mengenai kemampuan dalam mengendalikan (*control beliefs*) dan persepsi mengenai kekuasaan yang dimiliki untuk melakukan suatu perilaku (*perceived power*). PBC mengindikasikan motivasi seseorang yang dipengaruhi oleh bagaimana ia mempersepsi tingkat kesulitan ataupun kemudahan untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Perilaku konsumen erat kaitannya dengan TRA/TPB, dimana perilaku konsumen merupakan suatu karakteristik sifat yang dimiliki oleh setiap individu. Perilaku konsumen sendiri ada juga

dipengaruhi beberapa faktor yaitu faktor personal yang berasal dari diri pribadi dan juga faktor sosial yang ada pada lingkungan sekitar sehingga mempengaruhi sikap dari konsumen terhadap keinginan memiliki produk sehingga teori TPB menjadikan yang baik dan cukup bagus dalam memprediksi dan mendeskripsikan keputusan pembelian (Purwanto, 2020:2-4).

2.1.3 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) teori ini merupakan yang pertama kali dikembangkan oleh David (pada tahun 1989) memperkenalkan TAM untuk pertama kalinya merupakan perkembangan dari teori tindakan (TRA) yang digunakan untuk menguraikan faktor diterimanya dalam suatu sistem dan teknologi informasi (Astuti & Prijanto, 2021). Pengertian TAM pada penggunaan suatu layanan berbasis teknologi informasi, maka tidak hanya ditentukan oleh sikap pribadi, namun juga mempertimbangkan pendapat terkait perilaku orang lain dalam memakai teknologi tersebut. Hal ini jika diasumsikan mereka mempercayai satu atau lebih referensi atas perilaku tersebut, maka akan memberikan efek termotivasi untuk mengikuti dari referensi tersebut. Dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*) akan menentukan keinginan untuk melakukan suatu perilaku atau dalam hal ini yaitu penggunaan layanan berbasis teknologi informasi. Dua determinan utama dalam konstruk *Theory Acceptance Model* yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat)

dan *Perceived Ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) digunakan menjadi landasan teori ini untuk memberikan penjelasan dalam mempelajari dan memahami intensi perilaku individu untuk penerimaan teknologi (Altunel & Koçak, 2017).

2.2 Pembiayaan

2.2.1 Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan yang digunakan dalam dunia usaha atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu akad *murabahah*, *mudharabah*, *ijarah*. Pembiayaan Murabahah adalah bentuk jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati (Janwari, 2015:14). Pembiayaan murabahah awalnya hanya dikenal untuk pembiayaan yang bersifat konsumtif, namun pada kenyataan dilapangan, pembiayaan al-murabahah ternyata tidak sebatas barang konsumtif.

Salah satu transaksi perdagangan (jual beli) antara penjual (pihak lembaga) menawarkan barang dagangannya kepada pihak pembeli dengan menyebutkan harga yang merupakan jumlah dari harga perolehan dengan menambahkan nominal tertentu sebagai keuntungan. Ibnu Qudamah mendefinisikan murabahah sebagai jual beli dengan menghitung modal ditambah keuntungan tertentu yang diketahui (Sarthawy, 1999:235 dalam Afiah et al. 2014). Dapat disimpulkan, murabahah merupakan bentuk jual beli amanah berdasarkan pada penetapan harga, yaitu bentuk pertukaran obyek

jual dengan harga yang merupakan jumlah harga perolehan ditambah laba tertentu.

2.2.2 Prinsip Murabahah

Prinsip murabahah sebagai akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan yang ditambah keuntungan atau margin yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli. Definisi lain dari murabahah menurut Kamus Istilah Keuangan dan Perbankan Syariah yang diterbitkan oleh Direktorat Perbankan Syariah, Bank Indonesia, murabahah merupakan jual beli barang dengan menyebutkan harga asal ditambah dengan keuntungan yang disepakati (Salman, 2012:141). Berdagang merupakan seni, bahwa modal dalam berdagang yang sebenarnya adalah kejujuran dan keadilan dalam transaksi. Kunci kesuksesan berdagang Nabi terletak pada sikap jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para konsumen.

2.2.3 Prinsip Mudharabah

Akad mudharabah merupakan akad yang paling mewakili prinsip muamalah dalam Islam. Oleh karenanya, akad mudharabah sangat mewujudkan nilai-nilai keadilan muamalah melalui sistem bagi hasil. Sebuah sistem yang mempertemukan shahibul maal (pemilik harta) dengan para masyarakat-masyarakat profesional yang siap mengelolanya. Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 07/DSN-MUI/IV/2000, pembiayaan mudharabah adalah

pembiayaan yang disalurkan oleh lembaga keuangan syariah maupun lembaga keuangan mikro syariah kepada pihak lain untuk usaha yang produktif atau pelaku UMKM

2.2.4 Lembaga Pembiayaan (LKS)

Lembaga pembiayaan sebagai badan usaha (organisasi) yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal. Lembaga pembiayaan meliputi: a)Perusahaan Pembiayaan, adalah badan usaha yang khusus didirikan untuk melakukan Sewa Guna Usaha, Anjak Piutang, Pembiayaan Konsumen, dan/atau usaha Kartu Kredit. b)Perusahaan Modal Ventura, adalah badan usaha yang melakukan usaha pembiayaan/penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan yang menerima bantuan pembiayaan (*investee Company*) untuk jangka waktu tertentu dalam bentuk penyertaan saham, penyertaan melalui pembelian obligasi konversi, dan atau pembiayaan berdasarkan pembagian atas hasil usaha, dan, c)Perusahaan Pembiayaan Infrastruktur, adalah badan usaha yang didirikan khusus untuk melakukan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana pada proyek infrastruktur.

Lembaga pembiayaan yang diperlukan oleh pelaku usaha mikro untuk peningkatan permodalan, pembiayaan yang diberikan oleh LKMS. Menurut Prastiawati & Darma (2016) meliputi pembiayaan kerjasama usaha yakni akad al-mudharabah dan al-musyarakah sedangkan jual beli yang disebut dengan akad al-murabahah. Lembaga peyaluran pembiayaan UMKM secara umum

menggunakan akad murabahah dengan margin keuntungan dan akad mudharabah dengan bagi hasil. Kedua akad tersebut memiliki risiko baik untuk UMKM ataupun LKMS. Oleh karena itu dalam prakteknya LKMS harus menerapkan Manajemen Resiko dengan maksimal (Suci, 2017).

2.2.5 Dasar Hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Upaya mendorong pemberdayaan masyarakat, khususnya pelaku usaha berpenghasilan menengah kebawah (UMKM) diperlukan dukungan yang komprehensif dari lembaga keuangan. Pelaku usaha terkendala akses pendanaan ke lembaga keuangan formal, untuk mengatasi kendala tersebut, masyarakat harus tumbuh dan berkembang banyak lembaga keuangan non-bank yang melakukan kegiatan usaha jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik yang didirikan pemerintah atau masyarakat. Lembaga-lembaga yang dikenal dengan sebutan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS), lembaga tersebut banyak yang belum berbadan hukum dan memiliki izin usaha, dalam rangka memberikan landasan hukum yang kuat atas operasionalisasi LKMS, pada 8 Januari 2013 telah diundangkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (<https://ojk.go.id/id>).

Dasar hukum UU No. 1/ 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (Undang-Undang LKM) dari hasil pembiayaan dan luas cakupan wilayah usaha lembaga keuangan mikro. Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK), SEOJK Nomor

29/SEOJK.05/2015 tentang Laporan Keuangan Lembaga Keuangan Mikro. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK):

- a. POJK Nomor 12/POJK.05/2014 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Lembaga Keuangan Mikro.
- b. POJK Nomor 13/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Lembaga Keuangan Mikro.
- c. POJK Nomor 14/POJK.05/2014 tentang Pembinaan dan Pengawasan Lembaga Keuangan Mikro.
- d. POJK Nomor 61/POJK.05/2015 tentang Perubahan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.05/2014 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Lembaga Keuangan Mikro.
- e. POJK Nomor 62/POJK.05/2015 tentang Perubahan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 13/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Lembaga Keuangan Mikro.

2.3 Keputusan Memilih Produk

2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Proses pembelian konsumen terjadi ketika individu memahami permasalahan atau kebutuhan (*problem recognition*) yang ditimbulkan oleh stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam diri individu yang bersangkutan. Bahwa rangsangan-rangsangan tersebut dapat memicu kemungkinan individu untuk melakukan pembelian. Setelah individu menyadari adanya kebutuhan, maka individu akan sampai pada tahap-tahap pencarian informasi (*information search*).

Keputusan atas suatu tindakan yang biasanya didasari kepada dua pilihan alternatif atau lebih. Nasabah sebagai pengguna dan memanfaatkan setiap yang ditawarkan lembaga baik berupa produk maupun jasa. Inti dari pengambilan keputusan nasabah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antara dua perilaku tersebut. Pemilihan tersebut didasarkan dari informasi dan pengetahuan yang didapatkan oleh nasabah (Sangadji & Sopiah, 2013:42). Pengambilan keputusan ialah proses memilih suatu alternatif atau cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi, keputusan juga memerlukan satu tindakan dalam membutuhkan beberapa langkah. Dapat saja langkah-langkah itu terdapat dalam pikiran seseorang yang sekaligus mengajaknya berpikir sistematis. Keputusan pembelian adalah suatu pilihan yang dibuat oleh masyarakat untuk melakukan pembelian suatu produk yang diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan (Amirullah, 2015:61).

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Beberapa faktor yang berdampak pada keputusan pembelian nasabah (Sangadji & Sopiah, 2013:48), yaitu:

1. Faktor Internal

Faktor internal atau disebut juga dengan faktor pribadi mencakup persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia dan gaya hidup merupakan peranan yang sangat penting dalam

pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan risiko yang dirasakan atas produk dan jasa yang memiliki fasilitas.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri atas budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok. Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan. Kemudian kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam berperilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka dalam pasar. Sebagai kelas sosial ditentukan oleh banyak faktor seperti pekerjaan, prestasi pribadi, interaksi, pemilikan, orientasi nilai, dan kesadaran kelas. Sedangkan keanggotaan dalam suatu kelompok terjadi karena adanya kesamaan hobi, profesi, pendidikan, suku, etnis, budaya, agama, bangsa dan lain-lain.

3. Faktor Situasional جامعة الرانري

Faktor situasional merupakan faktor yang timbul karena lingkungan fisik dan waktu. Situasi konsumen dapat dipisahkan menjadi tiga, yaitu situasi komunikasi, situasi pembelian, dan situasi pemakaian.

2.3.3 Indikator Keputusan Pembiayaan

Menurut Sangadji & Sopiah (2013:50) ada lima tahapan yang digunakan oleh nasabah dalam mengambil keputusan, yaitu:

a. Pengenalan Masalah

Pengenalan masalah merupakan tahap pertama dalam proses pengambilan keputusan pembeli, dimana pengambilan keputusan tersebut terjadi ketika konsumen melihat suatu masalah yang menimbulkan kebutuhan dan kemudian ia termotivasi untuk memilih suatu produk guna untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan masalah tersebut.

b. Pencarian Informasi;

Pencarian informasi merupakan tahap kedua dalam proses pengambilan keputusan, dimana pada tahap ini apabila konsumen tertarik terhadap suatu produk, maka mereka akan mencari informasi tentang produk-produk tersebut untuk membuat keputusan pembelian.

c. Evaluasi Berbagai Alternatif;

Pada tahap ini, konsumen akan membandingkan dan mengevaluasi berbagai macam merek produk yang diharapkan dapat mengatasi masalah yang dihadapi sehingga dapat memuaskan kebutuhan.

d. Keputusan Pembelian;

Keputusan pembelian merupakan tahap keempat dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar-benar membeli produk. Biasanya keputusan pembelian konsumen pembelian merek yang paling disukai. Akan tetapi, ada dua faktor yang bisa muncul diantara niat untuk membeli dan keputusan pembelian yang mungkin akan mengubah niat

tersebut. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi yang tidak diharapkan. Sehingga pilihan niat untuk membeli tidak selalu menghasilkan pilihan pembelian yang aktual.

e. Perilaku Pasca Pembelian;

Proses keputusan nasabah tidak berakhir pada saat produk dibeli, melainkan akan terus berlanjut sampai pasca pembelian. Setelah produk tersebut digunakan, mereka akan membandingkan tingkat kinerja suatu produk dengan harapan yang mereka miliki berdasarkan kepuasan dan ketidakpuasan yang mereka rasakan. Hubungan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan dari produk merupakan faktor yang menentukan apakah pembeli puas atau tidak.

2.4 Literasi

2.4.1 Pengertian Literasi

Literasi dalam bahasa latin sebagai *literatorus* yakni seseorang yang belajar. National Institut for Literacy sendiri menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi adalah kemampuan seseorang untuk membaca, menulis, berbicara, menghitung dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian yang diperlukan dalam pekerjaan, keluarga dan masyarakat. Selanjutnya Education Development Center (EDC) juga turut menjabarkan pengertian dari literasi, yaitu kemampuan individu untuk menggunakan potensi serta skill yang dimilikinya, dan tidak sebatas hanya kemampuan baca tulis saja. Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa literasi

adalah pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh individu tentang suatu keahlian dalam kehidupannya untuk mencapai kesejahteraan baik sekarang atau dimasa yang akan mendatang.

2.4.2 Macam-Macam Literasi

2.4.2.1 Literasi Dini (*Early Literacy*)

Kemampuan cara menyimak bahasa lisan serta berkomunikasi menggunakan gambar melalui bahasa lisan yang dibentuk oleh pengalamannya berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Pengalaman siswa dalam berkomunikasi dengan bahasa ibu menjadi pondasi perkembangan literasi dasar. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa literasi dini dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan tentang bahasa, dan literasi dapat memudahkan anak usia dini dalam berkomunikasi secara lisan dan gambar pada lingkungannya.

2.4.2.2 Literasi Dasar (*Basic Literacy*)

Kemampuan untuk mendengarkan, berbicara, membaca, menulis, dan menghitung. Dalam literasi dasar, kemampuan untuk mendengarkan, berbicara, membaca, menulis, dan menghitung berkaitan dengan kemampuan analisis untuk memperhitungkan, mempersepsikan informasi, mengomunikasikan, serta menggambarkan informasi berdasar pemahaman dan pengambilan kesimpulan.

2.4.2.3 Literasi Perpustakaan (*Library literacy*)

Perpustakaan agar lebih maju, lebih menarik dan memenuhi kebutuhan masyarakat, yaitu; peningkatan fasilitas, materi

pembelajaran, dan kapasitas layanan. Masyarakat literasi merupakan pendukung efektif bagi berkembangnya budaya belajar. Perpustakaan yang baik seharusnya bisa berfungsi sebagai pusat pembelajaran, bahkan bisa juga berfungsi sebagai agen perubahan bagi masyarakatnya.

2.4.2.4 Literasi Media (*Media Literacy*)

Kemampuan untuk mengetahui berbagai media yang berbeda, seperti media cetak, media elektronik, media digital, dan memahami tujuan dalam memanfaatkan teknologi. Melalui media literasi masyarakat bisa meningkatkan intelektual mereka dengan aktif mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhannya berdasarkan referensi yang ada, sehingga informasi yang didapat bisa menjawab kebutuhan yang dicari oleh individu itu sendiri.

2.4.2.5 Literasi Visual (*Visual Literacy*)

Pemahaman tingkat lanjut antara literasi media dan literasi teknologi, yang memanfaatkan materi visual dan audiovisual secara kritis dan bermartabat. Tafsir terhadap materi visual yang setiap hari membanjiri, baik dalam bentuk tercetak, di televisi maupun internet, haruslah terkelola dengan baik. Bagaimanapun di dalamnya banyak manipulasi dan hiburan yang benar-benar perlu disaring berdasar etika dan kepatutan.

2.4.2.6 Literasi Teknologi (*Technology Literacy*)

Kemampuan memahami kelengkapan yang mengikuti teknologi seperti peranti keras (*hardware*), peranti lunak (*software*), serta etika dalam memanfaatkan teknologi. Berikutnya, dapat

memahami teknologi untuk mencetak, mempresentasikan, dan mengakses internet. Dalam praktiknya, juga pemahaman menggunakan komputer (*Computer Literacy*) yang di dalamnya mencakup menghidupkan dan mematikan komputer, menyimpan dan mengelola data, serta menjalankan program perangkat lunak. Berdasarkan definisi tersebut, maka literasi teknologi dapat dimaknai sebagai kemampuan yang terdiri dari aspek ilmu pengetahuan, keterampilan berpikir kritis, serta pembuatan keputusan dalam upaya pemanfaatan teknologi/ inovasi hasil karya manusia secara efektif khususnya pada dunia pendidikan.

2.4.3 Tujuan Literasi

- a. Membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat dengan caramembaca berbagai informasi bermanfaat.
- b. Membantu meningkatkan tingkat pemahaman seseorang dalam mengambil kesimpulan dari informasi yang dibaca.
- c. Meningkatkan kemampuan seseorang dalam memberikan penilaian kritis terhadap suatu karya tulis.
- d. Membantu menumbuhkan dan mengembangkan budi pekerti yang baik di dalam diri seseorang. Meningkatkan nilai kepribadian seseorang melalui kegiatan membacadan menulis.
- e. Menumbuhkan dan mengembangkan budaya literasi di tengah-tengah masyarakat secara luas.
- f. Membantu meningkatkan kualitas penggunaan waktu seseorang sehingga lebih bermanfaat.

2.4.4 Manfaat Literasi

- a. Menambah perbendaharaan kata “kosa kata” seseorang.
- b. Mengoptimalkan kinerja otak karena sering digunakan untuk kegiatan membaca dan menulis.
- c. Mendapat berbagai wawasan dan informasi baru.
- d. Kemampuan interpersonal seseorang akan semakin baik.
- e. Kemampuan memahami makna suatu informasi akan semakin meningkat.
- f. Meningkatkan kemampuan verbal seseorang.
- g. Meningkatkan kemampuan analisis dan berpikir seseorang.
- h. Membantu meningkatkan daya fokus dan kemampuan konsentrasi seseorang.
- i. Meningkatkan kemampuan seseorang dalam merangkai kata yang bermakna dan menulis.

2.4.5 Literasi Keuangan Syariah

Dalam buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia bahwa literasi keuangan merupakan rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keyakinan (confidence), keterampilan (skill) konsumen dan masyarakat luas, sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik (Otoritas Jasa Keuangan-OJK). Terhambatnya pembangunan ekonomi negara diakibatkan kurangnya akses ke lembaga keuangan, sehingga banyak masyarakat yang terjebak dalam modus kejahatan dari penjual produk-produk keuangan. Jika

kurangnya pengetahuan seseorang terhadap keuangan dapat menimbulkan beberapa persoalan keuangan seperti, terjadinya pemborosan dalam mengkonsumsi kebutuhan sehari-hari akibat dari perkembangan perekonomian, terhambatnya akses ke pasar keuangan untuk melakukan investasi. Masyarakat yang sukses adalah seseorang yang memiliki pengetahuan yang memadai terhadap aspek keuangan dapat membantunya dalam menentukan jenis-jenis produk keuangan yang tepat sehingga dapat memaksimalkan investasi keuangannya.

Literasi keuangan merupakan sesuatu yang sangat diperlukan oleh seseorang untuk mengatur keuangannya agar terlepas dari resiko keuangan yang terjadi. Keterbatasan keuangan tidak hanya disebabkan oleh kurangnya pendapatan seseorang tetapi juga dapat disebabkan karena kesalahan dalam menyusun perencanaan keuangan seperti tidak cermatnya dalam pengelolaan keuangan, kurang bijak dalam pemakaian kartu kredit, selain dari itu keterbatasan keuangan juga dapat menyebabkan kurangnya kepercayaan diri.

Literasi keuangan adalah kecakapan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengatur keuangannya sehingga terhindar dari kesulitan keuangan dimasa yang akan datang. Untuk mengatasi masalah keuangan bukan hanya pemahaman mengenai literasi keuangan saja yang diperlukan tetapi juga melibatkan kondisi lingkungan, keturunan, sosial, situasi, perilaku, emosi, dan minat. Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016

bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka kesejahteraan.

Landasan teologis mengenai sikap keuangan dalam Al-Quran terkandung dalam surah Al-Furqon ayat 67 yang artinya: *“Dan orang-orang yang membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.* Al-Furqon ayat 67 mengisyaratkan bahwa hamba-hamba Allah itu memiliki harta benda sehingga mereka bernaikah, dan bahwa harta itu mencukupi kebutuhan mereka sehingga mereka dapat menyisihkan sedikit atau banyak dari harta tersebut. Ayat tersebut juga memiliki isyarat bahwa mereka sukses dalam usaha mereka untuk meraih kebutuhan hidup, bukannya orang-orang yang mengandalkan bantuan orang lain. Hal ini akan semakin jelas, jika sependapat dengan ulama yang menegaskan bahwa nafkah yang dimaksudkan adalah sunnah, bukan nafkah wajib. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan atau pemahaman seseorang terhadap keuangan sehingga memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan dan dapat mengambil keputusan keuangan sesuai dengan kebutuhan untuk mencapai kesejahteraan dimasa mendatang.

Literasi keuangan syariah merupakan terjemahan dari *financial literacy* yang artinya melek keuangan syariah. Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa konsumen produk dan jasa

keuangan maupun masyarakat luas diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku masyarakat dalam pengelolaan keuangan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraannya.

Pada konteks pembangunan literasi keuangan syariah dapat diartikan bahwa konsumen produk dan jasa keuangan syariah maupun masyarakat luas diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan syariah serta produk dan jasa keuangan syariah, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku seseorang dalam pengelolaan keuangan secara syariah sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka. Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah adalah pengetahuan atau pemahaman yang dimiliki oleh individu terhadap keuangan syariah seperti mengetahui produk dan jasa keuangan syariah sehingga mengetahui akad-akad syariah untuk mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip dalam Islam.

Maka dapat disimpulkan literasi keuangan syariah merupakan kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuan keuangan, kemampuan dan sikap untuk mengelola sumber keuangannya agar sesuai dengan prinsip syariah (Nesner, Novita, Irdyanti, & Azwar. (2023). Adapun prinsip-prinsip keuangan syariah yaitu keyakinan pada tuntutan Ilahi, tidak ada investasi haram, menghindari riba, menghindari ketidakpastian (tidak gharar), tidak judi ataupun spekulasi (maysir), pembiayaan berdasarkan aset riil dan menggunakan prinsip berbagi resiko.

2.4.6 Tingkat Literasi Keuangan

Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) diimplementasikan dengan sejumlah aksi keuangan. Salah satu aksi yang sekaligus sebagai pilar SNKI adalah edukasi keuangan. Edukasi keuangan ini dimaksudkan untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, agar mereka siap mengakses berbagai layanan keuangan formal yang tersedia. Pelaksanaan edukasi dalam rangka meningkatkan keuangan masyarakat sangat diperlukan karena berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2014 bahwa tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian, yakni:

- a) *Well Literate* yaitu kelompok masyarakat yang sudah memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan. Artinya mereka paham dan yakin dengan fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. Mereka juga telah terampil menggunakan produk dan jasa keuangan.
- b) *Sufficient Literate* yaitu masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. Namun, mereka tidak terampil menggunakan produk dan jasa keuangan tersebut.
- c) *Less Literate* yaitu masyarakat yang hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- d) *Not Literate* yaitu masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan

jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Sedangkan menurut Chen & Volpe (1998) dalam Robaka&Yowi (2021) literasi keuangan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

- a) < 60% yang berarti individu memiliki pengetahuan tentang keuangan yang rendah. bahwa individu yang memiliki tingkat literasi yang rendah cenderung berpendapat negatif tentang keuangan dan membuat keputusan yang salah. Bahwa individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang rendah akan menyebabkan perencanaan keuangan yang salah dan tidak terencana.
- b) 60%–79% yang berarti individu memiliki pengetahuan tentang keuangan sedang. Dalam penelitian bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan pada kategori sedang sudah memiliki pengetahuan keuangan namun kurang terampil dalam mengelola keuangan pribadi mereka.
- c) >80% yang menunjukkan bahwa individu memiliki pengetahuan keuangan tinggi. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan mampu membuat keputusan keuangan dalam kehidupannya dan menerima tanggung jawab atas tindakan yang mereka lakukan. Mempunyai tingkat literasi keuangan yang baik merupakan hal yang perlu dimiliki setiap individu, untuk kesejahteraan hidup dimasa yang akan datang.

Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh masyarakat akan semakin mudah dalam mengelola keuangan dalam kehidupan sehari-hari dengan memilih produk sesuai kebutuhan

dan kemampuan pelaku usaha. Kategorian didasarkan pada persentase jawaban responden yang benar dari sejumlah pernyataan yang disampaikan untuk mengukur tingkat literasi keuangan.

2.4.7 Indikator Literasi Keuangan Syariah

Menurut Chen & Volpe (1998) dalam Putri & Hamidi (2019) untuk mengukur tingkat literasi keuangan individu bisa dilihat dari 4 aspek literasi keuangan berdasarkan dari penelitian terdahulu yaitu:

- a. **Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan**
Merupakan pengetahuan dasar mengenai prinsip pengelolaan keuangan yang dimiliki suatu individu yang digunakan sebagai patokan perngelolaan keuangan syariah baik usaha, keluarga, maupun pribadinya.
- b. **Pengelolaan pembiayaan**
Kemampuan nasabah sebagai debitur dalam mengelola pembiayaannya agar digunakan secara efektif dan efisien sesuai tujuan.
- c. **Pengelolaan tabungan atau investasi**
Pengelolaan tabungan digunakan untuk penempatan dana yang dimiliki individu untuk kemudahan akses likuiditas, perencanaan keuangan, serta keamanan dana yang disimpan. Investasi merupakan pengelolaan untuk pengawasan dalam penanaman modal agar memperoleh keuntungan.
- d. **Manajemen resiko pembiayaan**
Manajemen resiko pembiayaan adalah proses terstruktur serta sistematis dalam penanganan mengendalikan dan memonitor

resiko pembiayaan dengan tujuan untuk meminimalisir resiko yang timbul atas sebuah keputusan yang telah dibuat.

2.5 Reputasi Perusahaan

2.5.1 Pengertian Reputasi

Reputasi sebagai aset yang paling berharga perusahaan yang tampak, namun merupakan aset terpenting sebuah perusahaan besar (Riza et al., 2021). Pihak manajemen perusahaan selalu berusaha menjalankan strategi komunikasi melalui program dan kegiatan yang bertujuan melakukan pendekatan terhadap khalayak dalam membangun reputasi pada perusahaan, sehingga dapat dinilai baik serta menimbulkan suatu keyakinan yang ada pada diri masyarakat terhadap perusahaan.

Reputasi adalah kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Reputasi perusahaan sebagai citra image atau nama baik lembaga dan memiliki daya tarik lebih tinggi bila dibandingkan dengan perusahaan yang kurang baik image dimata masyarakat (Umiyati & Syaima, 2018). Bagi perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi sangat menentukan perusahaan dan aset yang tidak nyata (*intangible asset*) bagi lembaga tersebut.

Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih jauh dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan

kepada pasar. Simbol dari reputasi atas nama perusahaan jika dikelola dengan baik, akan mempresentasikan perusahaan agar didukung, bahkan akan sangat bernilai bagi masyarakat sehingga dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan dimana tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebelumnya serta apa yang akan dilakukan sebagai entitas (memiliki keberadaan) di masyarakat sehingga perusahaan akan tetap diingat dengan baik.

Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, reputasi sebuah perusahaan yang sama dapat berbeda dimata dua orang yang berlainan, baik mereka yang mengenal perusahaan tersebut adalah perusahaan baik ataupun masyarakat yang mengenal perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang buruk. Dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan merupakan suatu persepsi dari masyarakat yang berhubungan baik langsung maupun tidak dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan dan layanan serta menyediakan yang terbaik kepada calon dan nasabahnya.

2.5.2 Reputasi Sebagai *Marketing*

Reputasi erat hubungan dengan *marketing* (pemasaran) dan sangat menentukan upaya pemasaran yang dilakukan suatu lembaga, terutama merujuk adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (brand image), citra perusahaan (*company image*), reputasi merk (brand reputation), nama yang terbaik (the

best name), pelayanan prima (*service excellent*) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.

Joe Marconi (1993) mengemukakan tentang *beyond branding* bahwa orang-orang yang memandang satu benda yang sama dapat mempunyai persepsi yang berlainan terhadap suatu benda (Mudiantono & Sitanggang, 2017). Reputasi perusahaan sebagai aset abstrak yang dimiliki dalam bentuk penilaian melalui persepsi masyarakat dan mempengaruhi cara pandang baik ataupun buruk dari persepsi masyarakat adalah tergantung dari perusahaan itu sendiri.

2.5.3 Indikator Reputasi Perusahaan

Terdapat tiga indikator yang dapat membangun sebuah reputasi perusahaan sebagai tempat yang baik dan layak dimata karyawan, nasabah dan calon nasabah (masyarakat) menurut Fomburn (1996:112) dalam Pinaraswati & Amri (2021), yaitu:

a. **Membangun Kepercayaan Stakeholder.**

Membangun kepercayaan stakeholder bisa berdasarkan dari pelayanan serta produk yang diberikan perusahaan.

b. **Meningkatkan Kinerja Perusahaan.**

Hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dalam melayani nasabahnya.

c. **Menimbulkan Perasaan Bangga.**

Seorang karyawan akan memiliki keterlibatan emosional yang tinggi terhadap perusahaan apabila perusahaan menghargainya.

Menurut Herman, (2008:138) dalam Makalew, Mananeke., & Tawas (2016). menyatakan

“A brand is the anticipation of consumer feel, toward a specific benefit toward about to be derived from a identified source (a product, a service, and so forth) often associated with a standardized set of symbolic representation (name, logo, emblem, color, tagline, image, etc).”

Ada beberapa indikator yang dapat diukur kepada variable reputasi lembaga adalah sebagai berikut:

- a. Nama baik,
Nama baik adalah persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dibangun oleh lembaga.
- b. Baik dibanding pesaing,
Reputasi baik dibanding pesaing adalah persepsi para pelanggan mengenai seberapa baik reputasi perusahaan tersebut jika dibandingkan dengan lembaga lain.
- c. Dikenal luas, dan.
Dikenal luas menunjukkan persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama lembaga yang dimaksud sudah dikenal oleh masyarakat luas.
- d. Mudah diingat
Kemudahan diingat adalah persepsi para nasabah akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama perusahaan yang dimaksud

2.6 Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian sebelumnya yang dapat membantu untuk melihat perkembangan suatu objek penelitian tertentu dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu untuk mendapatkan informasi mengenai penelitian yang terkait dengan judul penelitian. Tujuan untuk melihat kelebihan dan kekurangan dari penelitian sebelumnya. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal yang dijadikan referensi terkait penelitian seperti kajian:

Penelitian Uswah, Fitriyah & Lenap (2024) untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan, fluktuasi harga emas, kualitas pelayanan dan literasi keuangan terhadap minat nasabah berinvestasi melalui cicilan emas pada PT. Pegadaian cabang Masbagik. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden dengan metode probability sampling (jenis simple random sampling). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) melalui software SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi dan fluktuasi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi melalui cicilan emas. Sedangkan kualitas pelayanan dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi melalui cicilan emas.

Kajian yang dilakukan Zulfa & Fauzi (2024) dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah nasabah, hal ini diduga kurangnya edukasi dan informasi serta citra merek yang lemah sehingga menyebabkan nasabah kurang termotivasi untuk menggunakan pembiayaan. Objek penelitian, nasabah pembiayaan Qardh di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Bandung. Jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi pustaka, kuesioner. Teknik pengambilan sampelnya *non-probability sampling* dengan jenis sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan variabel tingkat literasi keuangan, citra merek dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah pembiayaan.

Arifin & Mukhlis (2022) menganalisis tentang pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap keputusan pengambilan pembiayaan usaha rakyat di bank BSI Malang Soetta. Penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik angket terhadap nasabah pembiayaan yang terdaftar kurun waktu minimal satu tahun. Teknik *sampling purposive* dengan kriteria tertentu digunakan untuk mengumpulkan sampel sebanyak 64 responden. Pembuktian hipotesis digunakan metode regresi linier Ordinary Least Square (OLS). Hasil hipotesis penelitian menunjukkan bahwa keputusan pengambilan pembiayaan usaha rakyat dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan dan religiusitas yang dimiliki nasabah

Kemudian Falevy, Suryani, & Priyatno (2022) meneliti pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan persepsi

mahasiswa jabodetabek terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah. Metode riset yang digunakan berjenis kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 181 responden yang disebarluaskan kepada para mahasiswa yang menggunakan perbankan syariah di Jabodetabek melalui kuesioner. Teknik analisis data uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan bantuan peranti lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 25. Hasil menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, religiusitas dan persepsi mahasiswa jabodetabek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah.

Kemudian kajian yang dilakukan oleh Nur'aeni & Widyasari (2022) meneliti peran tingkat literasi keuangan syariah dan akses pembiayaan bank syariah terhadap kinerja usaha mikro kecil yang dimiliki muslim di Kabupaten Bandung, yang merupakan kota/kabupaten dengan kepemilikan UMKM terbanyak di daerah Bandung Raya yang meliputi Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, dan Kabupaten Bandung Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatoris. Tahapan penelitian yang dilakukan adalah diawali dengan menyiapkan instrumen penelitian berupa kuesioner sebagai alat untuk menarik data primer dari responden. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang

merupakan pemilik UMKM Muslim dikemudian setelah data terkumpul kemudian direkapitulasi dan dianalisis menggunakan pendekatan Partial Least Square dengan bantuan aplikasi WarpPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah dan akses pembiayaan bank syariah tidak mempengaruhi kinerja UMK secara signifikan. Sementara itu, tingkat literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi kemudahan akses pembiayaan bank syariah bagi UMK di Kabupaten Bandung. Persamaan penelitian ini ialah metode yang digunakan, pengambilan data menggunakan kuesioner dan variabel literasi keuangan serta pembiayaan. Perbedaan penelitian ini dengan terdahulu ialah variabel kinerja usaha UMKM serta populasi dan sampel penelitian.

Penelitian Widyakto, Liana & Rinawati (2022) menguji pengaruh literasi keuangan, sikap, dan gaya hidup terhadap keuangan perilaku mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan pegawai pada Universitas Semarang angkatan 2019/2020. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa aktif prodi manajemen angkatan semester ganjil 2019/2020. Sampel penelitian menggunakan metode purposive sampling suatu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini terkumpul 123 responden, menggunakan jenis data kuantitatif dan sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik analisis data dengan regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil

penelitian menunjukkan hanya sikap keuangan saja yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, sedangkan variabel lain seperti literasi keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Artinya, sikap keuangan akan mempengaruhi hal tersebut dalam meningkatkan kualitas perilaku keuangan pada mahasiswa.

Kemudian penelitian Pinaraswati & Amri (2021) bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, reputasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa. Jenis pendekatan kuantitatif dan sampel penelitian adalah pelanggan Wedding and Event Organizer di Surabaya sebanyak 35 orang. Teknik pengambilan sampel jenuh dengan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda GLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (a) berdasarkan hasil uji secara serempak (simultan) dan individu (parsial) variabel harga, promosi, reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan (b) variabel harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan.

Kajian Furnawati, Ferawati & Mubyarto (2021) tentang pengaruh pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, Bungo, Jambi. Jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa skunder dan primer, penyebaran kuesioner menggunakan teknik pengambilan sampelnya non probability sampling dengan jumlah 100 orang.

Metode analisis data uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan bantuan peranti lunak OLS atau SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian yang dilakukan oleh Riza et al. (2021) dengan menganalisis dampak pengetahuan, kepribadian, dan reputasi perusahaan terhadap keputusan memilih produk bank syariah di kotamadya Banda Aceh. Dengan menggunakan data probability sampling jenis cluster random sampling pada 9 (sembilan) kecamatan, dengan metode analisis OLS, asumsi klasik, validitas dan reliabilitas. Dengan hasil baik secara individu maupun serempak yakni variabel pengetahuan, kepribadian, dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh pada keputusan masyarakat memilih produk syariah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Darmawan & Fatiharani (2019) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit usaha pada pelaku usaha sektor informal di Kecamatan Purwokerto Barat, yang terdiri dari literasi keuangan, faktor demografi (usia, pendapatan, pekerjaan, pendidikan) dan akses permodalan. Sampel pada penelitian ini sejumlah 202 orang yang diambil dengan purposive sampling. Teknik analisa data menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan regresi linier

berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, usia, pekerjaan dan akses permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit usaha, pendidikan tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit usaha begitu juga variabel pendapatan bernilai negatif dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit usaha.

Kemudian Mulyanto, Rasipan, & Andriyani (2018) menganalisis reputasi dalam mendorong kepercayaan dan minat beli konsumen produk makanan UMKM di Cileungsi Kabupaten Bogor dengan jalan menyebarkan kuesioner konsumen produk makanan UMKM. Konsumen yang dijadikan responden berjumlah 100 orang dengan pengambilan sampel dilakukan teknik accidental sampling. Data hasil kuesioner dianalisis dengan menggunakan model persamaan structural (Structural Equation Modelling). Reputasi mempengaruhi minat beli konsumen produk makanan UMKM secara langsung, maupun tidak langsung melalui kepercayaan yaitu reputasi meningkatkan kepercayaan dan mendorong minat beli konsumen; (a) variabel reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kepercayaan dengan arah positif; (b) variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli konsumen UMKM makanan dengan arah positif; (c) reputasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen UMKM makanan dengan arah positif.

Penelitian yang dilakukan Rakhmanita (2018) tentang faktor apa saja yang dominan menjadi pilihan nasabah dalam memilih

pendanaan produk Arum Haji. Penelitian menggunakan metode survei yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen datanya koleksi. Unit analisis yang dipilih yakni nasabah Babakan Pegadaian Syariah yang mengambil keputusan pilihan produk Arum Haji. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan metode uji hipotesis dan instrumen data menggunakan uji regresi linear berganda (uji t, uji f dan uji- R^2). Menemukan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pembiayaan haji. Strategi pemasaran yang harus dikembangkan dan dimaksimalkan perhatian promosi, karena variabel ini mempunyai nilai positif dan signifikan terhadap keputusan memilih arum haji masyarakat Babakan Tangerang.

Penelitian Umiyati & Syaima. (2018). menguji dan menganalisis pengaruh merek, reputasi, kualitas layanan, dan lokasi terhadap keputusan nasabah di BJB Syariah. Mengambil sampel penelitian menggunakan metode pengumpulan data yang disebut purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 60 responden dengan data yang diperoleh dan dianalisis menggunakan teknik analisis Partial Least Square melalui perangkat lunak PLS versi 3.2.7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah; (2) reputasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah; dan (3) kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah (4) dan juga lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama (Tahun) Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Uswah, et al (2024) "Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik"	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Objek penelitian, nasabah tabungan emas ➢ Jenis penelitian asosiatif (pendekatan kuantitatif) ➢ Pengumpulan data kuesioner. ➢ Non-probability sampling (<i>purposive sampling</i>) 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi dan fluktuasi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi melalui cicilan emas. sedangkan kualitas pelayanan dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi melalui cicilan emas.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Minat nasabah ➢ literasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Lokasi: Pegadaain Cabang Masbagik ➢ Variabel: fluktuasi harga emas, kulaitas pelayanan SEM-PLS
2	Zulfa & Fauzi (2024) "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Citra Merek, dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Qardh di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Bandung"	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Objek penelitian, nasabah pembiayaan Qardh ➢ Jenis penelitian asosiatif (pendekatan kuantitatif) ➢ Pengumpulan data kuesioner. ➢ Non-probability sampling (<i>purposive sampling</i>) 	Hasil penelitian menunjukkan variabel tingkat literasi keuangan, citra merek dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah pembiayaan.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Keputusan pembiayaan ➢ Regresi (OLS) ➢ literasi keuangan ➢ Citra Merek, dan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Lokasi: bank BTN Syariah KC Bandung. ➢ Variabel: Motivasi

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama (Tahun) Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	Arifin& Mukhlis (2022) “pengaruh literas keuangan syariah dan religiusitas terhadap keputusan pengambilan pembiayaan usaha rakyat di bank BSI Malang Soetta”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Penelitian kuantitatif ➢ teknik angket terhadap nasabah pembiayaan ➢ Teknik purposive sampling ➢ menggunakan metode OLS. 	Hasil hipotesis penelitian menunjukkan bahwa keputusan pengambilan pembiayaan usaha rakyat dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan dan religiusitas yang dimiliki nasabah	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Keputusan pembiayaan ➢ OLS ➢ literasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Lokasi: bank BSI Malang Soetta ➢ Variabel: religiusitas
4	Falevy et al. (2022) “pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan persepsi mahasiswa jabodetabek terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah”.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Metode riset kuantitatif ➢ Teknik <i>purposive sampling</i> untuk penyebaran kuesioner ➢ Teknik analisis regresi linier berganda 	literasi keuangan syariah, religiusitas dan persepsi mahasiswa jabodetabek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Keputusan pembiayaan ➢ literasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Lokasi: Jabodetabek ➢ Variabel: religiusitas, persepsi
5	Nur’aeni & Widyasari (2022) “Peran tingkat literasi keuangan syariah dan akses pembiayaan bank syariah terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil yang dimiliki muslim di Kabupaten Bandung”.	<p>Metode metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatoris. data dianalisis menggunakan pendekatan Partial Least Square dengan bantuan aplikasi WarpPLS.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 	bahwa tingkat literasi keuangan syariah dan akses pembiayaan bank syariah tidak mempengaruhi kinerja UMKM Sementara itu, tingkat literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi kemudahan akses pembiayaan	<ul style="list-style-type: none"> ➢ variabel literasi keuangan ➢ Variabel Akses pembiayaan ➢ metode pengumpulan data kuesioner. 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel kinerja usaha, ➢ karakteristik usaha ➢ populasi dan sampel penelitian.

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama (Tahun) Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
6	Widyakto et al. (2022) “Pengaruh literasi keuangan, sikap, dan gaya hidup terhadap keuangan perilaku mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan pegawai pada Universitas Semarang angkatan 2019/2020.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Populasi mahasiswa aktif prodi manajemen angkatan semester ganjil 2019/2020. ➢ Sampel metode purposive sampling ➢ Kuantitatif dengan data primer. ➢ Teknik analisis data dengan regresi linier berganda (GLS) 	Hanya sikap keuangan yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, sedangkan variabel literasi keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Artinya, sikap keuangan akan mempengaruhi hal tersebut dalam meningkatkan kualitas perilaku keuangan mahasiswa.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Keputusan pembiayaan ➢ literasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Lokasi: Semarang ➢ Variabel: persepsi sikap, dan gaya hidup
7	Pinaraswati & Amri (2021) “Analisis pengaruh harga, promosi, reputasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa wedding and event organizer di Surabaya”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Riset pendekatan kuantitatif ➢ Data primer (kuesioner) ➢ Regresi (OLS) ➢ Responden 35 (pelanggan <i>wedding and event organizer</i>) ➢ teknik <i>nonprobability sampling</i> kategori <i>canvinance sampling</i> (sampel jenuh) 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Semua variabel harga, promosi, reputasi, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan jasa (positif dan signifikan) ➢ variabel harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel reputasi ➢ Variabel keputusan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel harga, promosi, kualitas pelayanan ➢ Lokasi penelitian Surabaya ➢ Teknik sampel penelitian pada Jasa wedding and event organizer

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama (Tahun) Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
8	Furnawati et al. (2021) “Pengaruh pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, Bungo, Jambi”.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Jenis penelitian asosiatif ➢ teknik pengumpulan data primer (angket) ➢ non-probability sampling ➢ analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah baik secara parsial maupun simultan. 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Keputusan pembiayaan ➢ OLS ➢ Literasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Lokasi: Jambi ➢ Variabel: pendapatan, religiusitas
9	Riza et al. (2021) “Analisis pengaruh pengetahuan, kepribadian, dan reputasi terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah di Banda Aceh”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Riset pendekatan kuantitatif ➢ Data primer (kuesioner) ➢ Regresi (OLS) ➢ Sampel pada 9 kecamatan kota banda ➢ teknik <i>probability sampling</i> kategori <i>cluster random sampling</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ variabel pengetahuan, kepribadian, reputasi, baik secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel reputasi ➢ Variabel keputusan memilih 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel pengetahuan, kepribadian ➢ Lokasi penelitian Bank syariah ➢ Teknik sampel penelitian
10	Darmawan & Fatiharani. (2019). “Literasi keuangan, faktor demografi dan akses permodalan pengaruhnya terhadap keputusan pengambilan kredit usaha sektor informal di Kecamatan Purwokerto Barat”.	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Sampel : pada penelitian yang diambil dengan <i>purposive sampling</i>. ➢ Teknik analisa data menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan ➢ regresi linier berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Literasi keuangan, usia, pekerjaan dan akses permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit usaha, pendidikan tidak berpengaruh terhadap keputusan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Keputusan pembiayaan ➢ OLS ➢ Literasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Lokasi: Manado, Sulut ➢ Variabel: faktor demografi dan akses permodalan

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama (Tahun) Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>pengambilan kredit usaha begitu juga variabel pendapatan bernilai negatif dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit usaha.</p>		
11	<p>Mulyanto et al (2018) “Reputasi dalam mendorong kepercayaan dan minat beli konsumen produk makanan UMKM di Cileungsi” (jurnal sinta4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Riset pendekatan kuantitatif (predictor) ➢ Data primer (kuesioner) ➢ Analisis data model SEM (Smart PLS) ➢ Responden 100 orang Cileungsi ➢ teknik <i>nonprobability sampling</i> kategori <i>accidental sampling</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ variabel reputasi mempengaruhi minat beli konsumen produk makanan UMKM secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan yaitu reputasi meningkatkan kepercayaan dan mendorong minat beli konsumen ➢ reputasi berpengaruh terhadap kepercayaan (arah positif) ➢ kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli konsumen (arah positif) ➢ reputasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen (arah positif). 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel reputasi 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel kepercayaan, minat beli ➢ Lokasi penelitian Bogor ➢ Teknik sampel penelitian ➢ Produk UMKM.

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama (Tahun) Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
12	Rakhmanita (2018) “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah pembiayaan haji memilih pegadaian syariah”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Riset pendekatan kuantitatif (penelitian survey) ➢ Data primer (kuesioner) ➢ Regresi (OLS) ➢ Sampel slovin ➢ Skala likert ➢ Responden masyarakat Babakan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ secara simultan maupun parsial variabel pelayanan, promosi, lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pembiayaan ➢ variabel promosi yang paling dominan di antara variabel lain pengaruh terhadap keputusan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel reputasi ➢ Variabel keputusan memilih 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel pengetahuan, kepribadian ➢ Lokasi penelitian Tagerang ➢ Teknik sampel penelitian ➢ Produk pembiayaan arum haji
13	Umiyati & Syaima. (2018). “Pengaruh merek, reputasi, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di BJB Syariah, Ciputat”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Riset pendekatan kuantitatif (penelitian survey) ➢ Data primer (kuesioner) ➢ Regresi (OLS) ➢ Sampel slovin ➢ Skala likert ➢ Responden masyarakat Babakan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah; ➢ reputasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah; ➢ kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah ➢ lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel reputasi ➢ Variabel keputusan menggunakan produk tabungan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Variabel merk, kualitas layanan, lokasi ➢ PLS versi 3.2.7.

Sumber: Data Diolah (2024)

2.7.1 Pengaruh Antar Variabel Penelitian

2.7.1 Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan

Konsep literasi keuangan syariah salah satu komponen kunci dalam meningkatkan inklusifitas produk bank syariah. hal ini menunjukkan bahwa memberikan edukasi tentang literasi keuangan syariah kepada masyarakat dapat secara signifikan meningkatkan keputusan untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh lembaga syariah (Adiyanto & Purnomo (2021). Sebaliknya, keterbatasan literasi di kalangan masyarakat dapat menghambat minat pengusaha dalam memanfaatkan produk-produk pembiayaan lembaga syariah. Selain itu, kemajuan teknologi telah memperkenalkan berbagai konsep produk syariah baru, yang memerlukan edukasi yang lebih luas mendalam agar masyarakat dapat memahaminya dengan baik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuaraini(2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk lembaga syariah. Penelitian Bintarto (2021) menyatakan pembiayaan di sektor perbankan syariah memiliki potensi untuk mendukung pemulihan ekonomi Nasional dan menjadi solusi bagi pelaku usaha UMKM. Pembiayaan memberikan peluang kepada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan modal agar mampu mengembangkan usahanya.

2.7.2 Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan

Nama baik dan akan memiliki daya tarik lebih tinggi bila dibandingkan dengan perusahaan yang kurang baik image dimata

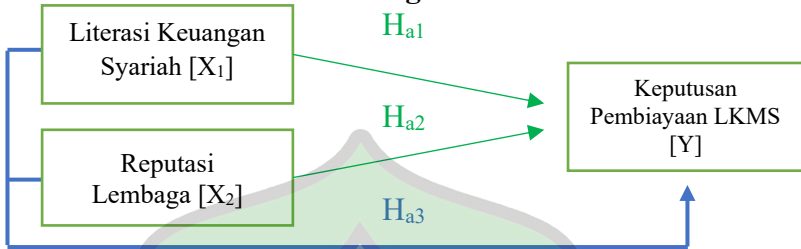
konsumen (Umiyati dan Syaima, 2018). Kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah lembaga/organisasi diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Pihak lembaga menghasilkan suatu produk maupun jasa, maka reputasi sangat menentukan lembaga sebagai aset (*intangible asset*). Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan lembaga sebagai entitas.

Reputasi mempengaruhi minat beli konsumen produk makanan UMKM secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan yaitu reputasi meningkatkan kepercayaan dan mendorong minat beli konsumen Mulyanto et al. (2018). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Riza et al. (2021) menemukan bahwa reputasi berdampak pada keputusan memilih produk bank syariah dikotdy Banda Aceh. Hasil penelitian Pinaraswati & Amri (2021) menemukan reputasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan.

2.7 Kerangka Pemikiran

Penelitian membahas pengaruh literasi keuangan syariah dan reputasi terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan pada lkms mahirah kota Banda Aceh. Kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 2.1, menjelaskan bahwa pembiayaan syariah memiliki pengaruh terhadap ketahanan UMKM, begitu juga dengan literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap ketahan UMKM, sehingga pembiayaan syariah dan literasi keuangan secara bersama-sama diharapkan memiliki pengaruh terhadap ketahanan UMKM.

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Diolah (2025).

2.8 Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik sebagai jawaban sementara atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah, hal ini sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiris yang terkumpul (Sugiyono, 2017). Melihat dari kerangka pemikiran yang digunakan merupakan alur pengaruh antar variabel penelitian, maka hipotesis statistic dapat diterangkan sebagai berikut:

- H_{a1}: Literasi keuangan syariah memiliki pengaruh terhadap keputusan pembiayaan
- H_{a2}: Reputasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembiayaan
- H_{a3}: Literasi keaungan syariah dan reputasi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembiayaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dengan sistematis mengukur dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan reputasi terhadap keputusan pelaku usaha mengambil pembiayaan. Metode kuantitatif dipilih untuk memberi arti metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan alat ukur statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Pasar Mahirah Kota Banda Aceh, dengan responden penelitian yaitu para pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM) yang mengambil pembiayaan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Mahirah Muamalah. Penelitian ini dilakukan untuk menilai tingkat literasi keuangan syariah serta pengaruh reputasi LKMS Mahirah Muamalah terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian kepada seluruh pelaku usaha di pasar induk Mahirah kota Banda Aceh yang mencakup semua anggota

UMKM yang ada di wilayah tersebut, namun karena jumlahnya yang besar, penelitian menggunakan sampel yang mewakili populasi tersebut. Sampel penelitian merupakan subkelompok dari populasi yang dipilih untuk memberikan informasi yang dapat mewakili keseluruhan populasi (Anjarwati, et al., 2024).

Sebagai sasaran penelitian yang dilakukan untuk jumlah observasi menjadi populasi dalam penelitian yakni seluruh pelaku UMKM di kota Banda Aceh wilayah Lamdingin yang merupakan terbanyak diantara semua gampong lain yakni sebanyak 1.218 UMKM dan merupakan keberadaan mereka sebagiabesar di pasar tradisional Mahirah, sehingga banyak pedagang mikro melakukan usaha di pusat pasar tradisional tersebut. sebagai dasar total data responden yang dibutuhkan berdasarkan pengamata awal penelitian periode 31 Agustus 2024 (www.diskopukmdag.bandaacehkota.go.id, 2024).

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah pedagang yang beraktivitas di Pasar Mahirah Kota Banda Aceh dan telah mengambil pembiayaan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Mahirah Muamalah. Sampel dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah dan reputasi LKMS terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, di mana setiap pedagang yang mengambil pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah memiliki peluang

yang sama untuk dijadikan responden. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

(3.1)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan ($10\%=0,1$)

Dengan menggunakan rumus asumsi jumlah populasi diatas, maka penentuan jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

Hasil perhitungan rumus slovin maka diperoleh jumlah 92,41 maka sampel akan digenapkan menjadi 100 pelaku UMKM sebagai responden penelitian, jumlah tersebut adalah sebagian pelaku usaha UMKM di kota Banda Aceh yang menggunakan fasilitas produk pembiayaan mikro LKMS Mahirah Muamalah sehingga dapat mewakili dari jumlah populasi keseluruhan. Dalam penyebaran kuesioner menggunakan teknik penentuan sampel yaitu dengan teknik random. Dimana teknik *sample random sampling* yang dimaksud adalah teknik pemilihan acak secara sederhana pada kalangan pedagang di pasar mahirah Kota Banda Aceh.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data merupakan bagian informasi penelitian yang diambil dan mempunyai arti bagi penggunaanya. Data yang terkumpulkan dapat berupa keterangan tertulis (deskripsi), angka, informasi lisan, informasi tertulis dan beragam fakta yang berkaitan dengan riset yang diteliti (Ridwan & Kuncoro, 2014). Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data, yakni diantaranya ada data

primer menjadi bahan pokok dan data skunder sebagai data pendukung.

3.4.1.1 Data Primer

Sumber data primer merupakan data mentah yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan cara wawancara atau melalui hasil pengisian angket (kuesioner) sehingga data primer harus diolah lagi oleh peneliti untuk mendapat hasil (Sujarweni, 2020). Penelitian kuantitatif memungkinkan pengumpulan data dalam bentuk angka atau variabel numerik yang diperoleh melalui survei, eksperimen, atau analisis data sekunder (Rosyidah & Masykuroh, 2024). Namun, penelitian ini secara khusus mengandalkan data primer sebagai sumber utama, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel, membuat prediksi, atau mengidentifikasi pola-pola yang mungkin terdapat dalam data. Fokus penelitian pada penggunaan metode survei sebagai alat utama pengumpulan data.

3.4.1.2 Data Sekunder

Sumber data skunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya (peneliti sebagai tangan kedua). Data tersebut dikumpulkan dari catatan, buku, majalah ataupun sumber lainnya (Sujarweni, 2020). Salah satu data skunder yang dibutuhkan seperti sejumlah buku-buku, jurnal, *website* resmi lembaga yang terkait dengan tema penelitian.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian hanya mendapatkan data untuk pengambilan keputusan. Teknik pengumpulan data yang belum diketahui, maka peneliti tidak akan

mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono, 2017). Untuk memperoleh data yang berkualitas dapat diuji kebenarannya, lengkap dan relevan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan *interview*, *documentary*, dan membagikan kuesioner kepada para responden.

3.4.2.1 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data pendukung, sebagai karakteristik atau latarbelakang responden menjadi sangat penting tentunya sehingga kuesioner dapat dianggap untuk mewakili kehadiran peneliti. Ketika ingin mendapatkan informasi dengan menggunakan alat tertentu, peneliti tidak harus bertemu langsung dengan subyek, akan tetapi cukup dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk mendapatkan respon. Pertanyaan atau pernyataan tersebut dibuat secara terstandar (Syahrudin & Salim, 2012:136).

3.4.2.2 Angket

Angket penelitian (kuesioner) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden. Data yang diperoleh dari kuesioner ini kemudian diolah dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik untuk menghasilkan temuan penelitian. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, (Indriantoro & Supomo, 2016) Salah satu cara mudah dengan membuat aplikasi angket dengan alat bantu berupa *Google form* yakni salah satu alat pendukung utama penelitian dalam merekam data isian angket yang

diberikan pada responden atau sebagai data base (master data) dalam bentuk tabulasi yang dikumpulkan melalui aplikasi dan smarphone dengan rekaman email masing-masing responden baik karakteristik ataupun latarbelakang responden menjadi penting dan dapat dianggap untuk mewakili kehadiran peneliti. Informasi hal tersebut, peneliti tidak harus bertemu langsung dengan subyek, akan tetapi cukup dengan mengajukan pernyataan secara tertulis melalui *software* (media) untuk mendapatkan respon. Pertanyaan atau pernyataan tersebut dibuat secara terstandar (Syahrums & Salim, 2012)

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.5.1 Definisi Variabel

Penelitian ini mengkaji pengaruh dua variabel independen dan satu variabel dependen. Berikut adalah pembahasan mengenai variabel-variabel yang digunakan:

3.5.1.1 Independent Variable

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen merupakan variabel bebas dan mempengaruhi variabel ini atau menjadi sebab yaitu kebijakan pembiayaan syariah dan literasi keuangan.

- a. Literasi keuangan - syariah: kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuan keuangan, kemampuan dan sikap untuk mengelola sumber keuangannya agar sesuai dengan prinsip syariah (Nesneri et al., 2023). Dengan indikator yang dikembangkan oleh Chen & Volpe (1998) dalam Putri & Hamidi (2019) yakni: (a) Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan syariah; (b) Pengelolaan pembiayaan, (c) Kemampuan

pengelolaan tabungan atau investasi, d)Manajemen resiko pembiayaan.

- b. Reputasi perusahaan merupakan citra image atau nama baik dan akan memiliki daya tarik lebih tinggi bila dibandingkan dengan perusahaan yang kurang baik image dimata konsumen (Umiyati dan Syaima, 2018). Dengan indikator yang dikembangkan oleh (Makalew, et al. (2016) yakni: a)Nama baik, b)Reputasi pesaing, c)Dikenal luas, d)Kemudahan diingat

3.5.1.2 *Dependent Variable*

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang menjadi akibat dari pada variabel lain, variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian/penggunaan merupakan suatu pilihan yang dibuat oleh pelanggan untuk melakukan pembelian suatu produk yang diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan” (Amirullah, 2015:61). Dengan indikator yang dikembangkan oleh Sangadji, & Sopiah (2013:50) yakni: a)Pengenalan masalah; b)Pencarian informasi; c)Evaluasi berbagai alternatif, d)Keputusan pembelian, dan e)Prilaku pasca pembelian.

3.5.2 **Operasionalisasi Variabel**

Berdasarkan variabel yang disebutkan (kebijakan pembiayaan syariah, literasi keuangan, dan ketahanan UMKM), berikut adalah tabel operasional variabel yang disusun berdasarkan pembahasan yang telah diberikan:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
----	----------	----------------------	-----------	-----------------	------------------

1	Literasi Keuangan Syariah [X ₁]	“Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuan keuangan, kemampuan dan sikap untuk mengelola sumber keuangannya agar sesuai dengan prinsip syariah (Nesner et al., 2023)”.	a. Pengetahuan pengelolaan keuangan syariah b. Pengelolaan pembiayaan c. Kemampuan pengelolaan tabungan atau investasi d. Manajemen resiko pembiayaan Chen & Volpe (1998) dalam Putri & Hamidi (2019)	1 – 2 3 – 4 5 – 6 7 – 8	Skala Interval
2	Reputasi [X ₂]	“Reputasi perusahaan merupakan citra image atau nama baik dan akan memiliki daya tarik lebih tinggi bila dibandingkan dengan perusahaan yang kurang baik image dimata konsumen (Umiyati dan Syaima, 2018).”	a. Nama baik b. Reputasi pesaing c. Dikenal luas d. Kemudahan diingat e. (Makalew, et al. (2016).	9 – 10 11 – 12 13 – 14 15 – 16	Skala Interval
3	Keputusan Pembiayaan [Y]	”Keputusan pembelian/penggunaan adalah suatu pilihan yang dibuat oleh pelanggan untuk melakukan pembelian suatu produk yang diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan (Amirullah, 2015:61).”	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi, c. Evaluasi berbagai alternatif, d. Keputusan pembelian, dan e. Prilaku pasca pembelian. e. (Sangadji, & Sopiiah, 2013:50)	1 – 2 3 – 4 5 – 6 7 – 8 9 – 10	Skala Interval

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas sebagai uji kualitas data instrumen penelitian, serta pengujian asumsi klasik sebagai syarat utama untuk analisa data secara statistic uji pengaruh hubungan, analisis regresi linear berganda untuk hasil dan membuktikan hipotesis dan rancangan dugaaan dan determinasi sebagai teknik analisis data yang telah dikumpulkan.

3.6.1 Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian (angket)

Menguji validitas sebagai langkah yang dilakukan terhadap isi (content) dari suatu instrumen, dengan tujuan mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, pengujian validitas menggunakan SPSS. Ada dua cara untuk menentukan apakah sebuah kuesioner valid: (1) jika nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel, dan (2) jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka kuesioner tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka kuesioner tersebut tidak valid.

Instrumen yang reliabel, menurut Sugiyono (2017), adalah instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau akurat jika r -hitung lebih besar dari r -tabel, yang dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Janna & Herianto, 2021). Tujuan dari uji reliabilitas ini adalah untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur konsep yang dimaksud secara akurat.

3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian sebagai syarat regresi dan melibatkan 3 (tiga) jenis pengujian utama, yakni pengujian normalitas (*normality test*), pengujian multikolinearitas (*multicollinierity test*), dan uji heteroskedastisitas (*heteroscedasity test*). Berikut dapat penjelasan terkait pengujian asumsi klasik.

3.6.2.1 Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menentukan apakah distribusi variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya memiliki distribusi normal. Salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi normalitas residual adalah metode Jarque-Bera (JB). Jika nilai JB kurang dari 2, maka data dianggap berdistribusi normal, atau jika probabilitasnya lebih besar dari 5%, data tersebut berdistribusi normal. Uji normalitas hanya diperlukan jika jumlah observasi kurang dari 30, untuk menentukan apakah *error term* mendekati distribusi normal. Jika jumlah observasi lebih dari 30, uji normalitas tidak diperlukan karena distribusi sampling error term sudah mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan fasilitas komputer yaitu program SPSS *for windows vers. 28*. Teknik uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yakni linieritas, *normal p-plot*, dan histogram.

3.6.2.2 Pengujian Multikolinieritas

Pengujian multi tersebut untuk mengetahui setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* ≤ 10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Jika nilai VIF yang dihasilkan antara nilai 1-10 maka tidak terjadi yang namanya multikolinieritas (Sujarweni, 2020:159).

3.6.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas, dilakukan sebagai uji dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, ini disebut homoskedastisitas, model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Sujarweni, 2020:159).

Hasil regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitaran angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja (menyebar menjauh), penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar yang kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola, yang disebut dengan heteroskedastisitas. Hal ini ketika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda yang dapat dideteksi dengan beberapa cara ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan grafik *scatterplot* antara ZPRED dan SRESID, dimana sumbu *Y* adalah yang telah diprediksi dan sumbu *X* adalah residual yang telah *stunderized*, dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Maka telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serat titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6.3 Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara bersama-sama. Dengan demikian, persamaan regresi terbentuk dari variabel-variabel independen dan dependen pada rumus persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (3.1)$$

Dengan:

Y	: Keputusan Pembiayaan
a	: Konstanta
b_1, b_2	: Koefisien regresi X
X_1	: Literasi keuangan syariah
X_2	: Reputasi جامعة الرانند
e	: <i>Error term</i>

3.6.4 Pengujian Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa baik model regresi yang diestimasi. Uji ini menggambarkan seberapa besar variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Jika nilai $R^2 = 0$, variasi variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Jika nilai $R^2 = 1$, variasi variabel terikat dapat dijelaskan sepenuhnya oleh variabel bebas, yang berarti titik

pengamatan berada tepat di garis regresi (Sugioyono, 2017). Jika nilai R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas juga semakin tinggi. Namun sebaliknya apabila nilai R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah pula (Sujarweni, 2020:164).

3.7 Rancangan Pembuktian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis penelitian menggunakan nilai koefisien b serta uji t dan uji F untuk memperoleh hasil penelitian yang akurat. Adapun pembahasan pengujian hipotesis yang dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Pengujian Parsial

Pengujian secara parsial untuk membuktikan hipotesis maka uji-t dilakukan untuk menghitung koefisien regresi secara individual. Uji ini menentukan apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel terikat. Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $p\text{-value} < \alpha$, maka H_0 ditolak dengan kesimpulan bahwa variabel bebas tersebut memiliki hubungan signifikan secara statistik dengan variabel terikat (Sujarweni, 2020:68). Tingkat pengujian hipotesis dapat diketahui dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dan nilai $p\text{-value}$ tingkat sig $\alpha = 5\%$. Kriteria rancangan menolak atau menerima hipotesis sebagai jawaban rancangan pembuktian

hipotesis secara parsial dengan ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2018):

$H_{02} : (p\text{-value}) > 0,05$: Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan LKMS

$H_{a2} : (p\text{-value}) < 0,05$: Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan LKMS

$H_{03} : (p\text{-value}) > 0,05$: Reputasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan LKMS

$H_{a3} : (p\text{-value}) < 0,05$: Reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan LKMS

3.7.2 Pengujian Bersama-sama

Pengujian secara bersama-sama (simultan) dengan Uji Fisher atau uji secara simultan digunakan untuk menentukan apakah hipotesis yang digunakan diterima atau ditolak dengan ketentuan apabila hasil uji F dengan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% dengan $\alpha = 0,05$ jika hasil F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan sebaliknya apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Sujarweni, 2020). Kriteria rancangan menolak atau dan menerima hipotesis sebagai jawaban rancangan pembuktian hipotesis secara parsial dengan ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2018):

$H_{01} : (p\text{-value}) > 0,05$: Literasi keuangan syariah dan reputasi secara bersama-sama tidak memiliki

pengaruh terhadap keputusan pembiayaan LKMS

$H_{a1} : (p\text{-value}) < 0,05$: Literasi keuangan syariah dan reputasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan LKMS



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) Mahirah Muamalah salah satu lembaga keuangan mikro berbasis syariah milik pemerintah Kota Banda Aceh (BUMD) yang berdiri sejak 15 Desember 2017 dengan akte Notaris Nomor 13. Setelah berdirinya LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh tepatnya di Kota Banda Aceh H. Aminullah Usman selaku Wali Kota Banda Aceh kembali meresmikan LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh pada 27 April 2018 tepatnya di Kota Banda Aceh sehingga seluruh kegiatan operasional LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh berjalan hingga sampai saat ini. Tujuan utama di resmikannya LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi dalam ruang lingkup meminjam uang atau mendapatkan pembiayaan berupa modal untuk dijadikan sebagai pendorong usaha UMKM khususnya di Kota Banda Aceh agar seluruh perekonomian yang ada di Kota Banda Aceh dapat berkembang sebagaimana mestinya (LKMS Mahirah Muamalah, 2025).

4.1.2 Visi dan Misi PT. LKMS Mahirah Muamalah

4.1.2.1 Visi

Menjadikan lembaga keuangan mikro dan kecil yang mensejahterakan rakyat, bermanfaat, dan memberi solusi atas permasalahan rakyat kecil.

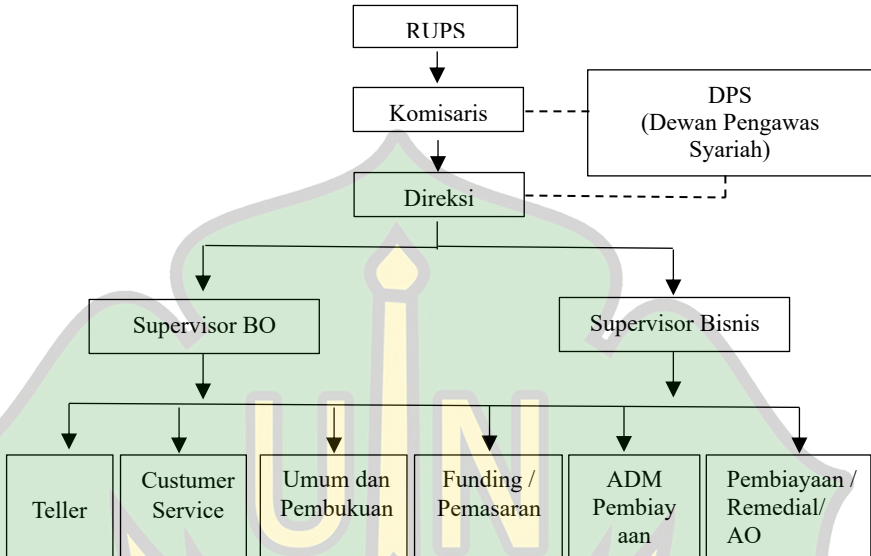
4.1.2.2 Misi

1. Mewujudkan lembaga mikro syariah yang di kelola secara syariah.
2. Mewujudkan lkms mahirah muamalah sebagai laboratorium keuangan syariah.
3. Menjadikan lembaga keuangan mikro syariah yang mandiri dan tidak ketergantungan.
4. Memberikan solusi bisnis dengan halal dan baik.
5. Menciptakan sistem ekonomi yang bebas riba dan menentramkan umat.
6. Menjadikan lembaga mikro syariah yang mengedepankan ekonomi rahmatan lil'alamain (LKMS Mahirah Muamalah, 2025).

4.1.3 Struktur Organisasi LKMS Mahirah Muamalah

Struktur organisasi sebagai kerangka bangunan tentang pembagian posisi kerja dan pembagian kekuasaan atau kerangka yang mewujudkan pola-pola tetap dari hubungan antara bidang kerja orang-orang yang menunjukkan kedudukan, wewenang dan tanggung jawab suatu sistem kerja yaitu pada sistim kerja LKMS Mahirah Muamalah. Dengan adanya struktur organisasi yang telah dibuat pada sebuah LKMS yang akan beroperasi dengan leluasa dan lancar. Begitu pula dengan Lembaga Keuangan Mikro Syariah, yang membutuhkan struktur organisasi untuk menjalankan kegiatan operasional seperti LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi LKMS Mahirah Muamalah



Sumber: Arsip LKMS Mahirah Muamalah (2025)

Keadaan personalia adalah keadaan yang menggambarkan sistem kinerja atau jumlah karyawan yang terdapat di dalam sebuah lembaga atau perusahaan dan juga bidang-bidang yang terdapat pada lembaga atau perusahaan tersebut. LKMS Mahirah Muamalah memiliki keadaan personalia yang masing-masing bagian pekerjaannya telah diketahui oleh seluruh karyawan dan masing-masing harus melaksanakan tugas untuk mengatur suatu kegiatan perusahaan sehingga berjalan dengan baik, lancar serta sesuai dengan perencanaan perusahaan. Hal ini tidak terlepas dari struktur yang telah ditetapkan oleh pihak LKMS Mahirah Muamalah agar seluruh karyawan dapat memahami tugas dan peran mereka dengan baik sesuai bidang yang telah ditentukan.

4.1.4 Kegiatan Operasional LKMS Mahirah Muamalah

LKMS Mahirah Muamalah bergerak dalam kegiatan operasional Lembaga keuangan Mikro Syariah (LKMS) dan kegiatan yang dilakukan ialah menjalankan usaha dalam hal penghimpun dana dari masyarakat (*Funding*), menyalurkan dana (*Lending*) kembali kepada masyarakat, dan memberikan pelayanan jasa (*Service*), (LKMS Mahirah Muamalah, 2025).

4.1.4.1 Penghimpun Dana

Adapun produk-produk penghimpun dana yang ada pada LKMS Mahirah Muamalah ialah (LKMS Mahirah Muamalah, 2025).

1. Tabungan Investasi Muamalah

Merupakan produk tabungan yang berdasarkan akad mudharabah, yang memiliki bagi hasil atas dana yang diinvestasikan kepada perusahaan yang didapat dari pengembangan produk dengan syarat dan ketentuan berlaku Dana titipan Wadiah, produk tabungan yang berdasarkan akad wadiah yang mana nasabah hanya menitipkan dananya tanpa ada pengembangan dan tidak memperoleh bagi hasil.

2. Dana sosial

Dana sosial yang terdiri dari :

- a. CSR
- b. Investasi Alhasan
- c. Infaq
- d. Waqaf

3. Deposito

a. Deposito Investasi Muamalah

Produk penempatan dana berbentuk deposito dengan jangka waktu tertentu sesuai dengan ketentuan yang disepakati dan mendapatkan bagi hasil dari penempatan dana investasi

b. Deposito Investasi Mahirah

Produk penempatan dana dalam bentuk deposito yang lebih fleksibel hanya mengendapkan dana selama satu bulan dan mendapatkan bagi hasil dari pengembangan dana

4. Investasi

a. Jual Beli Murabahah

Merupakan produk pengembangan dana dengan prinsip pembiayaan murabahah yang berlangsung antara LKMS sebagai penjual (*ba'i*) dengan nasabah sebagai pembeli (*musytari'*) dilaksanakan berdasarkan ketentuan syariah dan diatur dengan ketentuan yang berlaku.

b. Mudharabah

Merupakan produk pengembangan dana pembiayaan mudharabah adalah bentuk kerja sama antara pembiayaan LKMS mempercayakan sejumlah modal kepada nasabah dengan suatu perjanjian diawal. Bentuk ini menegaskan kerja sama dengan kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal dan keahlian modal dari sahibul mal

c. Qard Al Hasan

Merupakan produk pembiayaan (permodalan) bagi usaha mikro yang tidak memberikan keuntungan finansial bagi pihak yang meminjamkan. Dalam Qardul Hasan peminjam dapat memberikan sebagian dari keuntungan (laba) nya

kepada pemberi pinjaman berupa hadiah atau hibah tetapi tidak boleh diperjanjikan di muka.

4.1.4.2 Penyaluran Dana

Penyaluran dana kepada masyarakat ialah salah satu kegiatan LKMS Mahirah Muamalah yang sangat penting dalam menjalankan salah satu kegiatan operasionalnya. Kegiatan penyaluran dana ini akan membantu meningkatkan profitabilitas lembaga itu sendiri. Hal yang sama juga dilakukan oleh LKMS Mahirah Muamalah. Produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah yang ditawarkan kepada nasabahnya adalah (LKMS Mahira Muamalah, 2025).

1. Pembiayaan Murabahah

Adalah akad jual-beli antara LKMS dan nasabah, dimana LKMS akan melakukan pembelian atau pemesanan barang-barang sesuai permintaan nasabah sebesar harga beli ditambah keuntungan LKMS yang disepakati. Pembiayaan ini diberikan kepada nasabah yang memiliki usaha yang akan digunakan untuk menambah modal usaha. Sebagai contoh pedagang kelontong, pedagang kaki lima, usaha rumahan dan lain-lain dengan memberikan agunan sepeda motor atau surat berharga lainnya.

2. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan dengan akad mudharabah yang dilakukan antara dua orang atau lebih dalam suatu usaha dimana satu orang sebagai pemberi modal dan satu orang lainnya sebagai pengelola modal serta keuntungan akan di bagi hasil sesuai kesepakatan di awal pada saat terjadinya akad tersebut.

3. Pembiayaan Ijarah Multi Jasa

Ijarah multi jasa merupakan penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berupa transaksi multi jasa dengan menggunakan akad ijarah berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara LKMS dengan nasabah pembiayaan yang diwajibkan kepada nasabah pembiayaan untuk melunasi hutang/kewajibannya sesuai dengan akad. Menurut DSN-MUI pembiayaan multi jasa adalah pembiayaan yang diberikan oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) kepada nasabah dalam memperoleh manfaat atas suatu jasa DSN-MUI (2013).

Pembiayaan ijarah multijasa pada LKMS Mahirah Muamalah terdapat beberapa fasilitas pembiayaannya antara lain:

- a. Ibadah
- b. Pernikahan
- c. Pendidikan
- d. Wisata

Sebagaimana jumlah plafon pembiayaannya dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Plafon Pembiayaan Produk Ijarah Multi Jasa
Pada LKMS Mahirah Muamalah

Plafon Pembiayaan

Rp 1.000.000,- s/d Rp50.000.000,-

Jangka Waktu Maksimal 36 Bulan (3 Tahun)

Sumber: LKMS Mahirah Muamalah, (2025), diolah.

Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah flapon pembiayaan produk ijarah multi jasa pada LKMS Mahirah

Muamalah Kota Banda Aceh ialah Rp1000.000.- (satu juta Rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.- jangka waktu maksimal 36 bulan (3 Tahun). Kemudian syarat dalam memperoleh pembiayaan pembiayaannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Persyaratan Dalam Memperoleh Pembiayaan Ijarah Multi Jasa Pada LKMS Mahirah Muamalah

Keterangan	PNS/ Kontrak	Umum
Formulir Pengajuan	√	√
Fotocopy KTP Suami dan Istri	√	√
Fotocopy Kartu Kelyarga (KK)	√	√
Fotocopy Buku Nikah	√	√
Fotocopy Rekening	√	√
Slip gaji 3 bulan Trakhir	√	—
Surat Keterangan (SK) Atau Pengangkatan Surat Rekomendasi Atasan	√	—
Jaminan	—	√
Surat Keterangan Usaha Dari Camat	—	√
Rekening Koran		

Sumber: LKMS Mahirah Muamalah, (2025), diolah.

Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa syarat dan ketentuan dalam memperoleh pembiayaan murabahah pada LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh.

4. Pembiayaan Lapak Super Mikro

Adalah program pembiayaan khusus untuk pelaku usaha mikro dan kecil yang memiliki usaha/lapak di pasar tradisional (LKMS Mahirah Muamalah, 2025).

Adapun jumlah plafon pembiayaannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Plafon Pembiayaan Lapak Super Mikro Pada
LKMS Mahirah Muamalah

Plafon Pembiayaan Rp50.000.- s/d 1.000.000,- Jangka Waktu Maksimal 12 Bulan (1 Tahun)
--

Sumber: LKMS Mahirah Muamalah, (2025), diolah.

Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa jumlah Plafon pembiayaan untuk program lapak super mikro pada LKMS ialah Rp50.000.- (lima puluh ribu Rupiah) dan sampai dengan Rp1000.000.- (satu juta Rupiah). Kemudian syarat dalam memperoleh pembiayaannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Persyaratan Dalam Memperoleh Pembiayaan Program Lapak
Super Mikro Pada LKMS Mahirah Muamalah

No	Persyaratan dan Proses Pembiayaan
1	Mengisi Formulir Pengajuan
2	Melengkapi Berkas
	Batas Usia Maksimal 55 Tahun
	Fotocopy Kartu Keluarga (KK)
	Fotocopy Buku Nikah Suami dan Istri
	Fotocopy KTP Suami dan Istri (KTP Banda Aceh)
	Surat Keterangan Usaha Dari Keuchik/Pengelola Pasar
3	Survei Tempat Usaha Dan Tempat Tinggal
4	Realisasi Pembiayaan

Sumber: LKMS Mahirah Muamalah, (2025), diolah.

Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa syarat dan proses dalam memperoleh pembiayaan untuk program lapak super mikro pada LKMS Mahirah Muamalah.

5. Pembiayaan Program Usaha Ekonomi Masyarakat

Adalah program pembiayaan khusus kerjasama antara LKMS Mahirah Muamalah Kota Banda Aceh untuk membantu pelaku

usaha mikro di Kota Banda Aceh (LKMS Mahirah Muamalah, 2025).

Tabel 4.5

Plafon Pembiayaan Program Pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat (PUEM) Pada LKMS Mahirah Muamalah
Plafon Pembiayaan

Rp 1.000.000,- s/d Rp5.000.000,- Jangka Waktu Maksimal 12 Bulan (1 Tahun)
--

Sumber: LKMS Mahirah Muamalah, (2025), diolah.

Dari Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa jumlah flapon pembiayaan untuk program Program Pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat (PUEM) Pada LKMS Mahirah Muamalah ialah Rp1000.000.- (satu juta Rupiah) dan sampai dengan Rp5000.000.- (lima juta Rupiah).

Tabel 4.6

Persyaratan Memperoleh Pembiayaan Program Pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat (PUEM) Pada LKMS Mahirah Muamalah

No	Persyaratan dan Proses Pembiayaan
1	Mengisi Formulir Pengajuan
2	Batas Usia Maksimal 55 Tahun
3	Melengkapi Berkas Fotocopy Kartu Keluarga (KK) Fotocopy Buku Nikah Suami dan Istri Fotocopy KTP Suami dan Istri (KTP Banda Aceh) Fotocopy Agunan Surat Keterangan Usaha Dari Keuchik/Pengelola Pasar
3	Survei Tempat Usaha Dan Tempat Tinggal
4	Realisasi Pembiayaan

Sumber: LKMS Mahirah Muamalah, (2020), diolah.

Tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa syarat dan proses dalam memperoleh pembiayaan untuk program pengembangan usaha ekonomi masyarakat pada LKMS Mahirah Muamalah.

6. Pembiayaan Program Dana Bergulir Gampong

Adalah program kerja sama antara pemerintah Gampong dan LKMS Mahirah Muamalah dengan tujuan untuk pengembangan usaha masyarakat dalam bidang perdagangan, perikanan, industri mikro/kecil, jasa dan usaha rumah tangga (LKMS Mahirah Muamalah, 2025).

Tabel 4.7
Plafon Pembiayaan Program Dana Bergulir Gampong Pada LKMS Mahirah Muamalah

Plafon Pembiayaan

Rp 5.00.000,- s/d Rp5.000.000,- Jangka Waktu Maksimal 12 Bulan (48 Tahun)
--

Sumber: LKMS Mahirah Muamalah, (2025), diolah.

Dari Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa jumlah flapon pembiayaan untuk program dan bergulir gampong Pada LKMS Mahirah Muamalah ialah Rp500.000.- (lima ratus ribu Rupiah) dan sampai dengan Rp5000.000.- (lima juta Rupiah).

Tabel 4.8
Persyaratan Memperoleh Pembiayaan Program Dana Bergulir Gampong Pada LKMS Mahirah Muamalah

No	Persyaratan dan Proses Pembiayaan
1	Mengisi Formulir Pengajuan
2	Batas Usia Maksimal 55 Tahun
3	Melengkapi Berkas Fotocopy Kartu Keluarga (KK) Fotocopy Buku Nikah Suami dan Istri (Jika Sudah Berkeluarga) Fotocopy KTP Suami dan Istri (KTP Banda Aceh) Fotocopy Saksi 2 Orang Laki-Laki (Saudara Bukan Serumah) Fotocopy Jaminan (Waktu Pencairan Menyerahkan yang Asli) Surat Keterangan Usaha Dari Keuchik/Pengelola Pasar
3	Surve Tempat Usaha dan Tempat Tinggal
4	Realisasi Pembiayaan

Sumber: LKMS Mahirah Muamalah, (2025), diolah.

Tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa syarat dan proses dalam memperoleh pembiayaan untuk program dana bergulir gampong pada LKMS Mahirah Muamalah.

4.1.5 Pelayanan Jasa

Pelayanan jasa merupakan kegiatan pendukung LKMS dalam hal kelancaran kegiatan operasionalnya. Pelayanan jasa bukan hanya membawa keuntungan bagi LKMS, tapi juga mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi baik dalam bentuk tabungan, pembiayaan, dan transaksi lainnya (LKMS Mahirah Muamalah, 2025).

4.1.6 Deskripsi dan Karakteristik Responden Penelitian

Para nasabah yang menjadi responden/masyarakat pelaku usaha atau nasabah pembiayaan mikro dalam penelitian ini, yang tercatat di PT LKMS Mahirah Muamalah kota Banda Aceh sebagai sampel penelitian. Penyebaran kuesioner (angket penelitin) dilakukan secara langsung kepada pelaku usaha/pengusaha dengan menggunakan *platform google* sebanyak 100 (seratus UMKM) orang yang menjadi responden dan telah memenuhi ketentuan penelitian serta teknik *nonprobability sampling* dengan penyebaran kuesioner secara *rpurposive sampling*. Hasil penyebaran kuesioner yang terkumpul dan diolah untuk data hasil jawaban kuesioner oleh para responden sebagai berikut:

4.6.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penyebaran kuesioner (angketpenelitian) yang terkumpul untuk di olah secara statistik guna mendapatkan deskripsi dari pada data karesteristik responden berdasarkan jenis kelamin (Tabel 4.9) menunjukkan bahwa dari 100 responden (sepenuhnya 100%) penelitian menunjukkan sejumlah 72,0% responden adalah berjenis kelamin laki-laki sedangkan 28,0% responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak nasabah pria yang mengisi kuesioner dibandingkan berjenis kelamin wanita.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Penelitian (Kelamin)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Kelamin:		
	a. Laki-laki	72	72,0
	b. Perempuan	28	28,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.6.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil penyebaran kuesioner yang terkumpul dan diolah untuk mendapatkan deskripsi dari pada data karesteristik responden berdasarkan usia (Tabel 4.10), menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat karakteristik responden berdasarkan usia, yakni responden yang berumur berkisar 15-25 tahun berjumlah 14 orang atau sebesar 14,0%, responden berusia antara 26-35 tahun sebanyak 45 orang (45,0%), responden berusia 36-45 tahun sebanyak 30,0%, serta responden berusia berkisar antara 46-55 tahun sebesar 11,0% atau masing-masing 11 orang,. Dapat disimpulkan bahwa yang menjadi responden paling dominan

adalah para kalangan generasi milenial atau berusia rata-rata antara 36-45 tahun.

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Penelitian (Usia)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
2	Usia:		
	a. 15 – 25 Tahun	14	14,0
	b. 26 – 35 Tahun	45	45,0
	c. 36 – 45 Tahun	30	30,0
	d. 46 – 55 Tahun	11	11,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.6.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Hasil penyebaran kuesioner yang terkumpul dan diolah untuk mendapatkan deskripsi dari pada data karakteristik responden berdasarkan status (Tabel 4.11), menunjukkan bahwa dari 100 responden atau sepenuhnya 100% penelitian menunjukkan sejumlah 75,0% responden adalah berstatus kawin sedangkan 25,0% responden adalah berstatus belum kawin. Hal ini menunjukkan bahwa dalam kajian tersebut cenderung lebih banyak pelaku usaha UMKM/nasabah berstatus kawin yang mengambil pembiayaan mikro di bank Mahirah Muamalah Syariah.

Tabel 4.11
Karakteristik Responden Penelitian (Status)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
3	Status:		
	a. Kawin	75	75,0
	b. Belum kawin	25	25,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.6.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Hasil penyebaran angket yang terkumpul, diolah untuk mendapatkan deskripsi dari pada data karakteristik responden

berdasarkan data pendidikan terakhir (Tabel 4.12) menunjukkan bahwa dari 100 nasabah yakni riwayat pendidikan terakhir tingkat SLTP/ sederajat sebanyak 16,0%, kemudian berpendidikan terakhir SMU/ sederajat hanya seorang atau 69,0%, setingkat Akademi/ sederajat hanya seorang (1,0%) serta pendidikan terakhir pelaku usaha setingkat S-1 (Sarjana) sebanyak 14 orang (14,0%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir responden paling dominan pada nasabah pembiayaan UMKM di Kota Banda Aceh rata-rata berijazah setingkat SMU/ sederajat.

Tabel 4.12
Karakteristik Responden Penelitian (Pendidikan)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
4	Pendidikan terakhir:		
	a. SLTP/ sederajat	16	16,0
	b. SMU/ sederajat	69	69,0
	c. Akademi/ sederajat	1	1,0
	d. Sarjana/ sederajat	14	14,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.6.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Rata-rata Perhari

Berdasarkan data nasabah pembiayaan Mahaira Muamaah rata-rata penghasilan (Tabel 4.13), menunjukkan bahwa dari 100 atau 100% terdapat karakteristik responden rata-rata omset perhari, yakni berpenghasilan dibawah Rp2.000.000 sebanyak 18,0% responden, pendapatan nasabah berkisar Rp2.000.000-Rp4.000.000 sebanyak 29,0% responden, pendapatan nasabah berkisar Rp4.000.000-Rp6.000.000 sebanyak 34,0% responden, pendapatan nasabah berkisar Rp6.000.000-Rp8.000.000 sebesar 13,0%

responden, pendapatan nasabah berkisar Rp8.000.000-Rp10.000.000 sebanyak 3,0% atau hanya 3 orang serta berpenghasilan diatas Rp10.000.000 hanya 3 orang (3,0%). Dapat disimpulkan bahwa penghasilan rata-rata perhari responden/para pelaku usaha paling dominan berkisar rata-rata Rp4.000.000-Rp6.000.000 hal ini omset perhari terhadap usaha mereka dalam kategori usaha mikro yang mengambil pembiayaan di LKMS Mahira Kota Banda Aceh.

Tabel 4.13

Karakteristik Responden Penelitian (Omset Harian)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
6	Omset rata-rata perhari:		
	a. < Rp 2.000.000	18	18,0
	b. Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	29	29,0
	c. Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000	34	34,0
	d. Rp 6.000.000 – Rp 8.000.000	13	13,0
	e. Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000	3	3,0
	f. > Rp 10.000.000	3	3,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.6.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Perbulan

Berdasarkan data nasabah pembiayaan Mahaira Muamaah rata-rata penghasilan (Tabel 4.14), menunjukkan bahwa dari 100 atau 100% terdapat karakteristik responden omset rata-rata perbulan atas usahanya, yakni omset dibawah Rp5.000.000 sebanyak 18,0% responden, pendapatan pelaku usaha berkisar Rp6.000.000-Rp10.000.000 sebanyak 34,0% responden, pendapatan nasabah berkisar Rp11.000.000-Rp15.000.000 sebanyak 22,0% responden, omset nasabah berkisar Rp16.000.000-Rp20.000.000 sebesar 14,0%, pendapatan nasabah berkisar

Rp21.000.000-Rp25.000.000 sebanyak 4,0% responden, omset nasabah berkisar Rp26.000.000-Rp30.000.000 sebesar 5,0%, pendapatan nasabah berkisar Rp31.000.000-Rp35.000.000 sebanyak 2,0% responden, serta omset usaha nasabah diatas Rp41.000.000 hanya 1,0% atau 1 pelaku usaha. hal ini, dapat disimpulkan bahwa omset rata-rata perbulan, usaha yang paling dominan berkisar rata-rata dibawah Rp6.000.000-Rp10.000.000 hal ini omset bulanan terhadap usaha dalam kategori mikro.

Tabel 4.14
Karakteristik Responden Penelitian (Omset Perbulan)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
6	Omset rata-rata perbulan:		
	a. < Rp 5.000.000	18	18,0
	b. Rp 6.000.000 – Rp 10.000.000	34	34,0
	c. Rp 11.000.000 – Rp 15.000.000	22	22,0
	d. Rp 16.000.000 – Rp 20.000.000	14	14,0
	e. Rp 21.000.000 – Rp 25.000.000	4	4,0
	f. Rp 26.000.000 – Rp 30.000.000	5	5,0
	g. Rp 31.000.000 – Rp 35.000.000	2	2,0
	h. > Rp 41.000.000	1	1,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.6.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Jumlah Pembiayaan

Berdasarkan data nasabah pembiayaan Mahaira Muamaah rata-rata kategori jumlah pembiayaan yang dicairkan untuk para pelaku UMKM di Banda Aceh (Tabel 4.15), menunjukkan bahwa dari 100 atau 100% terdapat karakteristik responden jenis/kategori pencairan pembiayaan para UMKM, yakni jumlah pembiayaan pencairan dibawah Rp5.000.000 sebanyak 8 nasabah (sebanyak 8,0%), pencairan pembiayaan kategori Rp6.000.000-Rp10.000.000 sebanyak 36 UMKM (36,0%), pencairan pembiayaan kategori Rp11.000.000-Rp15.000.000 sebanyak 8 UMKM (8,0%),

pencairan pembiayaan kategori Rp16.000.000-Rp20.000.000 sebanyak 14 UMKM (14,0%), pencairan pembiayaan kategori Rp21.000.000-Rp25.000.000 sebanyak 5 UMKM (5,0%), pencairan pembiayaan kategori Rp26.000.000-Rp30.000.000 sebanyak 5 UMKM (5,0%) pencairan pembiayaan kategori Rp31.000.000-Rp35.000.000 hanya 1 UMKM (1,0%), pencairan pembiayaan kategori Rp36.000.000-Rp40.000.000 sebanyak 4 UMKM (4,0%), pencairan pembiayaan kategori Rp46.000.000-Rp50.000.000 sebanyak 19 UMKM (19,0%) . Hal ini, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM yang mengajukan pembiannya di LKMS Mahirah dalam kajian ini, cenderung pencairannya rata-rata pembiayaan kategori Rp6.000.000-Rp10.000.000. Plafon pembiayaan dalam kategori pembiayaan produk ijarah multi jasa (Tabel 4.15)

Tabel 4.15
Karakteristik Responden Penelitian (Jumlah Pembiayaan)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
6	Kategori Jumlah Pembiayaan:		
	a. < Rp 5.000.000	8	8,0
	b. Rp 6.000.000 – Rp 10.000.000	36	36,0
	c. Rp 11.000.000 – Rp 15.000.000	8	8,0
	d. Rp 16.000.000 – Rp 20.000.000	14	14,0
	e. Rp 21.000.000 – Rp 25.000.000	5	5,0
	f. Rp 26.000.000 – Rp 30.000.000	5	5,0
	g. Rp 31.000.000 – Rp 35.000.000	1	1,0
	h. Rp 36.000.000 – Rp 40.000.000	4	4,0
	i. Rp 46.000.000 – Rp 50.000.000	19	19,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.6.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Pembiayaan

Berdasarkan data nasabah pembiayaan Mahaira Muamaah rata-rata masa pembiayaan para pelaku UMKM di LKMS Mahaira Muamalah Banda Aceh (Tabel 4.16), menunjukkan bahwa dari 100

atau 100% terdapat karakteristik responden jenis/kategori masa pembiayaan para UMKM, yakni masa pembiayaan untuk para pelaku usaha masuk kategori dibawah setahun sebanyak 3 nasabah (3,0%), masa pembiayaan untuk para pelaku usaha masuk kategori 2-4 tahun sebanyak 90 nasabah (90,0%), masa pembiayaan untuk para pelaku usaha masuk kategori 5-7 tahun sebanyak 6 nasabah (6,0%), serta masa pembiayaan untuk para pelaku usaha masuk kategori 8-10 tahun hanya seorang nasabah (1,0%). Hal ini, dapat disimpulkan bahwa kategori masa/waktu pembiayaan yang diambil para pelaku UMKM di LKMS Mahira Muamalah rata-rata 2-4 tahun.

Tabel 4.16
Karakteristik Responden Penelitian (Masa Pembiayaan)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
6	Kategori Masa Pembiayaan:		
	a. < 1 tahun	3	3,0
	b. 2 – 4 tahun	90	90,0
	c. 5 – 7 tahun	6	6,0
	d. 8 – 10 tahun	1	1,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.7 Skor Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Berdasarkan skor tanggapan masing-masing responden atas item-item pernyataan terhadap variabel dalam penelitian ini, maka deskripsi dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.1.7.1 Skor Responden terhadap Literasi Keuangan Syariah

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel "literasi keuangan syariah" yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.17 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rerata (mean) untuk variabel literasi keuangan syariah (X_1) adalah

sebesar 4,51 artinya responden menyatakan “Setuju” pada pernyataan literasi keuangan syariah pada produk pembiayaan mikro (UMKM) di Mahairah Mumalah.

Tabel 4.17
Score Responden Terhadap Literasi Keuangan Syariah

Nu	Item	Score					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Saya paham akan pengetahuan keuangan sistem pemasaran produk tidak menyimpang dengan syariat Islam [a1]	1	0	4	26	69	4,62
2	Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah belum sepenuhnya mengerti [a2]	6	9	16	30	39	3,87
3	Saya selalu merancang dalam mengelola keuangan dan pembiayaan di bank syariah dengan lebih baik [a3]	1	3	8	26	62	4,45
4	Saya selalu melakukan transaksi keuangan yang sesuai akad syariah pada lembaga keuangan [a4]	1	3	4	20	72	4,59
5	Kepercayaan diri merupakan keyakinan saya akan kemampuan diri sendiri untuk mencapai suatu tujuan [a5]	2	1	3	20	74	4,63
6	Pihak bank syariah dalam menerapkan produk sesuai dengan akadnya dan mudharabah sesuai dengan akad investasi [a6]	1	0	9	26	64	4,53
7	Saya merasa pembiayaan usaha (produktivitas) yang diberikan sangat bermanfaat untuk pengembangan usaha [a7]	1	1	4	20	74	4,65
8	Saya selalu berhati-hati dalam mengelola dana pembiayaan baik angsuran maupun dalam memenuhi kewajiban tepat waktu [a8]	2	0	3	13	82	4,75
Mean							4,51

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.7.2 Skor Responden terhadap Reputasi Perusahaan

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel ”reputasi” yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.18 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rerata (*mean*) untuk variabel reputasi (X_2) adalah sebesar 4,65 maknanya bahwa

responden merasakan “Setuju” pada pernyataan variabel reputasi, pada produk pembiayaan mikro (UMKM) di Mahairah Mumalah.

Tabel 4.18

Score Responden Terhadap Reputasi Perusahaan

Nu	Item	Score					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
1	LKMS Mahira Muamalah dipandang baik oleh kalangan masyarakat dan pelaku usaha di Pasar Mahirah [b1]	1	2	4	25	68	4,57
2	Saya merasa LKMS Mahira Muamalah dapat menyelesaikan masalah pelaku UMKM dengan memberikan pembiayaan margin rendah [b2]	1	2	4	23	70	4,59
3	LKMS Mahira Muamalah sebagai perusahaan milik pemerintah daerah memiliki reputasi baik [b3]	0	1	2	35	62	4,58
4	Saya merasa produk pembiayaan syariah unggulan selain pembiayaan lain banyak ditawarkan ke nasabah [b4]	0	0	4	20	76	4,72
5	LKMS Mahira Muamalah dikenal luas pada kalangan masyarakat Banda Aceh–Aceh Besar [b5]	0	2	3	20	45	4,68
6	Saya merasa LKMS Mahira Muamalah sesuai dengan akad-akad syariah [b6]	0	0	3	20	77	4,74
7	LKMS Mahira Muamalah dengan nama mahirah serta mudah diingat oleh masyarakat dan merupakan lembaga keuangan bank [b7]	0	1	1	25	73	4,70
8	Saya sering mengandalkan produk LKMS Mahira Muamalah karena mudah dan cepat prosesnya dibandingkan lembaga lain [b8]	0	2	4	27	67	4,59
Mean							4,65

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.7.3 Skor Responden terhadap Keputusan Pembiayaan (Y)

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel ”keputusan pembiayaan” yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.19. Dapat disimpulkan bahwa perhitungan rerata (*mean*) untuk variabel keputusan memilih pembiayaan adalah sebesar 4,06 maknanya bahwa responden merasakan “Setuju” pada

pernyataan keputusan memilih produk pembiayaan perumahan UMKM pada Mahirah Muamalah.

Tabel 4.19
Score Responden Terhadap Keputusan Pembiayaan

Nu	Item	Score					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Menggunakan produk LKMS Mahira Muamalah dapat menyelesaikan masalah transaksi keuangan saya sehari-hari [c1]	1	0	4	26	69	4,62
2	Saya lebih sering melakukan transaksi di LKMS Mahira Muamalah dari pada lembaga lainya karena mudah, cepat tanpa masalah [c2]	2	1	4	30	63	4,51
3	Saya menggunakan produk, dapat dikenal luas karena sesuai dengan kebutuhan informasi [c3]	0	1	3	25	17	4,66
4	Informasi pada LKMS Mahira Muamalah membantu saya lebih leluasa mendapatkan berita [c4]	0	0	3	31	66	4,63
5	Saya selalu mengevaluasi terhadap beragam pemilihan produk, termasuk alternatif keputusan memilih di LKMS Mahira Muamalah [c5]	2	0	3	17	78	4,69
6	Setiap transaksi yang dilakukan LKMS Mahira Muamalah, saya selalu menyimpan informasi sebagai evaluasi berbagai transaksi produk [c6]	0	1	4	14	81	4,75
7	Saya merasa puas mengandalkan LKMS Mahira Muamalah melalui pembiayaan mikro yang dipilih lebih ringan, cepat tanpa harus ke bank [c7]	0	0	3	22	75	4,72
8	Saya memilih produk LKMS Mahira Muamalah merupakan keputusan pribadi bukan pengaruh faktor luar [c8]	0	0	3	24	73	4,70
9	Keputusan saya memilih produk pembiayaan syariah lebih murah biaya dan banyak masyarakat Banda Aceh mengandalkannya [c9]	0	2	1	20	77	4,72
10	Keamanan dan kemudahan merupakan keputusan pokok dan mereferensikan kepada pelaku UMKM untuk memilih zproduk tepat pada LKMS Mahira Muamalah [c10]	1	2	0	18	79	4,74
Mean							4,67

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.8 Hasil Analisis Kualitas Instrumen

4.1.8.1 Hasil Pengujian Validitas

Untuk pengujian validitas (valid data) dilakukan dalam mengukur tingkat keabsahan data atau kualitas angket yang digunakan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dari hasil output dengan r_{tabel} yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for windows vers. 28*, dimana suatu pernyataan kuesioner dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$, dan sebaliknya jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian juga dilakukan uji signifikan selain dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} (nilai kritis) untuk korelasi r product moment sig 5% (valid). Dalam hal ini adalah jumlah sampel atau responden dengan 100 nasabah dan taraf signifikan adalah 0,05 sehingga diperoleh hasil untuk $R_{tabel} = 0,196$.

Berdasarkan Tabel 4.20 hasil yang diberikan kepada 100 responden dengan 25 pertanyaan yang terbagi menjadi dua variabel yakni bebas dan terikat, dimana variabel bebas (literasi keuangan syariah= delapan pernyataan, reputasi= delapan pernyataan) dan variabel terikat (keputusan pembiayaan= sebanyak sepuluh pernyataan). Hasil uji validitas setiap indikator variabel untuk nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ yaitu 0,196, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel bebas dan terikat dinyatakan sah (valid).

Tabel 4.20
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item-item	R-hitung	R-tabel	Ket. Valid ($\alpha=5\%$)
Literasi Keuangan Syariaiah (X₁)	a1	0,569	0,196	0,000
	a2	0,476	0,196	0,000
	a3	0,677	0,196	0,000
	a4	0,701	0,196	0,000
	a5	0,731	0,196	0,000

Tabel 4.20 – Lamjutan

Variabel	Item-item	R-hitung	R-tabel	Ket. Valid ($\alpha=5\%$)
Reputasi (X ₂)	a6	0,469	0,196	0,000
	a7	0,686	0,196	0,000
	a8	0,670	0,196	0,000
	b1	0,681	0,196	0,000
	b2	0,655	0,196	0,000
	b3	0,705	0,196	0,000
	b4	0,744	0,196	0,000
	b5	0,803	0,196	0,000
	b6	0,640	0,196	0,000
	b7	0,681	0,196	0,000
Keputusan Pembiayaan (Y)	b8	0,690	0,196	0,000
	c1	0,535	0,196	0,000
	c2	0,560	0,196	0,000
	c3	0,606	0,196	0,000
	c4	0,496	0,196	0,000
	c5	0,611	0,196	0,000
	c6	0,763	0,196	0,000
	c7	0,591	0,196	0,000
	c8	0,627	0,196	0,000
	c9	0,645	0,196	0,000
	c10	0,553	0,196	0,000

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.8.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menentukan seberapa konsisten hasil dari pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih pada kelompok yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (handal) jika "*cronbach'alpha*" > 0,60 dan sebaliknya (Sugiyono (2017), Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrument pertanyaan menggunakan IBM SPSS vers.28. Keterangan Tabel 4.21 dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen berupa literasi keuangan syariah dan reputasi perusahaan sedangkan variabel dependen berupa keputusan memilih pembiayaan mikro di LKMS memiliki nilai *alpa cronbach* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

secara keseluruhan pernyataan pada setiap variabel dinyatakan reliabel (handal).

Tabel 4.21
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach' Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X_1)	0,746	Handal
Reputasi Perusahaan (X_2)	0,844	Handal
Keputusan Pembiayaan (Y)	0,793	Handal

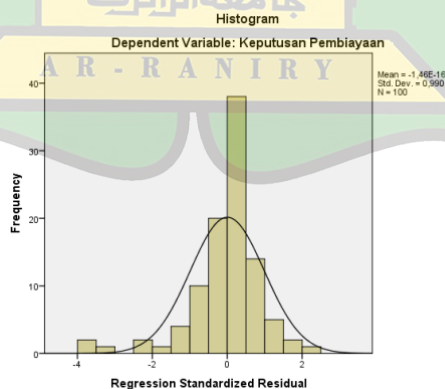
Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.9 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

4.1.9.1 Hasil Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas, untuk menilai apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal pada sebuah kelompok data atau variabel. Menurut Sujarweni, (2020:121) uji normalitas sebagai suatu usaha untuk menentukan apakah data yang kita miliki mempunyai kurva normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal yaitu data yang mempunyai kurva normal pada Gambar 4.2.

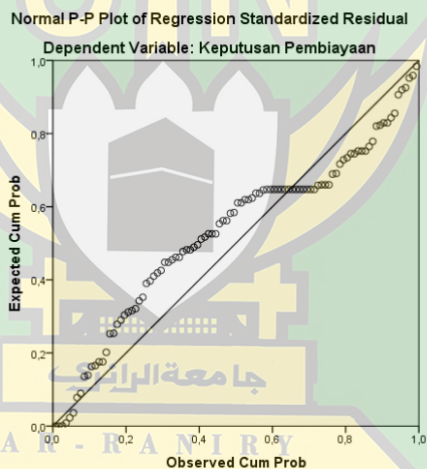
Gambar 4.2
Uji Normalitas (*Histogram*)



Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram tersebut melengkung dengan standar normal, grafik histogram berbentuk lonceng terbalik mengidentifikasikan bahwa data terdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik tersebut memberikan pola yang berdistribusi mendekati normal. Pengujian normalitas menggunakan grafik histogram tersebut juga diperkuat dengan hasil uji dengan *normal p-plot of regression standardized residual* berikut ini.

Gambar 4.3
Uji Normalitas (P-Plot)



Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Hasil output SPSS seperti P-Plot pada Gambar 4.3 menunjukkan bahwa titik-titik data mengikuti dan mendekati garis diagonal, memenuhi kebutuhan asumsi klasik normalitas. Uji model regresi yang diterapkan pada data observasi dalam penelitian ini menghasilkan temuan yang terdistribusi secara teratur dengan data tidak menjauhi garis diagonal atau data terdistribusi normal

4.1.9.2 Hasil Pengujian Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (independent variable) pada model regresi yang ditentukan. Penelitian ini dilakukan pengujian dengan melihat nilai toleran dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan multikolinieritas apabila nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 . Jadi hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.22.

Hasil asumsi klasik kategori uji multikol menunjukkan bahwa seluruh nilai tolerance $> 0,10$ (dengan $X_1 = 0,606$; $X_2 = 0,606$) maka dapat dikatakan diantara variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas dan begitu juga untuk hasil pengujian nilai VIF dari seluruh variabel $X < 10$ (dengan $X_1 = 1,651$; $X_2 = 1,651$), baik nilai tolerance maupun nilai VIF menunjukkan hasil variabel tidak terjadinya multikolinieritas.

Tabel 4.22
Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1 (Constant)		
Literasi Keuangan Syariaiah	,606	1,651
Reputasi Perusahaan	,606	1,651

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Pembiayaan

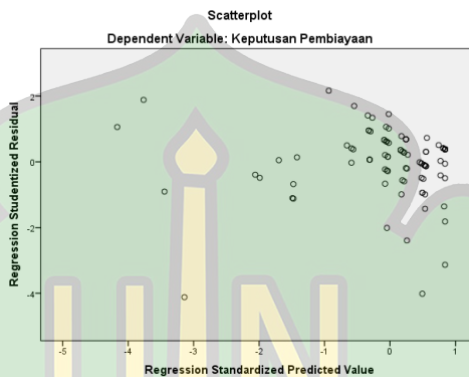
Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

4.1.9.3 Hasil Pengujian Heteroskedasitas

Dari hasil pengujian uji heteroskedastisitas, digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain atau dinamakan dengan homoskedastisitas. Model regresi dikatakan dapat memenuhi

ketentuan, hal ini membuktikan bahwa data dari semua variabel terdistribusi secara normal.

Gambar 4.4
Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Heteroskedastisitas merupakan indikasi bahwa varian antar residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak lagi efisien. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat data terdistribusi dengan menjauhi atau distribusi merata tidak mendekati satu sama lain antar data distribusi (Gambar 4.4).

4.1.10 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah dan reputasi perusahaan terhadap keputusan memilih produk pembiayaan LKMS Mahirah Muamalah Syariah di Banda Aceh, serta untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis sebelumnya yang diajukan dapat diketahui dari

hasil pengujian dari program *SPSS for windows vers. 28* (multivariat regressions).

Tabel 4.23
Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,942	2,600		6,133	,002
Literasi Keuangan Syariah	,039	,077	,042	,513	,609
Reputasi Perusahaan	,790	,085	,754	9,262	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.23 diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program *SPSS for windows vers. 28* maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 15,942 + 0,039 X_1 + 0,790 X_2 + e \quad (4.1)$$

Model persamaan pada Tabel 4.14 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta $a = 15,942$, angka ini menunjukkan bahwa jika variabel literasi keuangan syariah (X_1) dan reputasi perusahaan (X_2) dianggap konstan maka nilai variabel keputusan pembiayaan UMKM (Y) sebesar 15,942.
2. Besarnya koefisien regresi b_1 adalah 0,039 (memiliki arah positif), hal ini menunjukkan bahwa jika setiap penambahan sebesar 1 satuan pada variabel literasi keuangan syariah (X_1) maka akan menurunkan keputusan nasabah memilih keputusan pembiayaan di LKMS (Y) sebesar 0,039 satuan.
3. Besarnya koefisien regresi b_2 adalah 0,790 (memiliki arah positif), hal ini menunjukkan bahwa jika setiap penambahan sebesar 1 satuan pada variabel reputasi perusahaan (X_2)

yang diberikan maka akan meningkatkan keputusan pembiayaan di LKMS (Y) sebesar 0,790 satuan.

4.1.11 Hasil Pengujian Hipotesis

4.1.11.2 Hasil Pengujian Secara Simultan

Hasil uji bersama-sama (simultan) pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas yang secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji simultan dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan untuk *degree of freedom* $(df) = n - k - 1$ dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika probabilitas (signifikan) $< 0,05$ atau nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.
- b) Jika probabilitas (signifikan) $> 0,05$ atau nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

Tabel 4.24

Hasil Pengujian Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	803,972	2	401,986	75,969	,000 ^b
	Residual	513,268	97	5,291		
	Total	1317,240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Literasi Keuangan Syariaah

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.24 yang diperoleh dari hasil uji simultan dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 75,969 dan F_{tabel} sebesar 3,090 yang diperoleh dari $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ (dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah sampel), dengan nilai signifikan 0,000. Bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $75,969 > 3,090$ dan pada nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya semua variabel independen atau variabel literasi keuangan syariah (X_1) dan reputasi perusahaan (X_2) secara simultan (secara serempak) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan memilih pembiayaan UMKM pada LMKS Mahirah Muamalah (Y).

4.1.11.3 Hasil Pengujian Secara Parsial

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari Tabel 4.23, perhitungan didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 yang diperoleh dari $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ (dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel

bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

Berdasarkan Tabel 4.23 diperoleh nilai t hitung literasi keuangan syariah (X_1) sebesar 0,513 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,984 dengan nilai probabilitas signifikan $0,609 > 0,05$, artinya variabel literasi keuangan syariah secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan di LKMS. Hasil dalam penelitian ini H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga variabel literasi keuangan syariah tidak berkontribusi pengaruh pada keputusan pelaku UMKM mengambil pembiayaan di LKMS Mahirah Muamalah.

Nilai t hitung reputasi perusahaan (X_2) sebesar 9,262 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,984 dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel reputasi perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku usaha memilih pembiayaan di LMKS. Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga reputasi perusahaan yang dimiliki LKMS Mahirah Mumalah berpotensi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro pada Mahirah Muamalah.

4.1.12 Hasil Pengujian Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independent atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi atau dapat menjelaskan varian variabel dependen. Dengan demikian hasil uji determinasi (R^2) (Tabel 4.25):

Tabel 4.25
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,610	,602	2,30031

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Literasi Keuangan Syariah

b. Dependent Variable: Keputusan \ Pembiayaan

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Koefisien determinasi (R Square) bernilai $R^2 = 0,610$ atau dua bagian dari nilai korelasi (R) atau $(0,781 \times 0,781)$, hal ini berarti 61,0% variabel dependen berupa keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro (UMKM) pada LKMS Mahirah Muamalah Syariah (Y) dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor dari pada variabel reputasi perusahaan. Sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor varian variabel lain sebesar 39,0% merupakan variabel yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Pembiayaan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pertama yakni untuk variabel literasi keuangan syariah diperoleh nilai probabilitas signifikan 0,609 atau lebih besar 0,05 ($\alpha > 5\%$). Hipotesis alternatif pertama (H_{a1}) yang diajukan sebelumnya ditolak serta menerima Hipotesis nol (H_{01}). Hal tersebut menunjukkan atau dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak

berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha dalam mengambil pembiayaan pada LKMS Mahirah Kota Banda Aceh.

Tingkat jawaban responden memiliki nilai rerata uji frekuensi tanggapan pernyataan skor 4,51% atau diatas 4 (setuju). Pernyataan pada instrumen variabel literasi keuangan syariah yang dimiliki masyarakat pelaku usaha terhadap produk pembiayaan mikro yang ditawarkan oleh Mahirah Muamalah baik dan tepat, dari semua pernyataan mengenai literasi keuangan nasabah pada LKMS yang dijawab responden lebih mengerti dengan baik manfaat terhadap produk seperti instrumen dominan dengan lain bahwa "Saya selalu berhati-hati dalam mengelola dana pembiayaan baik angsuran maupun dalam memenuhi kewajiban tepat waktu [a8]" maka pihak lembaga selama ini sudah bukan hal kendala lagi dalam mengedukasi tentang pembiayaan dan risiko yang mungkin dihadapi para pelaku usaha sebagai nasabah pembiayaan. Oleh karen itu, dapat ditemukan bahwa banyak kalangan pelaku usaha paham dan mengerti mengenai pengeloan keuangan secara mandiri maupun terhadap usahanya.

Literasi keuangan merupakan sesuatu yang sangat diperlukan oleh seseorang untuk mengatur keuangannya agar terlepas dari resiko keuangan yang terjadi. Keterbatasan keuangan tidak hanya disebabkan oleh kurangnya pendapatan seseorang tetapi juga dapat disebabkan kesalahan dalam menyusun perencanaan keuangan seperti tidak cermatnya dalam pengelolaan keuangan, kurang bijak dalam pemakaian operasional, selain dari itu

keterbatasan keuangan juga dapat menyebabkan kurangnya kepercayaan diri.

Literasi keuangan syariah yang dimiliki pelaku usaha/nasabah LKMS pada hasil penelitian ini tidak berpengaruh pada pembiayaan yang diajukan oleh lembaga. Variabel literasi merupakan kecakapan yang dimiliki oleh nasabah/masyarakat dalam mengatur keuangannya sehingga terhindar dari kesulitan keuangan dimasa yang akan datang. Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 bahwa literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka kesejahteraan.

Variabel literasi keuangan terhadap produk pembiayaan yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro (UMKM) pada LKMS Mahirah baik sehingga masyarakat menjadi lebih mengingikan produk-produk pembiayaan lainnya yang ditawarkan lembaga tersebut. Pihaknya selalu menjaga nasabah pembiayaan agar terhindari risiko yang mungkin terjadi, setiap pembiayaan yang dilakukan nasabah kepada LKMS selalu ada pihak ketiga (Insurance) yang diikat agar kedua belah pihak tanpa klaim dikemudian hari dan penyelesaian wanprestasi secara syariah.

Manajemen risiko yang baik dan pengetahuan nasabah keuangan Menurut Chen & Volpe (1998) dalam Putri & Hamidi (2019) menjadi alat ukur tersendiri dalam meningkat literasi

keuangan secara individu. Risiko dalam bidang perbankan suatu kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan maupun yang tidak dapat diperkirakan dapat berdampak negatif terhadap permodalan dan pendapatan bank (Ikatan Bankir Indonesia, 2014:341). Pengetahuan yang tinggi tidak dapat dianggap sebagai penghambat/kendala untuk pencapaian suatu tujuani.

Hasil kajian ini sejalan dengan dilakukan sebelumnya oleh Nur'aeni & Widyasari (2022) “Peran tingkat literasi keuangan syariah dan akses pembiayaan bank syariah terhadap kinerja UMKM yang dimiliki muslim di Kabupaten Bandung”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah dan akses pembiayaan bank syariah tidak mempengaruhi kinerja UMKM. Widyakto et al. (2022) dalam kajiannya menemukan variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan sebelumnya yang dilakukan Zulfa & Fauzi (2024) menemukan hasil bahwa variabel tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pembiayaan. Arifin & Mukhlis (2022) menunjukkan bahwa keputusan pengambilan pembiayaan usaha rakyat dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan yang dimiliki nasabah. Falevy et al. (2022) literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah. Furnawati et al. (2021) literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan

menabung dibank syariah. serta Darmawan et. (2019) literasi keuangan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit usaha.

4.2.2 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji statistik secara partially test yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel reputasi memperoleh nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel atau tingkat probabilitas signifikan 0,000 atau lebih kecil 0,05 ($\alpha=5\%$). Hipotesis kedua yang diajukan sebelumnya menolak H_{02} dan menerima (H_{a2}). Hal ini dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh yang signifikan antara variabel reputasi yang dimiliki LKMS dimata pelaku UMKM sehingga meningkatkan keinginan terhadap keputusan memiliki produk pembiayaan mikro LKMS Mahirah Muamalah kota Banda Aceh.

Dari total hasil observasi terhadap pernyataan yang diisi dalam kuesioner mean 4,65 atau rata-rata menyatakan setuju dengan skala likert (4=setuju). Hal ini juga menunjukkan nasabah lebih dominan atau penilai terhadap tanggapan pernyataan keempat tentang "Saya merasa produk pembiayaan syariah unggulan selain pembiayaan lain banyak ditawarkan ke nasabah [b4]" Berdasarkan hasil kajian ini bahwa tingkat reputasi lembaga tersebut atau penilai nasabah terhadap produk-produk lainnya di LKMS Mahirah Muamalah yang akhirnya dapat meningkatkan keputusan pelaku usaha dalam memilih untuk melakukan pembiayaan mikro.

Reputasi lembaga harus selalu dijaga karena tingkat kepercayaan masyarakat ditinjau dari pada kemampuan, pelayanan, keunggulan perusahaan yang akhirnya dapat meningkatkan transaksi masyarakat terhadap hubungan dengan pihak lembaga cenderung lebih erat dan baik, LKMS selalu memaksimalkan peran karyawan dalam menghadapi nasabah yang lebih puas, senantiasa memberikan pengenalan pelayanan, produk dan pemahaman lain yang belum diketahui oleh masyarakat. Sosialisasi selalu dilakukan oleh LKMS Mahira untuk meningkatkan edukasi agar masyarakat lebih dekat dengan LKMS baik pemahaman mendalam keuntungan dan kelebihan produk pembiayaan.

Reputasi suatu kepercayaan menyeluruh terhadap keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Reputasi perusahaan juga sebagai citra image atau nama baik dan memiliki daya tarik lebih tinggi bila dibandingkan dengan perusahaan yang kurang baik dimata masyarakat (Umiyati & Syaima, 2018). Bagi perusahaan selalu menjaga produk utama yang dihasilkan seperti pemasaran jasa yang diberikan, maka reputasi sangat menentukan perusahaan dan aset yang tidak nyata (*intangible asset*) bagi keberlanjutan lembaga tersebut.

Hasil kajian yang konsisten dilakukan oleh Uswah et al. (2024) reputasi dan fluktuasi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi melalui cicilan emas. Pinaraswati & Amri (2021) reputasi, berpengaruh terhadap keputusan pelanggan jasa (positif dan signifikan). Riza et al. (2021)

variabel reputasi, baik maupun parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syaria. Mulyanto et al (2018) reputasi mempengaruhi minat beli konsumen produk makanan UMKM secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan yaitu reputasi meningkatkan kepercayaan dan mendorong minat beli konsumen.

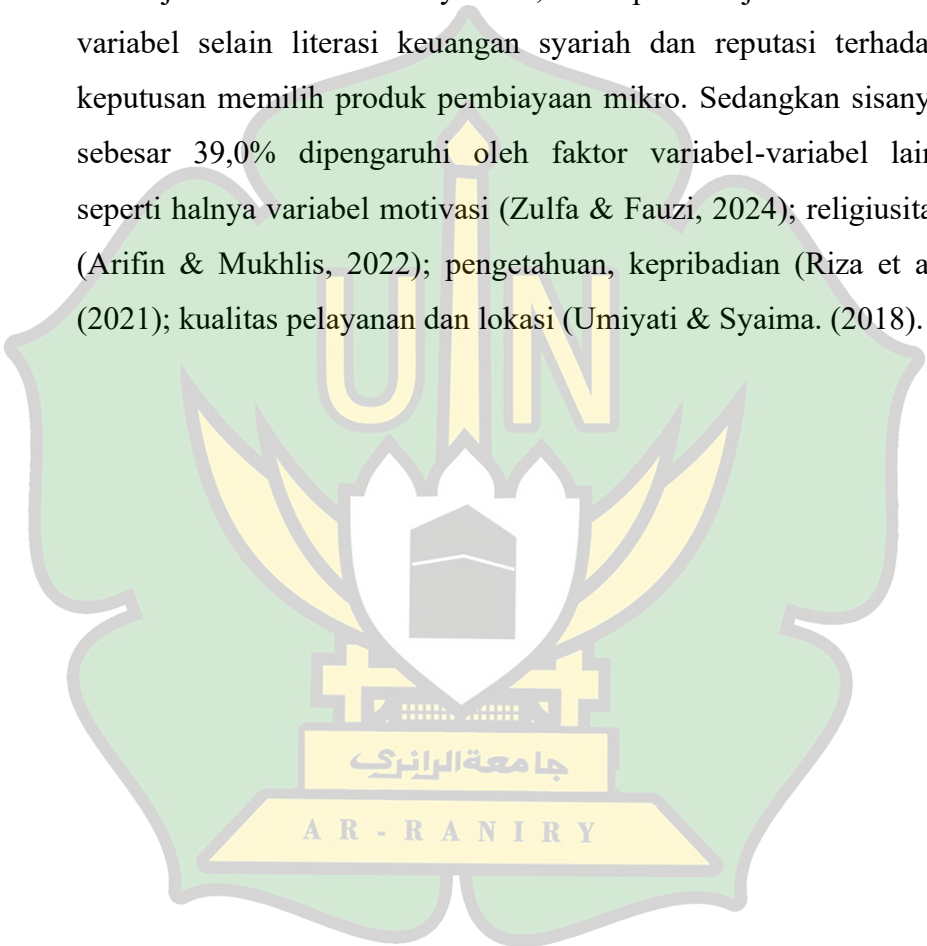
Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil kajian yang dilakukan oleh Umiyati & Syaima. (2018). “Pengaruh merek, reputasi, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di BJB Syariah, Ciputat” hasil penelitian secara parsial bahwa variabel reputasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah;

4.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Reputasi terhadap Keputusan Pembiayaan

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara bersama-sama (simultan) yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan syariah dan reputasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembiayaan mikro pada pelaku UMKM di LKMS Mahirah Muamalah dengan peroleh nilai probability sig (p-value)=0,000 atau lebih kecil 0,05 ($\alpha < 5\%$), hasil kajian telah memenuhi ketentuan syarat pengaruh yang dikemukakan sebelumnya yakni hipotesis alternatif ketiga (H_{a3}) yang diajukan sebelumnya di terima dan menolak H_{03} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa independent variable seperti literasi keuangan syariah dan reputasi yang dimiliki Mahirah Muamalah secara serempak/bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap dependent variable yakni keputusan memilih produk pembiayaan UMKM.

Nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,610 menunjukkan bahwa sebanyak 61,0% dapat menjelaskan varian variabel selain literasi keuangan syariah dan reputasi terhadap keputusan memilih produk pembiayaan mikro. Sedangkan sisanya sebesar 39,0% dipengaruhi oleh faktor variabel-variabel lain, seperti halnya variabel motivasi (Zulfa & Fauzi, 2024); religiusitas (Arifin & Mukhlis, 2022); pengetahuan, kepribadian (Riza et al. (2021); kualitas pelayanan dan lokasi (Umiyati & Syaima. (2018).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil dari pengujian hipotesis penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha memilih pembiayaan mikro pada LKMS Mahirah kota Banda Aceh, bahwa kecakapan yang dimiliki oleh nasabah/masyarakat dalam mengatur keuangannya sehingga terhindar dari kesulitan keuangan dimasa yang akan datang.
2. Reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku usaha memilih pembiayaan mikro pada LKMS Mahirah di Kota Banda Aceh, bahwa reputasi harus selalu dijaga agar tingkat kepercayaan masyarakat pada kemampuan, pelayanan, keunggulan yang akhirnya dapat meningkatkan transaksi masyarakat dengan lembaga menjadikan hubungan baik dan erat.
3. Variabel literasi keuangan syariah dan reputasi perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku usaha memilih pembiayaan mikro pada LKMS Mahirah, dan nilai R Square sebesar 0,610 menunjukkan bahwa sebanyak 61,0% dapat menjelaskan varian variabel literasi keuangan syariah dan reputasi terhadap keputusan memilih

produk pembiayaan mikro, sisanya sebesar 39,0% dipengaruhi oleh faktor variabel-variabel lain,

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Menjadi acuan sumber informasi yang digunakan sebagai pedoman bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian lanjutan mengenai variabel literasi keuangan syariah dan reputasi maupun keputusan pembiayaan.
2. Diharapkan kajian ini memberi preferensi pelaku usaha terhadap kebutuhan pembiayaan mikro maupun kebutuhan akan bisnis juga tersedia dilembaga keuangan syariah.
3. Diharapkan LKMS di Indonesia lebih meningkatkan edukasi keuangan syariah, dan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dalam meningkatkan reputasi serta penanggulangan dalam memperhatikan norma-norma secara syariah, dan meningkatkan kualitas pada lembaga keuangan syariah yang lebih baik sejalan dengan perkembangan produk sesuai kebutuhan yang tidak menghilangkan nilai syariah.
4. Sebagai kebijakan kritis terutama pihak lembaga keuangan syariah, agar mengevaluasi setiap saran nasabah untuk menjaga operasional lembaga sesuai dengan ketentuan Qanun Nomor 11 Tahun 2018 tentang perlakuan semua Lembaga Keuangan berbasis Syariah di Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S.D. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1-12. doi:10.51211/jak.v9i1.1461
- Afiah, Nur., Nahdhah, Nauratun., Haerunnisa., Haeruddin. (2021). Praktik Jual Beli Murabahah Pada Masyarakat, *Ats-Tsarwah*, 1(1), 1-15.
- Aisyah, S & Arif, M. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1980-1991.
- Astuti, W dan Prijanto, B. (2021). Factors Affecting Muzaki's Interest in Paying Zakat Through Kitabisa.com: Technology Acceptance Model Approach and Theory of Planned Behavior, *AL-MUZARA'AH*, 9(1),21-44 DOI: 10.29244/jam.9.1.21-44
- Altunel, Mustafa Cevdet, & Koçak, Ömer Erdem. (2017). The roles of subjective vitality, involvement, experience quality, and satisfaction in tourists' behavioral intentions. *European Journal of Tourism Research*, 16,233-251. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v16i.287>
- Darmawan, Akhmad & Fatiharani, Dini. (2019). Literasi Keuangan, Faktor Demografi, Faktor Dan Akses Permodalan Pengaruhnya Terhadap Keputusan, Pengambilan Kredit Usaha Sektor Informal. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 10(1), 73-89. 10.18196/mb.10169.

- Efriyanto & Aminah. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan UMKM dalam Pembiayaan Peer to Peer Lending di Kota Depok. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 20(1), 1-10
- Febriyanto, D. P., Soegiono, L., & Kristanto, A. B. (2019). Pemanfaatan informasi keuangan dan akses pembiayaan bagi usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(2), 147-160.
- Gerson, F. Richard. (2017). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM
<https://diskominfo.bandaacehkota.go.id/2022/06/08/pt-mahirah-muamalah-masuk-daftar-tpakd-nasional> Diakses 11 November 2024.
- <https://diskominfo.bandaacehkota.go.id/2022/06/08/pt-mahirah-muamalah-masuk-daftar-tpakd-nasional>. Diakses 17 September 2024.
- <https://diskopukmdag.bandaacehkota.go.id/2024/09/09/data-umkm-per-kecamatan-di-kota-banda-aceh-per-31-agustus-tahun-2024/> Diakses 20 Desember 2024.
- <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/pages/lembaga-keuangan-micro.aspx>. Diakses 17 September 2024.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*.
<https://osf.io/preprints/osf/v9j52>.
- Janwari, Yadi. (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Lokakarya Perbankan Syariah polines Semarang, Perbankan Syariah Prinsip Dasar Pengelolaan Bank Syariah Jakarta: *Tim Pengembangan perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia*).

- Kurniawan, M. Z., & Arifni, A. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Pada Keputusan Investasi Pelaku Umkm Di Pesisir Madura. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(2), 178–185. <https://doi.org/10.30737/jimek.v5i2.3681>
- Maulana, FR., Hasnita, N., & Evriyenni. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah, *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 124-137
- Mudiantono & Sitanggang, S.A.Y. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Pada Produk Handphone Merek Iphone Dengan Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Iphone Di Kota Semarang), *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1-12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nasution, A. W., & AK, M. F. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan dan Perbankan Syariah . *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40-63.
- Nesneri, Y., Novita, U., Irdyanti., & Azwar. (2023) Analisis Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Riau, *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 255-268.
- Nur, A., & Pasca Arnu, A. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen. *In Forum Ekonomi* 2(3), 3383-390).
- Nurhatinah. (2018). Pengaruh Keamanan, Privasi, dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shopping Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(1), 206-217.
- Nurhatinah. (2018). Pengaruh Keamanan, Privasi, dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shopping Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(1), 206-217.

- Panghayo, N.A., & Musdholifah. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pemilihan Layanan Keuangan Syariah. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 152-167.
- Pinaraswati, S.O., & Amri, F. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Reputasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Wedding and Event Organizer Di Surabaya. *Jurnal Universitas Gresik*, 10(2), 125-143
- Makalew, G.A.S., Mananeke L.L., & Tawas H.N. (2016). Analisis Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Nasabah Taplus Anak PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Manado), *Jurnal EMBA*. 4(3), 531-544.
- Prayogi, M. A., & Siregar, L. H. (2017). Pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap tingkat perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 17(2), 121-131.
- Purwanto, E. (2020). *Technology Adaption: A Conceptual Framework*, Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Putri, M. N. (2022). Literasi Keuangan Syariah dan Kinerja UMKM. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1 (2), 81-87.
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Magister Manajemen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 398-412
- Ridwan dan Kuncoro. (2014). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.

- Riza, Hakim, L & Elianan. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh, *Jurnal EMT KITA*, 5(1), 19-30.
- Robaka, N.N.U., & Yowi, L.R.K. (2021) Tingkat Literasi Keuangan Masyarakat (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Kota Waingapu), *Transformatif*, X (1), 125-150
- Rohali, Y. ., Basri, Y. Z. ., Ismail, R., & Dwi Septian, R. A. (2022). Factors Affecting The Decision-making of Indonesian Sharia Banking Companies. *ADI Journal on Recent Innovation*, 4(1), 13–25. <https://doi.org/10.34306/ajri.v4i1.725>
- Rosyidah, E., & Masykuroh, E. (2024). Memahami Strategi Dan Mengatasi Tantangan Dalam Penelitian Metode Kuantitatif. *Journal Syntax Idea*, 6(6), 2788-2803.
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). Penelitian Metode Kuantitatif. Sindoro: Cendikia Pendidikan, 5(6), 1-10.
- Salman, Kautsar Riza. (2012). Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis Psak Syariah, Jakarta: Akademia Permata.
- Sangadji, E.M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saragih, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26-33.
- Sari, P. I., & Siregar, P. A. (2023). Pengaruh Produk, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Minat Menabung Siswa di BSI KCP Bagan Batu Rokan Hilir Riau (Studi Kasus SMA Al-Mujahidin). *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI*, 10(1), 324-331.

- Siyoto & Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subhani, B., Wei, W., Ahmed, J., & Farooq, U. (2022). Impact of Firm Reputation on Firm Financing Decision: Evidence from Non-Financial Sector of Pakistan. *Journal of Finance and Accounting Research*, 4(2), 53-74. Retrieved from <https://ojs.umt.edu.pk/index.php/jfar/article/view/1108>
- Suci, Yuli Rahmini. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6(1), 1-8.
- Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 766-722
- Sujarweni, Wiratna. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____ (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrum & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Umiyati, U., & Syaima, N. (2018). Pengaruh Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di BJB Syariah,

Ciputat. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(2), 108-123.

Uswah, N., Fitriyah, N., & Lenap, I. P. . (2024). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4(2), 328–341. <https://doi.org/10.29303/risma.v4i1.1114>

Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59-66.

Wijanarko, A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 104–116. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26476>

Wulandari, D & Suabagio, A. (2015). Consumer Decision Making in Conventional Banks and Islamic Bank based on Quality of Service Perception. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 211(2), 471-475

Yoga, Nur Muhammad Agung Tri & Mukhlis, Imam. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengajuan, Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan (JEBP)*, 2(1), 91-104, doi: 10.17977/um066v2i12022p91-104

ANGKET PENELITIAN



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH
DAN REPUTASI TERHADAP KEPUTUSAN
PELAKU USAHA DALAM MENGAMBIL
PEMBIAYAAN PADA LKMS MAHIRAH
MUAMALAH KOTA BANDA ACEH**

Angket penelitian (kuesioner tertutup) sebagai alat pengumpulan data yang dibutuhkan dalam rangka penelitian dalam memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan strata 1 dalam bentuk penulisan skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (UINAR) di Kota Banda Aceh. Dalam pengisian kuisisioner ini, dimohon anda mencontreng pada salah satu kolom alternatif jawaban sesuai dengan apa yang rasakan sesungguhnya.

Peneliti sangat menjamin kerahasiaan identitas anda sebagai responden dan informasi yang anda berikan semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah demi perbaikan untuk tahap selanjutnya. Atas partisipasi yang anda berikan, peneliti mengucapkan ribuan terima kasih sebelumnya atas kesediaan waktu anda dalam penelitian ini, wassalamualaikum.

Banda Aceh, 12 Februari 2025
Pemohon

Muhammad Haikal
Nim. 180603268

A. Karakteristik Responden

1. Identitas Nasabah:(*boleh diisi kode)
2. Alamat Email:
3. Kelamin anda:
 - 1) Laki-laki
 - 2) Perempuan
4. Usia:
 - 1) 15 – 25 tahun
 - 2) 26 – 35 tahun
 - 3) 36 – 45 tahun
 - 4) 46 – 55 tahun
5. Status anda:
 - 1) Kawin
 - 2) Belum Kawin
6. Pendidikan terakhir:
 - 1) SD/Sederajat
 - 2) SLTP/Sederajat
 - 3) SMU/Sederajat
 - 4) Akademi/Diploma
 - 5) Sarjana
 - 6) Pascasarjana
7. Omset usaha rata-rata perhari:
 - 1) < Rp 2.000.000
 - 2) Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000
 - 3) Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000
 - 4) Rp 6.000.000 – Rp 8.000.000
 - 5) Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000
 - 6) > Rp 10.000.000
8. Omset bersih rata-rata perbulan:
 - 1) < Rp 5.000.000
 - 2) Rp 6.000.000 – Rp 10.000.000

- 3) Rp 11.000.000 – Rp 15.000.000
- 4) Rp 16.000.000 – Rp 20.000.000
- 5) Rp 21.000.000 – Rp 25.000.000
- 6) Rp 26.000.000 – Rp 30.000.000
- 7) Rp 31.000.000 – Rp 35.000.000
- 8) Rp 36.000.000 – Rp 40.000.000
- 9) > Rp 41.000.000

9. Jumlah pembiayaan (Rp)

- 1) < Rp 5.000.000
- 2) Rp 6.000.000 – Rp 10.000.000
- 3) Rp 11.000.000 – Rp 15.000.000
- 4) Rp 16.000.000 – Rp 20.000.000
- 5) Rp 21.000.000 – Rp 25.000.000
- 6) Rp 26.000.000 – Rp 30.000.000
- 7) Rp 31.000.000 – Rp 35.000.000
- 8) Rp 36.000.000 – Rp 40.000.000
- 9) Rp 41.000.000 – Rp 45.000.000
- 10) Rp 46.000.000 – Rp 50.000.000
- 11) > Rp 50.000.000

10. Masa Pembiayaan (tahun)

- 1) < 1 tahun
- 2) 2 – 4 tahun
- 3) 5 – 7 tahun
- 4) 8 - 10

B. Petunjuk Pengisian

Saudara/i dimohon memberi tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat dan pemahaman Anda.

Keterangan :

[1] STS = Sangat Tidak Setuju

[2] TS = Tidak Setuju

[3] KS = Kurang Setuju

[4] S = Setuju

[5] SS = Sangat Setuju

Kuesioner (Googleform)

No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
I. Literasi Keuangan Syariah [X₁]						
a. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan						
1	Saya paham akan pengetahuan keuangan sistem pemasaran produk tidak menyimpang dengan syariat Islam.					
2	Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah belum sepenuhnya mengerti.					
b. Pengelolaan pembiayaan						
3	Saya selalu merancang dalam mengelola keuangan dan pembiayaan di bank syariah dengan lebih baik					
4	Saya selalu melakukan transaksi keuangan yang sesuai akad syariah pada lembaga keuangan					
c. Pengelolaan tabungan atau investasi						
5	Kepercayaan diri merupakan keyakinan saya akan kemampuan diri sendiri untuk mencapai suatu tujuan					
6	Pihak bank syariah dalam menerapkan produk sesuai dengan akadnya dan mudharabah sesuai dengan akad investasi.					

	d. Manajemen resiko pembiayaan					
7	Saya merasa pembiayaan usaha (produktivitas) yang diberikan sangat bermanfaat untuk pengembangan usaha					
8	Saya selalu berhati-hati dalam mengelola dana pembiayaan baik angsuran maupun dalam memenuhi kewajiban tepat waktu					

Kuesioner (Googleform)

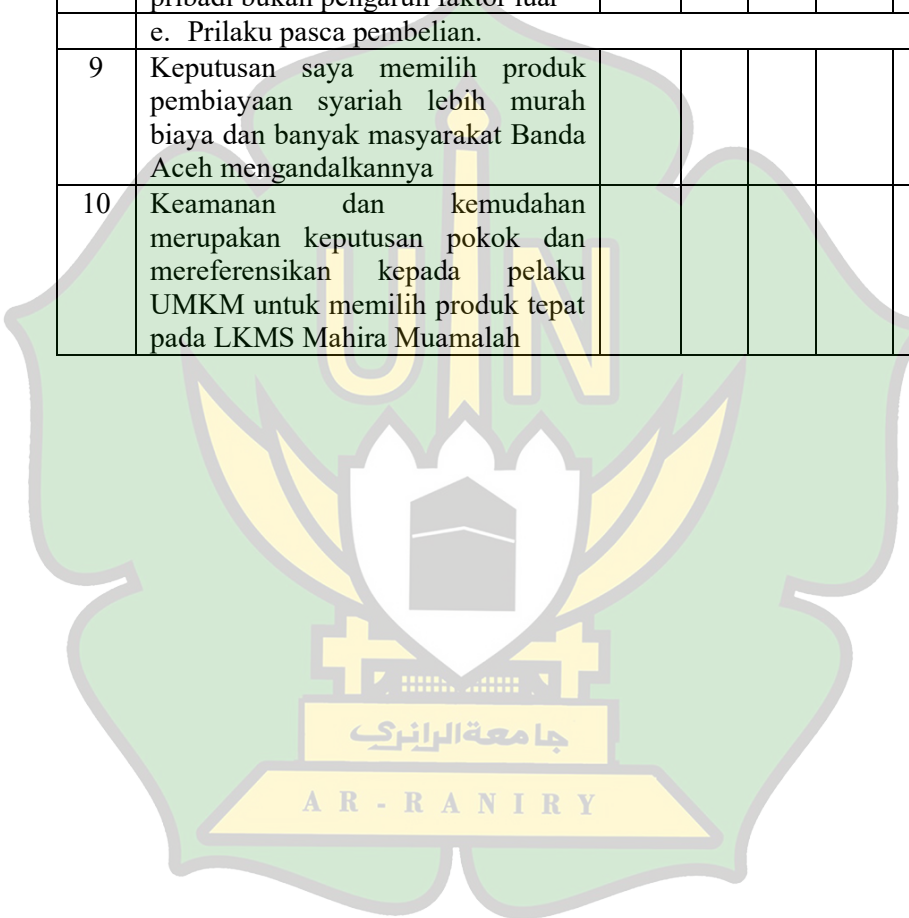
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
II. Reputasi Perusahaan [X₂]						
a. Nama baik						
1	LKMS Mahira Muamalah dipandang baik oleh kalangan masyarakat dan pelaku usaha di Pasar Mahirah					
2	Saya merasa LKMS Mahira Muamalah dapat menyelesaikan masalah pelaku UMKM dengan memberikan pembiayaan margin rendah					
b. Pengelolaan pembiayaan						
3	LKMS Mahira Muamalah sebagai perusahaan milik pemerintah daerah memiliki reputasi baik					
4	Saya merasa produk pembiayaan syariah unggulan selain pembiayaan lain banyak ditawarkan ke nasabah					
c. Dikenal luas						
5	LKMS Mahira Muamalah dikenal luas pada kalangan masyarakat Banda Aceh–Aceh Besar					
6	Saya merasa LKMS Mahira Muamalah sesuai dengan akad-akad syariah					
d. Kemudahan diingat						
7	LKMS Mahira Muamalah dengan					

	nama mahirah serta mudah diingat oleh masyarakat dan merupakan lembaga keuangan bank.					
8	Saya sering mengandalkan produk LKMS Mahira Muamalah karena mudah dan cepat prosesnya dibandingkan lembaga lain					

Kuesioner (Googleform)

No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
III. Keputusan Pembiayaan [Y]						
a. Pengenalan masalah						
1	Menggunakan produk LKMS Mahira Muamalah dapat menyelesaikan masalah transaksi keuangan saya sehari-hari					
2	Saya lebih sering melakukan transaksi di LKMS Mahira Muamalah dari pada lembaga lainnya karena mudah, cepat tanpa masalah.					
b. Pencarian informasi						
3	Saya menggunakan produk, dapat dikenal luas karena sesuai dengan kebutuhan informasi.					
4	Informasi pada LKMS Mahira Muamalah membantu saya lebih leluasa mendapatkan berita.					
c. Evaluasi berbagai alternatif						
5	Saya selalu mengevaluasi terhadap beragam pemilihan produk, termasuk alternatif keputusan memilih di LKMS Mahira Muamalah					
6	Setiap transaksi yang dilakukan LKMS Mahira Muamalah, saya selalu menyimpan informasi sebagai evaluasi berbagai transaksi produk					
d. Keputusan pembelian						

7	Saya merasa puas mengandalkan LKMS Mahira Muamalah melalui pembiayaan <i>mikro</i> yang dipilih lebih ringan, cepat tanpa harus ke bank.					
8	Saya memilih produk LKMS Mahira Muamalah merupakan keputusan pribadi bukan pengaruh faktor luar					
e. Prilaku pasca pembelian.						
9	Keputusan saya memilih produk pembiayaan syariah lebih murah biaya dan banyak masyarakat Banda Aceh mengandalkannya					
10	Keamanan dan kemudahan merupakan keputusan pokok dan mereferensikan kepada pelaku UMKM untuk memilih produk tepat pada LKMS Mahira Muamalah					



Lampiran 2

Master Data Penelitian (Tabulasi)

Obs	Karakteristik Responden							
	k1	k2	k3	k4	k5	k6	k7	k8
1	1	3	2	3	3	2	10	2
2	1	1	2	5	2	4	10	4
3	1	3	1	5	4	6	2	2
4	1	3	1	5	2	5	2	2
5	1	3	1	3	5	7	3	3
6	1	3	1	3	5	6	2	2
7	1	2	1	3	3	4	10	2
8	1	3	1	3	3	5	2	2
9	1	3	1	3	3	4	2	2
10	1	2	1	3	4	6	3	2
11	2	1	2	5	1	1	2	2
12	2	1	2	5	1	2	7	2
13	1	1	2	5	1	1	1	2
14	1	2	2	5	3	6	1	3
15	1	1	2	3	1	1	1	2
16	1	3	1	5	3	3	2	2
17	1	3	1	3	6	9	10	3
18	2	4	1	3	4	4	4	2
19	2	1	2	5	1	2	1	3
20	1	2	2	3	3	1	1	2
21	1	3	1	3	2	4	3	2
22	2	2	1	3	3	4	4	2
23	1	4	1	4	2	2	2	2
24	2	4	1	2	3	3	3	2
25	1	4	1	3	3	4	4	2
26	1	2	2	3	1	1	6	2
27	1	2	2	3	6	2	2	2
28	1	2	2	3	1	6	6	1
29	1	4	1	2	3	3	3	2
30	1	3	2	3	2	2	10	2
31	1	2	2	3	1	1	6	2
32	1	3	1	2	2	2	2	2
33	2	2	1	3	2	2	10	2
34	2	2	2	5	4	4	4	2
35	1	1	2	3	1	1	5	2
36	1	2	1	5	3	3	2	2
37	1	2	2	2	1	1	6	2
38	1	2	2	3	1	1	1	2
39	1	1	2	3	1	1	6	2
40	1	2	2	5	2	1	8	1
41	1	2	2	5	3	4	4	2
42	2	2	1	3	2	2	10	2
43	1	3	1	2	2	2	2	2
44	1	2	1	3	2	1	1	1
45	1	2	1	2	2	2	2	2
46	2	3	1	3	4	4	4	3
47	1	3	1	2	3	3	2	2
48	2	2	1	3	3	3	2	2

49	2	2	1	3	2	2	2	2
50	1	4	1	3	4	5	5	2
51	1	2	1	2	2	2	10	2
52	1	2	1	3	2	2	8	2
53	2	1	1	3	1	1	5	2
54	1	3	1	2	3	3	2	2
55	2	2	1	3	3	3	2	2
56	1	3	1	3	3	3	3	2
57	2	1	1	3	2	2	8	2
58	2	2	1	3	2	2	4	2
59	2	1	1	3	1	1	5	2
60	1	3	1	2	3	3	2	2
61	1	4	1	2	3	3	2	2
62	1	2	1	3	2	2	8	2
63	2	2	1	3	2	2	10	2
64	1	1	2	3	1	1	1	2
65	1	3	1	3	3	3	2	2
66	1	2	1	3	2	2	10	2
67	2	2	1	3	2	2	10	2
68	1	2	1	3	2	2	2	2
69	1	2	1	3	2	2	10	2
70	2	3	1	3	4	4	4	2
71	1	3	1	2	3	3	2	2
72	1	2	1	3	2	2	10	2
73	1	2	1	3	2	2	10	2
74	1	2	1	3	2	2	2	2
75	2	2	2	5	1	1	4	2
76	1	3	1	3	3	3	2	2
77	1	3	1	2	3	3	2	2
78	2	2	1	3	2	2	10	2
79	1	3	1	3	3	3	2	2
80	1	4	1	3	4	4	4	2
81	2	3	1	3	3	3	2	2
82	1	3	1	3	6	7	10	3
83	1	4	1	2	3	2	2	2
84	1	4	1	3	4	4	3	2
85	2	1	2	3	1	1	4	2
86	1	2	1	3	3	2	2	2
87	1	3	1	3	4	4	3	2
88	1	3	1	3	3	3	2	2
89	1	3	1	3	3	3	2	2
90	1	2	1	3	2	2	10	2
91	1	2	1	2	3	2	2	2
92	2	2	1	3	2	2	10	2
93	2	2	1	3	4	3	2	2
94	1	2	1	3	5	5	4	2
95	2	2	1	3	3	2	2	2
96	1	3	1	3	4	3	4	2
97	1	1	2	3	1	1	5	2
98	2	2	1	3	3	2	2	2
99	1	4	1	2	4	3	4	2
100	1	2	1	3	3	2	10	2

Ket:
k1 Jenis Kelamin

- 
- 1. Laki-laki
 - 2. Perempuan
- k2 Usia
- 1. 15 - 25 tahun
 - 2. 26 - 35 tahun
 - 3. 36 - 45 tahun
 - 4. 46 - 55 tahun
- k3 Status
- 1. Kawin
 - 2. Belum Kawin
- k4 Pendidikan Terakhir
- 1. SD/Sederajat
 - 2. SLTP/Sederajat
 - 3. SMU/Sederajat
 - 4. Akademi/Sederajat
 - 5. Sarjana
 - 6. Pascasarjana
- k5 Omset rata-rata perhari
- 1. < Rp 2.000.000
 - 2. Rp 2.000.000 - Rp 4.000.0000
 - 3. Rp 4.000.000 - Rp 6.000.0000
 - 4. Rp 6.000.000 - Rp 8.000.0000
 - 5. Rp 8.000.000 - Rp 10.000.0000
 - 6 > Rp 10.000.000
- k6 Omset rata-rata perbulan
- 1. < Rp 5.000.000
 - 2. Rp 6.000.000 - Rp 10.000.0000
 - 3. Rp 11.000.000 - Rp 15.000.0000
 - 4. Rp 16.000.000 - Rp 20.000.0000
 - 5. Rp 21.000.000 - Rp 25.000.0000
 - 6. Rp 26.000.000 - Rp 30.000.0000
 - 7. Rp 31.000.000 - Rp 35.000.0000
 - 8. Rp 36.000.000 - Rp 40.000.0000
 - 9. > Rp 41.000.000
- k7 Jumlah Pembiayaan (Rp)
- 1. < Rp 5.000.000
 - 2. Rp 6.000.000 - Rp 10.000.0000
 - 3. Rp 11.000.000 - Rp 15.000.0000
 - 4. Rp 16.000.000 - Rp 20.000.0000
 - 5. Rp 21.000.000 - Rp 25.000.0000
 - 6. Rp 26.000.000 - Rp 30.000.0000
 - 7. Rp 31.000.000 - Rp 35.000.0000
 - 8. Rp 36.000.000 - Rp 40.000.0000
 - 9. Rp 41.000.000 - Rp 45.000.0000
 - 10. Rp 46.000.000 - Rp 50.000.0000
 - 11. > Rp 50.000.000 -
- k8 Masa Pembiayaan (tahun)
- 1. < 1 tahun
 - 2. 2 - 4 tahun
 - 3. 5 - 7 tahun
 - 4. 8 - 10 tahun
 - 5. > 11 tahun

Tabulasi Variabel Literasi Keuangan Syariah

Obs	X1							
	a1	a2	a3	a	a5	a6	a7	a8
1	5	5	4	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	5	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	4	5	5	4	5	5
11	5	3	5	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	3	4	4
13	4	4	2	2	1	2	2	2
14	4	2	3	5	5	4	5	5
15	5	2	3	4	5	4	4	4
16	5	4	5	4	4	4	5	5
17	5	5	5	4	4	4	5	5
18	5	4	5	4	5	4	5	5
19	5	5	3	2	5	3	5	5
20	1	5	1	1	1	5	1	2
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	4	5	5	4	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	3	4	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	4	4	4	5	5	4	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5
31	4	5	4	4	5	5	5	5
32	4	4	5	5	5	4	5	5
33	4	4	4	5	4	4	5	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	4	5	5	5	4	4
36	4	4	5	5	5	5	5	4
37	4	4	5	5	4	5	4	5
38	5	3	4	5	5	4	4	5
39	5	4	5	5	5	5	5	4
40	5	4	4	5	5	3	5	5
41	5	4	5	4	5	5	4	5
42	4	5	5	5	5	5	4	4
43	5	4	5	5	5	4	4	5
44	5	4	5	5	5	5	5	4
45	4	4	4	5	4	5	5	4
46	5	4	5	4	4	4	5	5
47	4	4	5	5	5	5	5	5
48	5	4	5	5	4	4	5	5
49	5	5	4	5	5	3	3	5
50	5	4	4	5	5	5	5	5
51	5	4	5	5	4	5	4	5
52	5	5	4	4	5	3	5	3

53	5	5	4	4	5	5	5	5
54	3	4	5	3	3	5	5	5
55	5	5	4	5	5	4	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	4	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	4	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	3	5	5	5	5	3	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	4	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	3	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	4	4	5	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	5	5	3	4	4	5	5
70	5	3	5	5	5	5	5	5
71	5	4	5	5	5	5	5	5
72	5	4	5	5	5	5	5	5
73	5	4	5	5	5	5	5	5
74	5	3	5	5	5	5	5	5
75	4	4	5	5	5	4	5	5
76	5	3	4	4	5	4	5	5
77	3	3	5	4	5	5	5	4
78	4	1	5	5	4	5	5	5
79	5	2	4	4	5	3	4	5
80	5	1	5	4	3	5	5	3
81	3	2	5	5	5	4	5	5
82	4	1	5	5	4	3	5	5
83	3	3	5	5	5	5	4	5
84	4	3	5	5	5	4	4	5
85	5	3	3	5	4	4	4	5
86	5	1	3	5	4	5	5	4
87	4	2	5	5	2	5	5	5
88	4	3	5	5	4	4	4	5
89	5	5	4	4	5	4	5	5
90	5	1	4	4	5	5	5	5
91	5	3	3	3	5	4	5	5
92	4	2	2	4	5	5	4	5
93	5	2	2	5	4	5	5	5
94	5	3	3	2	5	5	4	5
95	4	4	5	5	5	5	5	5
96	5	4	5	5	5	3	3	5
97	4	3	4	5	5	5	5	5
98	4	2	4	5	5	5	5	5
99	4	1	3	5	4	5	5	5
100	4	2	5	5	5	5	4	5

Tabulasi Variabel Reputasi

Obs	X2							
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8
1	4	5	4	5	4	5	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	5	5	5	5	5	5	5
11	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	2	4	4	4	3	2	3
13	2	2	2	3	2	4	4	4
14	4	4	3	3	2	4	4	2
15	3	4	4	4	3	5	4	3
16	5	5	4	4	4	4	5	5
17	5	5	5	4	5	5	5	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5
20	1	1	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	4	4	4	4	5	4
24	4	5	4	4	4	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	4	4	4	4	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	4	4	5	4
30	5	5	5	5	5	5	5	5
31	4	5	5	5	5	5	5	5
32	5	4	4	4	5	5	4	5
33	5	4	4	5	5	5	5	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	4	5	5	5	4	4
36	5	4	5	5	4	5	5	4
37	5	5	4	4	5	4	5	4
38	5	5	4	4	4	4	5	5
39	5	5	4	5	5	5	5	4
40	4	4	4	3	3	4	4	4
41	4	5	5	4	5	5	4	4
42	4	5	5	5	5	5	4	5
43	5	4	4	4	5	5	4	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	4	4	5	5	5	4	5	5
46	4	4	5	5	5	5	4	5
47	5	5	4	4	5	5	5	4
48	5	5	4	5	5	4	5	5
49	5	5	4	5	5	5	4	5
50	4	4	5	5	5	5	5	4
51	4	4	5	5	5	4	4	5
52	5	5	5	5	5	5	5	4

53	5	5	5	4	5	5	5	4
54	5	3	5	5	5	5	5	5
55	4	5	5	5	4	4	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	4	5	5	5	5	4
59	5	5	5	5	5	5	4	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	4	5	5	3	5	5
62	5	5	5	5	4	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	4	4	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	4	5	5	5	5
71	5	5	4	5	5	5	5	5
72	5	5	4	5	5	5	5	5
73	4	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5
75	4	5	5	5	4	5	4	5
76	4	4	5	5	5	5	5	5
77	5	3	5	5	5	4	5	5
78	4	5	5	5	5	4	4	5
79	5	4	5	5	5	5	5	5
80	5	4	5	5	5	5	5	4
81	4	5	5	4	5	5	4	5
82	5	5	4	5	5	5	4	5
83	5	5	4	5	5	5	5	5
84	5	4	5	5	5	5	5	4
85	4	3	4	5	4	5	4	3
86	2	5	4	5	4	5	5	4
87	3	5	5	4	5	5	5	5
88	5	4	5	5	5	5	5	5
89	5	4	5	5	5	5	5	5
90	5	5	4	5	5	5	5	5
91	5	4	5	5	5	5	4	5
92	5	5	4	5	5	5	5	4
93	4	5	5	5	4	5	5	4
94	5	5	4	5	5	4	5	2
95	4	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	4	5	5	5	5	5
98	5	4	5	5	5	5	5	5
99	5	5	4	5	5	5	4	5
100	5	5	5	5	4	5	5	5

Tabulasi Variabel Keputusan Pembiayaan

Obs	Y									
	c1	c2	c3	c 4	c 5	c 6	c 7	c 8	c 9	c10
1	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
9	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
10	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	3	1	5	3	3	3	5	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4
14	3	3	2	4	4	2	3	3	2	3
15	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5
16	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
17	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
25	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5
26	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
32	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
33	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
36	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
37	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
38	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
41	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
42	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
43	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
46	5	5	4	4	5	5	3	3	3	5
47	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
50	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5

52	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
53	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
54	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
69	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
70	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
71	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
72	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
73	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
76	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
77	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
79	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
80	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
81	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
83	5	4	3	5	1	5	5	4	4	3
84	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5
85	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4
86	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
87	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
88	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4
89	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
90	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
91	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
92	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
93	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
94	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4
96	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
97	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
98	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	2	4	5	5	5	5	4	5	5
100	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4

Ket:

- X : Literasi Keuangan Syariah
- X2 : Reputasi Perusahaan
- Y : Keputusan Pembiayaan

Lampiran 3

Daftar Output SPSS

[Kr] Karakteristik Responde

Frequency Table

Jenis Kelamin [k1]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	72	72,0	72,0	72,0
	Perempuan	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia [k2]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 25 tahun	14	14,0	14,0	14,0
	26 - 35 tahun	45	45,0	45,0	59,0
	36 - 45 tahun	30	30,0	30,0	89,0
	46 - 55 tahun	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Status [k3]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kawin	75	75,0	75,0	75,0
	Belum Kawin	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir [k4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP/Sederajat	16	16,0	16,0	16,0
	SMU/Sederajat	69	69,0	69,0	85,0
	Akademi/Sederajat	1	1,0	1,0	86,0
	Sarjana	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Omset Rata-rata perhari [k5]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 2.000.000	18	18,0	18,0	18,0
Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000	29	29,0	29,0	47,0
Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000	34	34,0	34,0	81,0
Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	13	13,0	13,0	94,0
Rp 8.000.000 - Rp 10.000.000	3	3,0	3,0	97,0
> Rp 10.000.000	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Omset Rata-rata Perbulan [k6]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 5.000.000	18	18,0	18,0	18,0
Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	34	34,0	34,0	52,0
Rp 11.000.000 - Rp 15.000.000	22	22,0	22,0	74,0
Rp 16.000.000 - Rp 20.000.000	14	14,0	14,0	88,0
Rp 21.000.000 - Rp 25.000.000	4	4,0	4,0	92,0
Rp 26.000.000 - Rp 30.000.000	5	5,0	5,0	97,0
Rp 31.000.000 - Rp 35.000.000	2	2,0	2,0	99,0
> Rp 41.000.000	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Jumlah Pembiayaan (Rp) [k7]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 5.000.000	8	8,0	8,0	8,0
Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	36	36,0	36,0	44,0
Rp 11.000.000 - Rp 15.000.000	8	8,0	8,0	52,0
Rp 16.000.000 - Rp 20.000.000	14	14,0	14,0	66,0
Rp 21.000.000 - Rp 25.000.000	5	5,0	5,0	71,0
Rp 26.000.000 - Rp 30.000.000	5	5,0	5,0	76,0
Rp 31.000.000 - Rp 35.000.000	1	1,0	1,0	77,0
Rp 36.000.000 - Rp 40.000.000	4	4,0	4,0	81,0
Rp 46.000.000 - Rp 50.000.000	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Masa Pembiayaan (Tahun) [k8]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 tahun	3	3,0	3,0	3,0
2 - 4 tahun	90	90,0	90,0	93,0
5 - 7 tahun	6	6,0	6,0	99,0
8 - 10 tahun	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Frequencies

[X1] Literasi Keuangan Syariah

Frequency Table

Saya paham akan pengetahuan keuangan sistem pemasaran produk tidak menyimpang dengan syariat Islam [a1]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	4	4,0	4,0	5,0
	S	26	26,0	26,0	31,0
	SS	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah belum sepenuhnya mengerti [a2]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,0	6,0	6,0
	TS	9	9,0	9,0	15,0
	KS	16	16,0	16,0	31,0
	S	30	30,0	30,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya selalu merancang dalam mengelola keuangan dan pembiayaan di bank syariah dengan lebih baik [a3]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,0	3,0	4,0
	KS	8	8,0	8,0	12,0
	S	26	26,0	26,0	38,0
	SS	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya selalu melakukan transaksi keuangan yang sesuai akad syariah pada lembaga keuangan [a4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,0	3,0	4,0
	KS	4	4,0	4,0	8,0
	S	20	20,0	20,0	28,0
	SS	72	72,0	72,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kepercayaan diri merupakan keyakinan saya akan kemampuan diri sendiri untuk mencapai suatu tujuan [a5]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	1	1,0	1,0	3,0
	KS	3	3,0	3,0	6,0
	S	20	20,0	20,0	26,0
	SS	74	74,0	74,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pihak bank syariah dalam menerapkan produk sesuai dengan akadnya dan mudharabah sesuai dengan akad investasi [a6]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	9	9,0	9,0	10,0
	S	26	26,0	26,0	36,0
	SS	64	64,0	64,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya merasa pembiayaan usaha (produktivitas) yang diberikan sangat bermanfaat untuk pengembangan usaha [a7]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	1	1,0	1,0	2,0
	KS	4	4,0	4,0	6,0
	S	20	20,0	20,0	26,0
	SS	74	74,0	74,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya selalu berhati-hati dalam mengelola dana pembiayaan baik angsuran maupun dalam memenuhi kewajiban tepat waktu [a8]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	KS	3	3,0	3,0	5,0
	S	13	13,0	13,0	18,0
	SS	82	82,0	82,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequencies

[X2] Reputasi Perusahaan

Frequency Table

LKMS Mahira Muamalah dipandang baik oleh kalangan masyarakat dan pelaku usaha di Pasar Mahirah [b1]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,0
	KS	4	4,0	4,0	7,0
	S	25	25,0	25,0	32,0
	SS	68	68,0	68,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya merasa LKMS Mahira Muamalah dapat menyelesaikan masalah pelaku UMKM dengan memberikan pembiayaan margin rendah [b2]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,0
	KS	4	4,0	4,0	7,0
	S	23	23,0	23,0	30,0
	SS	70	70,0	70,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LKMS Mahira Muamalah sebagai perusahaan milik pemerintah daerah memiliki reputasi baik [b3]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	2	2,0	2,0	3,0
	S	35	35,0	35,0	38,0
	SS	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya merasa produk pembiayaan syariah unggulan selain pembiayaan lain banyak ditawarkan ke nasabah [b4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	20	20,0	20,0	24,0
	SS	76	76,0	76,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**LKMS Mahira Muamalah dikenal luas pada kalangan masyarakat Banda Aceh–
Aceh Besar [b5]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	KS	3	3,0	3,0	5,0
	S	20	20,0	20,0	25,0
	SS	75	75,0	75,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya merasa LKMS Mahira Muamalah sesuai dengan akad-akad syariah [b6]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	20	20,0	20,0	23,0
	SS	77	77,0	77,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**LKMS Mahira Muamalah dengan nama mahirah serta mudah diingat oleh
masyarakat dan merupakan lembaga keuangan bank [b7]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	1	1,0	1,0	2,0
	S	25	25,0	25,0	27,0
	SS	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya sering mengandalkan produk LKMS Mahira Muamalah karena mudah dan
cepat prosesnya dibandingkan lembaga lain [b8]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	KS	4	4,0	4,0	6,0
	S	27	27,0	27,0	33,0
	SS	67	67,0	67,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequencies

[Y] Keputusan Pembiayaan

Frequency Table

Menggunakan produk LKMS Mahira Muamalah dapat menyelesaikan masalah transaksi keuangan saya sehari-hari [c1]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	4	4,0	4,0	5,0
	S	26	26,0	26,0	31,0
	SS	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya lebih sering melakukan transaksi di LKMS Mahira Muamalah dari pada lembaga lainya karena mudah, cepat tanpa masalah [c2]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	1	1,0	1,0	3,0
	KS	4	4,0	4,0	7,0
	S	30	30,0	30,0	37,0
	SS	63	63,0	63,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya menggunakan produk, dapat dikenal luas karena sesuai dengan kebutuhan informasi [c3]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	3	3,0	3,0	4,0
	S	25	25,0	25,0	29,0
	SS	71	71,0	71,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Informasi pada LKMS Mahira Muamalah membantu saya lebih leluasa mendapatkan berita [c4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	31	31,0	31,0	34,0
	SS	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya selalu mengevaluasi terhadap beragam pemilihan produk, termasuk alternatif keputusan memilih di LKMS Mahira Muamalah [c5]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	KS	3	3,0	3,0	5,0
	S	17	17,0	17,0	22,0
	SS	78	78,0	78,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Setiap transaksi yang dilakukan LKMS Mahira Muamalah, saya selalu menyimpan informasi sebagai evaluasi berbagai transaksi produk [c6]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	4	4,0	4,0	5,0
	S	14	14,0	14,0	19,0
	SS	81	81,0	81,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya merasa puas mengandalkan LKMS Mahira Muamalah melalui pembiayaan mikro yang dipilih lebih ringan, cepat tanpa harus ke bank [c7]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	22	22,0	22,0	25,0
	SS	75	75,0	75,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya memilih produk LKMS Mahira Muamalah merupakan keputusan pribadi bukan pengaruh faktor luar [c8]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	24	24,0	24,0	27,0
	SS	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Keputusan saya memilih produk pembiayaan syariah lebih murah biaya dan banyak masyarakat Banda Aceh mengandalkannya [c9]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	KS	1	1,0	1,0	3,0
	S	20	20,0	20,0	23,0
	SS	77	77,0	77,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Keamanan dan kemudahan merupakan keputusan pokok dan mereferensikan kepada pelaku UMKM untuk memilih produk tepat pada LKMS Mahira Muamalah [c10]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
KS	2	2,0	2,0	3,0
S	18	18,0	18,0	21,0
SS	79	79,0	79,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Correlations

[X1] Literasi Keuangan Syariah

Correlations

	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	Total
a1 Pearson Correlation	1	,229*	,236**	,315**	,451**	,003	,362**	,337**	,569**
Sig. (2-tailed)		,022	,018	,001	,000	,976	,000	,001	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a2 Pearson Correlation	,229*	1	,247*	,018	,197*	,058	,065	,038	,476**
Sig. (2-tailed)	,022		,013	,861	,049	,564	,519	,708	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a3 Pearson Correlation	,236**	,247*	1	,519**	,319**	,224*	,404**	,358**	,677**
Sig. (2-tailed)	,018	,013		,000	,001	,025	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a4 Pearson Correlation	,315**	,018	,519**	1	,491**	,340**	,466**	,497**	,701**
Sig. (2-tailed)	,001	,861	,000		,000	,001	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a5 Pearson Correlation	,451**	,197*	,319**	,491**	1	,234*	,466**	,594**	,731**
Sig. (2-tailed)	,000	,049	,001	,000		,019	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a6 Pearson Correlation	,003	,058	,224*	,340**	,234*	1	,339**	,265**	,469**
Sig. (2-tailed)	,976	,564	,025	,001	,019		,001	,008	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a7 Pearson Correlation	,362**	,065	,404**	,466**	,466**	,339**	1	,526**	,686**
Sig. (2-tailed)	,000	,519	,000	,000	,000	,001		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a8 Pearson Correlation	,337**	,038	,358**	,497**	,594**	,265**	,526**	1	,670**
Sig. (2-tailed)	,001	,708	,000	,000	,000	,008	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	,569**	,476**	,677**	,701**	,731**	,469**	,686**	,670**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

[X2] Reputasi Perusahaan

		Correlations								Total
		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	
b1	Pearson Correlation	1	,557**	,271**	,375**	,490**	,260**	,398**	,268**	,681**
	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,000	,000	,009	,000	,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	,557**	1	,268**	,290**	,336**	,301**	,414**	,305**	,655**
	Sig. (2-tailed)	,000		,007	,003	,001	,002	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	,271**	,268**	1	,586**	,583**	,444**	,393**	,508**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,006	,007		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	,375**	,290**	,586**	1	,659**	,477**	,441**	,468**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	,490**	,336**	,583**	,659**	1	,495**	,424**	,546**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b6	Pearson Correlation	,260**	,301**	,444**	,477**	,495**	1	,414**	,369**	,640**
	Sig. (2-tailed)	,009	,002	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b7	Pearson Correlation	,398**	,414**	,393**	,441**	,424**	,414**	1	,411**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b8	Pearson Correlation	,268**	,305**	,508**	,468**	,546**	,369**	,411**	1	,690**
	Sig. (2-tailed)	,007	,002	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,681**	,655**	,705**	,744**	,803**	,640**	,681**	,690**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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



Correlations

[Y] Keputusan Pembiayaan

Correlations

		c1	c2	c3	c4	c5	c6	c7	c8	c9	c10	Total
c1	Pearson Correlation	1	,370**	,131	,110	,174	,463**	,277**	,222*	,165	,182	,535**
	Sig. (2-tailed)		,000	,193	,275	,084	,000	,005	,027	,101	,070	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c2	Pearson Correlation	,370**	1	,265**	,160	,190	,369**	,105	,250*	,200*	,175	,560**
	Sig. (2-tailed)	,000		,008	,112	,058	,000	,296	,012	,046	,081	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c3	Pearson Correlation	,131	,265**	1	,202*	,225*	,372**	,449**	,387**	,422**	,263**	,606**
	Sig. (2-tailed)	,193	,008		,044	,024	,000	,000	,000	,000	,008	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c4	Pearson Correlation	,110	,160	,202*	1	,168	,347**	,312**	,316**	,399**	,105	,496**
	Sig. (2-tailed)	,275	,112	,044		,094	,000	,002	,001	,000	,298	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c5	Pearson Correlation	,174	,190	,225*	,168	1	,445**	,145	,260**	,270**	,657**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,084	,058	,024	,094		,000	,150	,009	,007	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c6	Pearson Correlation	,463**	,369**	,372**	,347**	,445**	1	,478**	,454**	,389**	,280**	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c7	Pearson Correlation	,277**	,105	,449**	,312**	,145	,478**	1	,361**	,407**	,221*	,591**
	Sig. (2-tailed)	,005	,296	,000	,002	,150	,000		,000	,000	,027	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c8	Pearson Correlation	,222*	,250*	,387**	,316**	,260**	,454**	,361**	1	,514**	,136	,627**
	Sig. (2-tailed)	,027	,012	,000	,001	,009	,000	,000		,000	,177	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c9	Pearson Correlation	,165	,200*	,422**	,399**	,270**	,389**	,407**	,514**	1	,223*	,645**
	Sig. (2-tailed)	,101	,046	,000	,000	,007	,000	,000	,000		,026	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c10	Pearson Correlation	,182	,175	,263**	,105	,657**	,280**	,221*	,136	,223*	1	,553**
	Sig. (2-tailed)	,070	,081	,008	,298	,000	,005	,027	,177	,026		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tota	Pearson Correlation	,535**	,560**	,606**	,496**	,611**	,763**	,591**	,627**	,645**	,553**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability

[X1] Literasi Keuangan Syariah

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,746	,780	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
a1	4,6200	,66332	100
a2	3,8700	1,20315	100
a3	4,4500	,84537	100
a4	4,5900	,79258	100
a5	4,6300	,77401	100
a6	4,5300	,70288	100
a7	4,6500	,70173	100
a8	4,7500	,60927	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4,511	3,870	4,750	,880	1,227	,075	8
Item Variances	,648	,371	1,448	1,076	3,900	,116	8
Inter-Item Covariances	,174	,001	,348	,347	246,071	,008	8
Inter-Item Correlations	,307	,003	,594	,591	195,968	,027	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	31,4700	12,454	,435	,294	,722
a2	32,2200	11,951	,184	,159	,802
a3	31,6400	11,223	,529	,360	,702
a4	31,5000	11,263	,572	,471	,694
a5	31,4600	11,160	,613	,481	,687
a6	31,5600	12,875	,310	,197	,741
a7	31,4400	11,703	,570	,413	,699
a8	31,3400	12,146	,568	,465	,704

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36,0900	14,931	3,86409	8

Reliability

[X2] Reputasi Perusahaan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,844	,853	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
b1	4,5700	,75552	100
b2	4,5900	,75338	100
b3	4,5800	,58913	100
b4	4,7200	,53333	100
b5	4,6800	,63373	100
b6	4,7400	,50493	100
b7	4,7000	,54123	100
b8	4,5900	,66810	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4,646	4,570	4,740	,170	1,037	,005	8
Item Variances	,396	,255	,571	,316	2,239	,015	8
Inter-Item Covariances	,160	,099	,317	,218	3,195	,002	8
Inter-Item Correlations	,420	,260	,659	,399	2,533	,012	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	32,6000	9,111	,535	,435	,834
b2	32,5800	9,256	,501	,373	,839
b3	32,5900	9,578	,603	,461	,823
b4	32,4500	9,644	,662	,525	,818
b5	32,4900	8,980	,722	,600	,808
b6	32,4300	10,126	,542	,340	,831
b7	32,4700	9,848	,583	,353	,826
b8	32,5800	9,357	,567	,387	,828

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
37,1700	12,122	3,48171	8

Reliability

[Y] Keputusan Pembiayaan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,793	,803	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c1	4,6200	,66332	100
c2	4,5100	,79766	100
c3	4,6600	,58981	100
c4	4,6300	,54411	100
c5	4,6900	,72048	100
c6	4,7500	,57516	100
c7	4,7200	,51405	100
c8	4,7000	,52223	100
c9	4,7200	,58741	100
c10	4,7400	,59662	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4,674	4,510	4,750	,240	1,053	,005	10
Item Variances	,381	,264	,636	,372	2,408	,014	10
Inter-Item Covariances	,106	,034	,282	,248	8,266	,002	10
Inter-Item Correlations	,289	,105	,657	,551	6,243	,016	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c1	42,1200	11,157	,386	,292	
c2	42,2300	10,684	,381	,244	
c3	42,0800	11,044	,488	,341	
c4	42,1100	11,634	,370	,224	
c5	42,0500	10,614	,463	,538	
c6	41,9900	10,434	,684	,536	
c7	42,0200	11,353	,487	,403	
c8	42,0400	11,190	,527	,372	
c9	42,0200	10,888	,534	,398	
c10	42,0000	11,253	,424	,477	

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
46,7400	13,305	3,64766	10

Regression

[X1, X2] Keputusan Pembiayaan

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembiayaan	46,7400	3,64766	100
Literasi Keuangan Syariah	36,0900	3,86409	100
Reputasi Perusahaan	37,1700	3,48171	100

Correlations

		Keputusan Pembiayaan	Literasi Keuangan Syariah	Reputasi Perusahaan
Pearson Correlation	Keputusan Pembiayaan	1,000	,516	,781
	Literasi Keuangan Syariah	,516	1,000	,628
	Reputasi Perusahaan	,781	,628	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembiayaan	.	,000	,000
	Literasi Keuangan Syariah	,000	.	,000
	Reputasi Perusahaan	,000	,000	.
N	Keputusan Pembiayaan	100	100	100
	Literasi Keuangan Syariah	100	100	100
	Reputasi Perusahaan	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Reputasi Perusahaan, Literasi Keuangan Syariah ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,610	,602	2,30031

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Literasi Keuangan Syariah

b. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	803,972	2	401,986	75,969	,000 ^b
	Residual	513,268	97	5,291		
	Total	1317,240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Literasi Keuangan Syariah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,942	2,600		6,133	,000		
	Literasi Keuangan Syariah	,039	,077	,042	,513	,609	,606	1,651
	Reputasi Perusahaan	,790	,085	,754	9,262	,000	,606	1,651

a. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Literasi Keuangan Syariah	Reputasi Perusahaan
1	1	2,991	1,000	,00	,00	,00
	2	,006	22,954	,80	,49	,01
	3	,003	29,457	,20	,51	,99

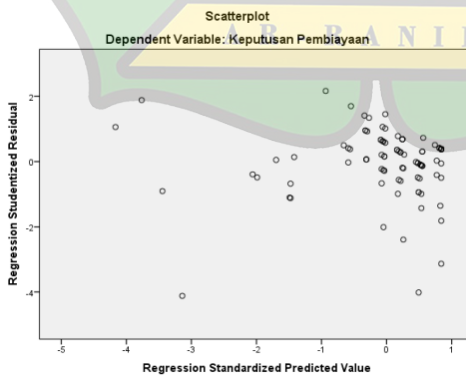
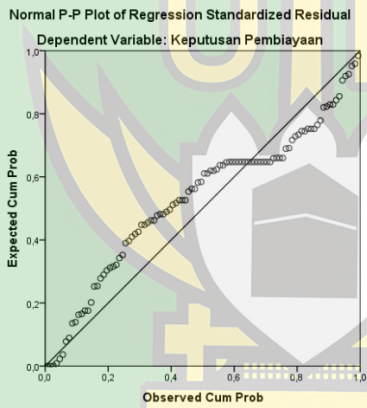
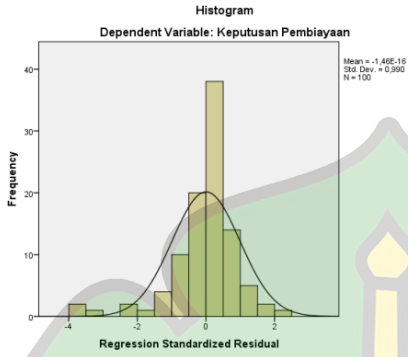
a. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	34,8677	49,1307	46,7400	2,84973	100
Std. Predicted Value	-4,166	,839	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,230	1,260	,360	,171	100
Adjusted Predicted Value	34,2111	49,2827	46,7419	2,85469	100
Residual	-9,14326	4,92649	,00000	2,27695	100
Std. Residual	-3,975	2,142	,000	,990	100
Stud. Residual	-4,117	2,166	,000	1,014	100
Deleted Residual	-10,20492	5,03898	-,00189	2,39593	100
Stud. Deleted Residual	-4,509	2,209	-,010	1,055	100
Mahal. Distance	,002	28,729	1,980	4,180	100
Cook's Distance	,000	,909	,018	,094	100
Centered Leverage Value	,000	,290	,020	,042	100

a. Dependent Variable: Keputusan Pembiayaan

Charts



Lampiran 4

Daftar Distribusi r tabel (product moment)

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 5

Daftar Distribusi t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 6

Daftar Distribusi F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 7

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Muhammad Haikal
Tempat/Tanggal Lahir : Pidie / 19 Mei 1999
Jenis Kelamin : Pria
Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/180603268
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Pondok Baru, Kabupaten Bener Meriah, Provinsi Aceh.
Email : mhaikalbukhari@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD/MI : SDN 2 Mutiara Pidie
SMP/MTs : SMPN 1 Bandar
SMA/MA : SMAN 1 Bandar
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : Bukhari
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Farida Y
Pekerja : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang Tua : Pondok Baru, Kabupaten Bener Meriah, Provinsi Aceh.

Data yang diberikan mengenai biodata penulis, dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.