SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI MASYARAKAT MEMILIH PEMBIAYAAN DI PT. PERMODALAN NASIONAL MADANI MEKAAR SYARIAH CABANG PENANGGALAN KOTA SUBULUSSALAM

Disusun Oleh:

Selvia Dinanti Br Solin
NIM. 190603356

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH

2022 M/ 1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Selvia Dinanti br Solin
NIM : 190603356
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 ornag lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan 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, 05 Februari 2022
Yang Menyatakan,

Selvia Dinanti br Solin

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah
Dengan Judul:

Faktor-Faktor Preferensi Masyarakat Memilih Pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan Kota Subulussalam

Disusun Oleh:

Selvia Dinanti br Solin
NIM. 190603356

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
Telah memuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Univeristas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA.	Muksal, M.E.I
NIP. 197504052001121002	NIP. 199009022020121008

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah

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

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

Selvia Dinanti br Solin
NIM. 190603356

Faktor-Faktor Preferensi Masyarakat Memilih Pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan Kota Subulussalam

Telah Disidangkan oleh Dewan 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: Senin, 14 November 2022
19 Rabiul Akhir 1444 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,	Sekretaris,
Dr. Nevi Hasnita,S.Ag.,M.Ag	Muksal,M.E.I
NIP. 197711052006042003	NIP. 199009022020121008
Penguji I,	Penguji II,
Muhammad Arifin,Ph.D.	Muhammad Syauqi Bin Armia,LC.,MBA.
NIP. 197204282005011003	NIP. 199103062022031000

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Selvia Dinanti br Solin
NIM	: 190603356
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail	: 190603356@student.ar-raniry.ac.id

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 ☐ Skripsi .....

Yang Berjudul:

Faktor-Faktor Preferensi Masyarakat Memilih Pembiayaan Di Pt. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan Kota Subulussalam

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 peryataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 14 November 2022

Mengetahui,

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
Selvia Dinanti Br Solin	Muhammad Yasir Yusuf, MA.	Muksal, M.E.I
NIM: 190603356	NIP. 197504052001121002	NIP. 199009022020121008

MOTO DAN PERSEMBAHAN

”apapun yang dilakukan baik itu nikmat maupun sebaliknya, jangan terlena dengan semuanya”

(Selvia Dinanti br Solin)

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Alm. Bapak tercinta yang selalu membanggakan saya, memimpikan saya mencapai kesuksesan dan memakai toga dengan menyandang gelar sarjana.untuk ibu saya tercinta yang sudah berjuang sendiri dan tidak pernah lelah untuk mendoakan setiap langkah perjalanan saya sampai berada dititik ini. Serta kakak, abang dan adik tersayang yang telah mendukung penuh dari segi materil dan ada dikala suka dan duka serta keponakan yang luar biasa sebagai penghibur dan penyemangat.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil a'lamin, puji dan syukur penilis panjatkan ke hadirat Ilahi Rabbi, Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya yang tidak terhitung banyaknya. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw, yang telah menuntun manusia kepada jalan yang lurus untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat. Atas rahmat dan limpahan anugerah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Faktor-faktor Preferensi Masyarakat Memilih Pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan Kota Subulussalam".**

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan. *Alhamdulillah* berkat bantuan dari berbagai pihak peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Hafas Furqani, M.Ec. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang telah banyak membantu peneneliti dalam memberikan dukungan sarana dan prasarana dalam proses pembelajaran.
2. Ibu Dr. Nevi Hasnita, M.Ag. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ibu Inayatillah, MA.Ek. Selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat, pengarahan dan bimbingan.

3. Bapak Hafiizh Maulana S.P., S.H.I., M.E. Selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA. Selaku Penasehat Akademik (PA) dan sekaligus Pembimbing I dan Bapak Muksal, M.E.I. Selaku Pembimbing II yang dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmunya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Muhammad Arifin, Ph.D. selaku penguji I dan Bapak Muhammad Syauqi Bin-Armia, Lc., MBA., CSAA., selaku penguji II.
6. Kepada kantor cabang PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan Kota Subulussalam dan masyarakat kecamatan Penanggalam sebagai nasabah yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
7. Teruntuk orangtua yang paling teristimewa dan terhebat, ayahanda Alm Karimon Solin dan ibunda Normal Br Bancin yang telah memberikan segala cinta kasih, doa dan pengorbanan. Untuk ibunda ku tersayang terimakasih sudah berdiri sendiri dengan segala pengorbanan yang luar biasa mampu bertahan untuk ku terima kasih banyak.
8. Kepada kakak dan abang ku tersayang Hotmaida solin berserta keluarga, Nurhikmah solin beserta keluarga, Amsul solin berserta keluarga, Mayanti solin beserta keluarga dan Sulin solin beserta keluarga dan untuk adik ku tersayang Raja solin dan Nurassiyfah solin yang telah memberikan doa dan dukungan secara materil.

9. Kepada M. Dika Baihaqi. Kakak Nazhira Tamimi atas bantuan penulisan skripsi dan banyak membantu berserta kawan kos yang sudah seperti keluarga Rabiatul Aslamiah, Ainun Nazah Sihaf, Darhayati dan Darmayanda atas dukungan dan perhatian selama tinggal serumah.
10. Kepada sahabat peneliti Lilik, Jubak, Tia, Dombat dan Ulan atas dukungan kepada peneliti.
11. Kepada Ananda Chairunnisa dan Faradiva Arifan atas dukungan dan meluangkan waktu kelancaran skripsi peneliti.
12. Kepada Fadila, Rindi, Nurul Fazila, Chaira Usrati, Adam, Ardian atas dukungan selama pembuatan skripsi peneliti banyak membantu dan meluangkan waktu untuk saling membantu. Beserta seluruh teman-teman letting 18 Perbankan Syariah.

Sesungguhnya hanya Allah SWT yang dapat membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Namun tidak terlepas dari semua, peneliti menyadari betul bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu memperbaiki penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa membantu dan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Banda Aceh, 14 November 2022

Penulis,

Selvia Dinanti br Solin

جامعة الرانري
AR-RANIRY

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	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṡ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ż	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			

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	*Fatḥah*	A
◌ِ	*Kasrah*	I
◌ُ	*Dammah*	U

b. 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◌َ	*Fatḥah* dan ya	Ai
و◌َ	*Fatḥah* dan wau	Au

Contoh:

كيف : *Kaifa*

هول : *Haula*

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
ي /اَ	*Fatḥah* dan *alif* atau ya	Ā
ِي	*Kasrah* dan ya	Ī
ُي	*Dammah* dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيْلَ : *qīla*

يَقُوْلُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

c. Jika 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 transliterasinya dengan h.

Contoh:

رَوْضَةَ ٱلاطْفَالْ	: *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatulaṭfāl*
اَلْمَدِيْنَةَ الْمُنَوّرَةْ	: *al-Madīnah al-Munawwarah / alMadīnatul Munawwarah*
طَلْحَة	: *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: Hamad 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.

ABSTRAK

Nama	:	Selvia Dinanti br Solin
NIM	:	190603356
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul	:	Faktor-faktor Preferensi Masyarakat Memilih Pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan Kota Subulussalam.
Pembimbing I	:	Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
Pembimbing II	:	Muksal M.E.I

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor Preferensi Masyarakat Memilih Pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan kota Subulussalam. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 86 Masyarakat sebagai nasabah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Secara parsial faktor pelayanan berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan dengan hasil t-hitung sebesar 2.408 lebih besar dibandingkan t-tabel yaitu 1,66365, sedangkan pada promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan dengan hasil t-hitung sebesar 5.532 lebih besar dibandingkan t-tabel yaitu 1,66365 dan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan dengan hasil t-hitung sebesar 12.296 dibandingkan t-tabel yairu 1,66365. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan faktor pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan dilihat dari hasil nilai F-hitung lebih besar dari pada F-tabel yaitu 219,521 > 2,716 dan probabilitas signifikan 0,000 < 0,05.

Kata kunci: ***Pembiayaan, Pelayanan, promosi dan lokasi***

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN ..... **i**
HALAMAN JUDUL KEASLIAN ..... **ii**
PERNYATAAN KEASLIAAN ..... **iii**
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **iv**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **v**
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vi**
MOTO DAN PERSEMBAHAN ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **xv**
DAFTAR ISI ..... **xvi**
DAFTAR TABEL ..... **xix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xx**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxi**

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 11
1.5 Sistematika Penulisan 11

BAB II LANDASAN TEORI 13
2.1 Preferensi 13
2.2 Pelayanan 14
2.2.1 Indikator Pelayanan 15
2.3 Promosi 17
2.3.1 Indikator Promosi 19
2.4 Lokasi 21
2.4.1 Indikator Lokasi 21
2.5 Pembiayaan Syariah 22
2.5.1 Jenis-jenis Pembiayaan 23
2.5.2 Tujuan Pembiayaan 24
2.5.3 Indikator Pembiayaan 25
2.6 Masyarakat 26
2.6.1 Pengertian Masyarakat 26
2.6.2 Ciri-ciri Masyarakat 27

2.7 Penelitian Terkait 29
2.8 Kerangka Pemikiran 35
2.9 Hipotesis 38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 40
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian 40
3.1.1 Jenis Penelitian 40
3.1.2 Sumber Data 40
3.1.3 Lokasi dan Objek Penelitian 40
3.2 Populasi dan Sampel 42
3.2.1 Populasi 42
3.2.2 Sampel 42
3.3 Metode Pengumpulan Data 44
3.4 Skala Pengukuran 44
3.5 Variabel Penelitian 45
3.6 Operasional Variabel Penelitian 45
3.7 Instrumen Penelitian 48
3.7.1 Uji Validitas 48
3.7.2 Uji Reliabilitas 49
3.8 Uji Asumsik Klasik 49
3.8.1 Uji Normalitas 50
3.8.2 Uji Multikolinieritas 50
3.8.3 Uji Heterokedasitas 51
3.9 Teknik Analisis Data 52
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda 52
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R2) 52
3.10 Pengujian Hipotesis 53
3.10.1 Uji Parsial (Uji-T) 53
3.10.2 Uji Simultan (Uji-F) 53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 55
4.1 Gambaran Umum PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan 55
4.2 Karakteristik Responden 56
4.2.1 Berdasarkan Umur 56
4.2.2 Berdasarkan Pekerjaan 58
4.2.3 Berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir 59
4.3 Deskriptif Data Statistik 61

4.4 Hasil Uji Validasi 70
4.5 Hasil Uji Reliabilitas 72
4.6 Uji Asumsi Klasik 73
4.6.1 Uji Normalitas 73
4.6.2 Uji Multikolinieritas 75
4.6.3 Uji Heterokedasitas 76
4.6.4 Hasil Analisis Regresi Berganda 77
4.7 Uji Hipotesis 79
4.7.1 Uji Parsial (Uji T) 79
4.7.2 Uji Simultan (Uji F) 81
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R2) 83
4.8 Pembahasan 83
4.8.1 Hasil Pengaruh Pelayanan terhadap pembiayaan 83
4.8.2 Hasil Pengaruh promosi terhadap Pembiayaan 85
4.8.3 Hasil Pengaruh Lokasi Terhadap Pembiayaan 86
4.8.4 Hasil Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Pembiayaan 87

BAB V PENUTUP 90
5.1 Kesimpulan 90
5.2 Saran 91

DAFTAR PUSTAKA 94
LAMPIRAN 97

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terkait	29
Tabel 3.1	Jumlah Noa Cabang Penanggalan	41
Tabel 3.2	Skala Pengukuran	45
Tabel 3.3	Variabel Penelitian	46
Tabel 4.1	Berdasarkan Umur	56
Tabel 4.2	Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.3	Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4.4	Deskriptif Data Statistik 1	61
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pembiayaan (Y)	64
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan	65
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Promosi	67
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	68
Tabel 4.9	Variabel Pembiayaan (Y)	71
Tabel 4.10	Variabel Pelayanan (X1)	71
Tabel 4.11	Variabel Promosi (X2)	72
Tabel 4.12	Variabel Lokasi (X3)	72
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikokoneritas	75
Tabel 4.16	Hasil Uji Heterokedastitas	76
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Berganda	77
Tabel 4.18	Hasil Uji Parsial (Uji T)	80
Tabel 4.19	Hasil Uji Simultan (Uji F)	82
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran 36
Gambar 4.1 Usia Responden 57
Gambar 4.2 Berdasarkan Pekerjaan..... 58
Gambar 4.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 60

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 97
Lampiran 2 98

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan industri rumahan melalui pemberdayaan perempuan dalam sistem ekonomi rumah tangga merupakan bagian dari integrasi agenda prioritas pemerintah dalam kabinet kerja. Dari jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 sebanyak 64,5 persen dari total UMKM dikelola oleh kaum perempuan. Menurut Prantiasih (2014) wanita akan paham dirinya dan menyadari bahwa dirinya juga mampu untuk bekerja dalam hal membantu memenuhi kebutuhan rumah tangga. Menurut Indah (2016) bahwa dalam kehidupan bermasyarakat selain sebagai mahkluk individu wanita juga merupakan sebagai makhluk sosial. Pengembangan usaha yang mereka lakukan telah banyak memberikan kontribusi bagi keluarga, lingkungan dan masyarakat. Maka dari itu perempuan berhak untuk menunjukkan kemampuan dilingkungan masyarakat.

Pembiayaan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat pada lembaga keuangan syariah dengan tujuan tertentu. Sehingga tujuan memilih pembiayaan setiap masyarakat memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dimana kebutuhan tersebut yaitu ingin memperluas suatu usaha ataupun membangun usaha baru. Menurut Muhammad (2011). Setiap kegiatan pemberian pembiayaan memiliki tujuan yang berbeda setiap pihak. Pembiayaan seringkali dikaitkan dengan aktivitas bisnis. Menurut

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Muhammad (2005) bisnis merupakan aktivitas berupa pengembangan aktivitas ekonomi dalam bidang jasa, perdagangan, dan industri guna mengoptimalkan nilai keuntungan.

Lembaga pembiayaan memiliki peran yang penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Meningkatnya kebutuhan masyarakat dari sektor ekonomi sehingga perlu adanya bantuan dari pihak lembaga keuangan syariah dalam membantu masyarakat memberikan modal untuk membuat usaha baru maupun mengembangkan usaha yang akan dijalankan. Sedangkan modal merupakan faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan bisnis. Menurut Riyanto (2001) besar kecilnya modal akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan.

Kesadaran masyarakat terhadap bank islam merupakan solusi ekonomi untuk mencapai kesejahteraan sosial telah muncul. Dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Menurut Ismail (20115) aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum islam. Pembiayaan yang diambil oleh setiap individu harus memberikan kepercayaan kepada lembaga keuangan syariah selaku *Shahibul Maal* untuk mengelola dana serta melaksanakan amanah. Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal (2008) mengungkapkan bahwa dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Sehingga pemanfaatan pihak luar diperlukan untuk mendukung pengembangan usaha khususnya usaha mikro kecil menengah. Perkembangan pemberian pembiayaan tidak lepas dari kinerja perusahaan yang dilihat oleh masyarakat. Menurut Tambunan (2006) salah satu karakteristik usaha mikro kecil yang menonjol adalah dalam hal organisasi dan manajemen. Maka dari itu lembaga keuangan syariah yang mampu memberikan solusi kepada masyarakat untuk membantu dalam mengembangkan usaha mikro kecil menengah yaitu PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah kota Subulussalam.

PT. Permodalan Nasional Madani berdiri pada tanggal 1 juni 1999 yang ditunjuk pemerintah sebagai lembaga pengelolaan keuangan yang tujuannya membantu masyarakat mengembangkan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM). Sehingga peran Permodalan Nasional Madani dalam memberikan solusi pembiayaan kepada pelaku usaha, mikro, kecil, menengah dan koperasi. PT. Permodalan Nasional Madani mendirikan unit usaha berbasis syariah pada tahun 2018 yaitu Mekaar yang dibentuk berkelompok atau tanggung renteng solusi ini efektif digunakan agar berkembang dan berjalannya usaha nasabah sehingga dapat mengubah prekonomian dalam rumah tangga. Menurut Sekar Inten Mulyani (2020) bahwa program PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah bertujuan untuk mensejahterakan serta membimbing masyarakat agar dapat mencapai kehidupan yang lebih baik dalam meningkatkan kemampuan dan keterampilan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Permodalan yang diberikan dapat membantu mengembangkan usaha dirumah khususnya untuk mensejahterakan perempuan mayoritas sebagai ibu rumah tangga agar lebih kreatif membangun usaha dirumah serta mampu memenuhi kebutuhan lainnya. Namun perkembangan usaha yang telah dijalankan banyak yang mengalami penurunan akibat salah menggunakan dana usahanya untuk kebutuhan individu disebabkan karena gaya hidup dizaman tekhnologi. Menurut Rochmawan (2008) kebutuhan manusia banyak dan beraneka ragam, bahkan tidak hanya beraneka ragam tetapi bertambah terus tidak ada hasilnya sejalan dengan perkembangan peradaban dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Kecamatan Penanggalan terletak di kota Subulussalam. Daerah kecamatan Penanggalan merupakan daerah yang masyarakatnya mayoritas sebagai petani dan pelaku usaha mikro. Di kota Subulussalam terdapat lembaga keuangan baik itu bank syariah maupun non-bank syariah yang memberikan modal kepada masyarakat. Eko Subadri dan Ida Ernawati (2018) mengungkapkan bahwa lembaga keuangan syariah bukan bank seperti Asuransi syariah, Baitul Mal Wa Tamwil (BMT), Koperasi Syariah, Pegadaian Syariah dll.

Keputusan masyarakat kecamatan Penanggalan dalam memilih pembiayaan terjadi karena beberapa faktor sehingga preferensi mereka terhadap pembiayaan yang diluncurkan oleh PT. Permodalan nasional madani mekaar syariah cabang Penanggalan

mempengaruhi preferensi disebabkan oleh faktor kebutuhan dalam masing-masing individu. Menurut Simamora (2004) pereferensi seseorang terkait dengan berbagai faktor terutama karakteristik demografi yang melekat pada orang tersebut.

Preferensi masyarakat mengenai perbankan syariah berbeda dengan lembaga kuangan syariah non-bank. Menurut Sudirman (2006) pelaku UMKM dalam mengambil pembiayaan bank syariah mempunyai beberapa pertimbangan preferensi, diantaranya yaitu sistem yang digunakan lembaga keuangan syariah salah satunya akad mudharabah, besaran bagi hasil, lokasi dan pelayanan yang diberikan, serta diperoleh dalam menambah modal, menjalankan dan pengembangan usaha. Sedangkan pada PT. Permodalan Nasional Madani cabang Penanggalan memberikan akad murabahah, wakalah, dan wadiah. Sehingga preferensi masyarakat tentang permodalan di lembaga keuangan syariah non-bank dapat di pengaruhi beberapa faktor.

Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih pembiayaan yaitu dilihat dari tingkat kepuasan pelayanan yang diberikan oleh PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah cabang Penanggalan kota Subulussaalam. Pelayanan sangat berperan aktif dalam menarik keikut sertaan masyarakat sebagai nasabah. Jika kualitas pelayanan diberikan dengan baik dan memuaskan maka masyarakat akan tertarik sebagai nasabah. Menurut Zeithalm (2008) masyarakat akan menerima pembiayaan jika kualitas Pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih pembiayaan yaitu dilihat dari faktor promosi yang diberikan oleh perusahaan. Promosi merupakan salah satu upaya dalam memperkenalkan suatu pembiayaan yang berprinsip syariah dalam meningkatkan tingkat keingintahuan masyarakat dalam memilih pengambilan keputusan pembiayaan serta dapat memberikan solusi yang dibutuhhkan oleh masyarakat kecamatan Penanggalan untuk membangun usaha. Menurut Tjiptono (2015) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Faktor yang terakhir yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan yaitu faktor lokasi yang dapat mempengaruhi preferensi nasabah. PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah cabang Penanggalan strategi dalam menarik nasabah yaitu dengan cara anggota perusahaan yang datang ke desa tersebut sehingga hal ini dapat mempengaruhi preferensi masyarakat untuk mengambil pembiayaan yang dapat mempermudah mereka dalam bertransaksi. Heizer dan Render (2015) mengungkapkan bahwa tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat adanya perbedaan hasil penelitian (*Gap Research*) yang dilakukan oleh

peneliti.Terdapat beberapa kajian peneliti yang membahas tentang preferensi masyarakat memilih pembiayaan. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rafi'i Sanjani (2021) dengan hasil menunjukkan pengujian hipotesis secara simultan diperoleh bahwa variabel syariat islam (X1), bagi hasil (X2), persyaratan pembiayaan (X3), pelayanan (X4), dan kecepatan pembiayaan (X5) berpengaruh terhadap preferensi pelaku UMKM dalam memilih pembiayaan Bank Syariah Indonesia. Sedangkan secara parsial variabel X diatas berpengaruh signifikan terhadap Y.

Selanjutnya, pada kajian yang dilakukan oleh Anggriani Dewi (2020) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah terhadap bank syariah di kota Palopo dengan hasil menunjukkan pada pengujian hipotesis secara parsial diperoleh bahwaVariabel faktor religi (X1) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). Variabel faktor produk (X2) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y) dan variabel X3 pada faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap (Y) sedangkan secara simultan ketiga variabel berpengaruh secarasignifikan terhadap variabel dependen yaitu preferensi nasabah.

Selanjutnya, pada kajian yang dilakukan oleh Ani Rakhmanita (2018) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah pembiayaan haji memilih pegadaian syariah dengan hasil menunjukkan bahwa secara simultan promosi, pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pegadaian syariah.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Selanjutnya Penelitian yang berkaitan dengan faktor pelayanan, promosi dan lokasi pada penelitian Marliah Maulina (2021) tentang Analisis faktor-faktor preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan, pengetahuan, tingkat layanan dan preferensi tabungan. Menunjukkan hasil bahwa tingkat layanan pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa.

Pada kajian terakhir yang dilakukan oleh Rian Aditya Amri (2022) tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah pada PT. Bank NTB syariah kantor cabang pembantu alas dengan hasil menunjukkan faktor pengetahuan, lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan sedangkan faktor yang tidak berpengaruh yaitu faktor pelayanan dan promosi.

Maka dari itu peneliti melakukan observasi awal dengan menggunakan sistem wawancara dengan ibu darmayanti dan ibu sonna sebagai masyarakat yang merupakan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan Kota Subulussalam dari segi pelayanan, promosi dan lokasi pandangan mereka dari ketiga faktor tersebut baik untuk mengajukan pembiayaan. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **"Faktor-faktor Preferensi Masyarakat Memilih Pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan Kota Subulussalam".**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah faktor pelayanan secara signifikan mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam?
2. Apakah faktor promosi secara signifikan mempengaruhi prefensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariahcabang Penanggalan kota Subulussalam?
3. Apakah faktor lokasi secara signifikan mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam ?
4. Apakah faktor pelayanan, promosi, lokasi secara simultan mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam?

1.3 Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas adalah

1. Untuk mengetahui faktor pelayanan secara signifikan mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2. Untuk mengetahui faktor promosi secara signifikan mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.
3. Untuk mengetahui faktor lokasi secara signifikan mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.
4. Untuk mengetahui faktor pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Praktis

   Penelitian ini memberikan bukti empiris tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kecamatan Penanggalan memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan kota Subulussalam.

2. Bagi lembaga/ perusahaan

   Dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan preferensi masyarakat dalam pengambilan pembiayaan dari segi pelayanan, promosi dan lokasi. Sehingga hal ini perusahaan dapat meningkatkan kinerja

untuk mencari masyarakat sebagai nasabah yang berminat dan membutuhkan pembiayaan.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan penulis yang menjadi langkah-langkah dalam proses penyusunan penelitian penulis yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan gambaran umum isi penelitian yang terdiri tentang alasan pemilihan judul dan mencakup tentang latar belakang masalah yang menjelaskan secara umum tentang pengambilan judul yang diambil dan sebagai landasan pembahasan yang lebih lanjut, kemudian rumusan masalah sebagai bahan acuan yang ingin diteliti dan mengetahui bagaimana faktor masyarakat atas pembiayaan yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini mencakup mengenai teori-teori yang berkenaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bab ini juga menguraikan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan pada penelitian yang akan dilakukan. Selanjutnya berisi kerangka berfikir yang menjelaskan dalam bentuk diagram agar peneliti dan pembaca mudah untuk menggambarkan secara teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang lokasi dan objek penelitian yang dipilih, jenis dan sumber data yang digunakan, jumlah populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, skala

pengukura, operasional variabel, metode analisis data, uji validitas dan realitas serta pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini menjelaskan deskriptif objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran. Pada bab merupakan penutup dari pembahsan penelitian yang diambil serta menguraikan kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Preferensi

Preferensi konsumen merupakan pilihan-pilihan atau penilaian-penilaian berdasarkan pencapaian terhadap produk dan jasa yang dilakukan oleh konsumen melalui fitur yang diberikan permodalan. Preferensi setiap individu dalam memilih pembiayaan dilihat dari objek keinginan atau kecendrungan seseorang untuk memilih atau tidak memilih objek tersebut yang dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel tertentu. Menurut Anonymous (2006) menyebutkan preferensi sebagai sejauhmana seseorang lebih suka menfokuskan perhatian. Seseorang melihat dua arah untuk memfokuskan perhatian, yaitu ke arah dunia diluar dirinya *(extroversion)* dan kearah dunia didalam dirinya *(introversion).* Biasanya seseorang yang *extroversion* yaitu lebih memfokuskan dunia luarnya dengan melihat dan memperhatikan kejadian dilingkungan sekitar. Biasanya seseorang *extroversion* lebih menyukai tindakan daripada ide/pemikiran *(action oriented).*

Sedangkan orang yang *(introversion)* biasanya lebih cendrung memfokuskan perhatiannya pada pemikiran sendiri. Sikap *(introversion)* merasa nyaman dan tertarik apabila menghadapi pekerjaan yang menuntut pembahasan dan pemikiran yang dapat dilakukan sendiri secara tenang. Maka dari itu sikap ini cendrung untuk berfikir sebelum mengambil tindakan. Preferensi masyarakat dalam memilih produk pembiayaan syariah misalnya, bervariasi.

Hal ini adalah karena setiap individu yang dalam hal ini adalah nasabah memiliki keinginan yang berbeda-beda. Pada umumnya, tingkat preferensi nasabah tersebut dapat diperoleh dari fakotr-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar petimbangan pemilihan suatu produk pembiayaan.

2.2 Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1982) adalah cara melayani, jasa atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Pelayanan merupakan bagian dari solusi untuk meningkatkan sistem permodalan yang diberikan kepada masyarakat. Menurut Kasmir (2017) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan dan pimpinan. Pelayanan yang berkualitas akan merasa adanya nilai yang tinggi yang dilihat dari pembiayaan yang diberikan. Salah satu satu cara untuk memuaskan permintaan dan kebutuhan dari konsumen. Usaha atau pemberian bantuan kepada masyarakat, berupa memberikan modal usaha dan menyalurkan modal dalam membangun Usaha.

2.2.1 Indikator Pelayanan

Ada lima dimensi pelayanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan menurut Zethaml, paraurahman dan Berry (2011) mengungkapkan bahwa *Tangible, Responsivenes, Reability, Assurance dan Emphaty.* Kelima dimensi tersebut disebut dengan

Servise Quality, (SERVQUAL), dimana kelimanya dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan metode SERVQUAL. Sehingga dari kelima dimensi tersebut memiliih peran dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

a. Bukti Langsung *(Tangible)*

   Tangible adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

b. Kehandalan *(Reliability)*

   Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpecaya. Kinerja harus seuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Tjiptono dan Chandra (2012) mengungkapkan pelayanan yang berkualitas dapat ditingkatkan melalui kesediaan dan kemampuan dalam membantu pelanggan merespon permintaan mereka dengan cepat.

c. Daya tanggap *(Responsiveness)*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Responsiveness adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Menurut Parasuraman (2001) adanya kejelasan yang bijaksana, mendetail dan mengarahkan agar dapat menyikapi prosedur dan mekanisme kinerja yang berlaku dalam organisasi sehingga bentuk pelayanan mendapat respon yang baik. Dalam KemenPan NO. 58 Tahun 2002, juga dijelaskan bahwa ketepatan waktu pelayanan dapat digunakan untuk menilai kinerja pelaynanpublik. Sehingga pelayanan yang diberikan dapat berjalan dengan baik dengan memperhatikan aspek tersebut.

d. Jaminan *(Assurance)*

Assurance adalah pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

e. Perhatian *(emphaty)*

Menurut parasuraman (2001) empati dalam suatu pelayanan adalah perhatian lebih yang harus diberikan keseriusan, simpatik terhadap kebutuhan pelanggan. Perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya

memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengatahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.

Pelayanan dan etika penting untuk diterapkan karena hal ini dilakukan baik dan benar akan menimbulkan simpati, baik dari masyarakat maupun lembaga permodalan syariah lainnya. Masyarakat yang simpati sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dalam pemasaran produk jasa permodalan akan lebih lancar dan sebagai daya tarik bagi calon nasabah untuk menjadi nasabah.

2.3 Promosi

Promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, membujuk serta mendorong konsumen agar melakukan pembelian atau mengambil jasa simpan pinja.. Menurut Tjiptono (2015:387) Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Adanya promosi salah satu cara untuk meningkatkan jasa simpan pinjam sesuai dengan target yang diterapkan. Maka dari itu perusahaan mampu membuat strategi pemasaran yaitu dengan menerapkan bauran promosi yang tepat agar tujuan perusahaan

dapat tercapai.Selain itu promosi ditujukan untuk memperkenalkan produk baru, juga mempertahankan suatu produk simpan pinjam yangsedang dijalankan kepada masyarakat. Jadi, promosi dapat juga disebut sebagai salah satu unutk mempertahankan perusahaan untuk terus berkembang di lingkungan masyarakat.

Shimp (dikutip dalam As'adi, 2009) menyebutkan bahwa adapun manfaat promosi memberikan beberapa pencapaian atau manfaat tentang promosi adalah sebagai berikut:

a. Merangsang antusiasme tenaga penjualan untuk menual produk baru yang dikembangkan atau produk lama.
b. Memperkuat penjualan produk pembiayaan sudah lama.
c. Memfasilitasi pengenalan produk dan merek baru kepada masyarakat.
d. Menetralisasi periklanan dan promosi.
e. Mempertahankan masyarakat sebagai nasabah dengan mengambil pembiayaan berkelanjutan.
f. Memperkuat periklanan.
g. Meningkatkan pemakaian produk.

Selain manfaat promosi diatas, juga terdapat bentuk-bentuk promosi dimana kegiatan promosi harus memperhatikan beberapa variabel yang terkandung didalamnya dan variabel-variabel tersebut harus dipadukan dengan kebutuhan dan kemampuan di perusahaan itu. Perpaduan variabel-variabel promosi tersebut biasa disebut dengan *promotion mix* atau bairan promosi. Menurut Swastha (2001:21) *Promotion mix* merupakan perpaduan strategi

yang baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling,* dan *direct selling* yang keseluruhannya direncanakan untuk memperoleh dan mencapai target.

2.3.1 Indikator Promosi

Philip Kotler dan Amstrong (2000) mengungkapkan adapun bentuk-bentuk promosi adalah sebagai berikut:

a. Periklanana (*Advertising)*

   Periklanan adalah sarana promosi yang dilakukan oleh bank dengan tujuan membangun kesadaran (*Awareness*) terhadap keberadaan produk/jasa yang ditawarkan, menambah pengetahuan masyarakat tentang produk/jasa yang ditawarkan membujuk masyarakat untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan serta untuk membedakan lembaga permodalan syariah lainnya.

b. Penjualan personal (*Personal Selling*)

   Penjualan pribadi atau tatap muka antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemuadian akan tertarik untuk mencoba.

c. Promosi penjualan *(Sales Promotion)*

   Promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pemebelian produk jasa.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

d. Hubungan masyarakat dan publisitas (*Publik Relation and Publicty)*

Hubungan masyarat merupakan suatu usaha dari rancangan program guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk.

e. Pemasaran langsung (*Kirect Marketing)*

Pemasaran langsung merupakan bentuk mengkomunikasikan tawaran, dimana organisasi berkomunikasi langsung ke pelangganan yang telah dipilih sebelumnya dan menyediakan metode untuk tanggapan langsung.

2.4 Lokasi

Menurut Tjiptono (2015:345) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Secara umum, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi tentang fasilitas jasa. Pertama, masyarakat mendatangi lokasi yang menyediakan jasa simpan pinjam dan yang kedua adalah penyedia jasa simpan pinjam yang mendatangi masyarakat ke rumah.

2.4.1 Indikator Lokasi

Dalam Fandy Tjiptono menurut Kuswatiningsih (2016:15) indikator lokasi dalam pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan yang lebih baik pada faktor-faktor berikut:

a. Akses, lokasi yang dilewati mudah untuk dijangkau melalui sarana transportasi umum
b. Mengamati tempat, lokasi yang ingin dijalani dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
c. Lalu lintas, terdapat pertimbangan utama, yaitu:
    1) Dari perjalanan ke rumah masyarakat jauh ataupun masyarakatnya tinggal di pegunungan yang mengambil pembiayaan.
    2) Perjalanan yang dialami masa hujan.
d. Menyediakan tempat yang baik dan nyaman.

2.5 Pembiayaan Syariah

Dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 Tentang usaha Kecil, pasal 1 ayat (6) menyebutkan bahwa pengertian Pembiayaan adalah penyediaan dana dari pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui lembaga keuangan bukan bank atau melalui lembaga lain dalam rangka memperkuat permodalan usaha kecil. Sedangkan pada bank maupun lembaga keuangan bukan bank lembaga pembiayaan tidak diperbolehkan untuk menghimpun dana secara langsung dari masyarakat. Rivai dan Arifin (2010: 681) mengungkapkan bahwa pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Menurut Kasmir (2006) pembiayaan (financing) adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan demikian, pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayanan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama dengan ada nya persetujuan, berupa kesepakatan pihak *shahibul mal* dengan pihak lainnya yang berjanji membayar dan *mudharib* kepada shahibul mal. Janji membayar tersebut berupa lisan, tertulis (akad pembiayaan) atau berupa instrument *(credit Instrument).* Hal ini sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 282

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ اِلٰٓى اَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوْهُۗ وَلْيَكْتُبْ بَّيْنَكُمْ كَاتِبٌۢ بِالْعَدْلِۖ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah menuliskannya dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. (Q.S Al-Baqarah: 282)

2.5.1 Jenis-jenis Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit menurut sifat penggunaannya secara umum, Muhammad Syafii Antonio (2007) jenis-jenis pembiayaan pada perbankan syariah dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu peningkatan usaha, baik itu usaha produksi, perdagangan, maupun investasi. Pada keperluan pembiayaan produktif ada 2 yaitu:
   1) Pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan yang memenuhi kebutuhan misalnya peningkatan produksi baik secara kuantitaif yang jumlah hasil produksi, maupun kualitatif yang peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi dan untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
   2) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal *(capital goods)* serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.
b. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Misalnya

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kebutuhan nasabah pada penggunaan pinjam yang diambil yang gunanya untuk memenuhi kebutuhan.

2.5.2 Tujuan Pembiayaan

Menurut Muhammad (2005) pembiayaan merupakan sumber pendapatan utama bagi bank syariah. Tujuan pembiayaan yang dilaksanakan oleh perbankan syariah terkait dengan stakeholder, yakni:

a. Pemilik, dari sumber pendapatan, para pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan atas dana yang ditanamkan pada bank tersebut
b. Pegawai, mengharapkan dapat memperoleh kesejahteraan dari bank yang dikelolanya
c. Masyarakat, sebagai pemilik dana mengharapkan dana yang diinvestasikan akan diperoleh bagi hasil. Penyediaan dana bagi debitur untuk membantu dalam menjalankan usahanya atau terbantu untuk pengadaan barang yang diinginkan. Terakhir pada masyarakat sebagai konsumen dapat memperoleh barang-barang yang dibutuhkannya.
d. Pemerintah, terbantu dalam pembiayaan pembangunan.
e. Bank, bagi yang bersangkutan hasil dari penyaluran pembiayaan diharapkan bank dapat meneruskan dan mengembangkan usahanya agar tetap survival dan meluaskan jaringan usahanya, sehingga semakin banyak masyarakat yang dapat dilayaninya.s

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2.5.3 Indikator Pembiayaan

Agar pembiayaan berjalan dengan baik, maka pembiayaan harus memiliki indikator sebagai berikut:

a. Memenuhi kebutuhan, ialah pemenuhan kebutuhan bagi nasabah yang disalurkan oleh bank dalam bentuk modal guna memenuhi kebutuhan dan kelancaran operasional usaha nasabah.
b. Peningkatan produksi, merupakan penyaluran modal dalam meningkatkan jumlah produksi usaha nasabah.
c. Peningkatan kualitas, merupakan pemberian modal usaha untuk meningkatkan mutu dari hasil produksi usaha nasabah.
d. Keperluan perdagangan, pembiayaan modal usaha yang dipergunakan untuk mengatasi masalah liquiditas seperti, tagihan air, listrik, karyawan dan lainnya

Indikator-indikator tersebut merupakan hasil dari jurnal Sari (2017) yang telah disederhanakan oleh penulis

2.6 Masyarakat

2.6.1 Pengertian Masyarakat

Masyarakat merupakan manusia yang senantiasa berhubungan (berinteraksi) dengan manusia lain dalam suatu kelompok. Menurut Setiadi (2013) kehidupan dalam lingkungan masyarakat yang selalu berubah merupakan hal yang biasa dan tidak dapat dihindari.Manusia yang merupakan makhluk sosial yang selalu

membutuhkan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhannya, sesuatu yang berharga bagi manusia dapat hidup secara individual dalam lingkungan. Menurut Robert M.Z, (2011) kehidupan individu dan masyarakat kita didasarkan pada asas ekonomi.

Dalam bahasa Inggris dipakai istilah *society* yang berasal dari kata Latin *socius,* berarti "kawan". Istilah masyarakat sendiri berasal dari akar kata Arab *syaraka* yang berarti "ikut serta, berpartisipasi". Masyarakat adalah sekumpulan manusia saling "bergaul", atau dengan istilah ilmiah, saling "berinteraksi" Koentjaraningrat (2009). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) masyarakat adalah suatu kesatuan yang didasarkan pada ikatan-ikatan yang sudah teratur dan boleh dikatakan stabil sehubungan dengan ini maka dengan sendirinya masyarakat merupakan kesatuan yang dalam bingkai strukturnya (proses sosial) diselidiki oleh sosiologi.

Didalam lingkungan masyarakat terdapat beberapa organisasi atau kumpulan individu yang masing-masing memiliki perbedaan seperti: agama, ras, jenis kelamin, bahasa, suku, budaya, tradisi, minat, hobi, bidang ekonomi, pendidikian, pekerjan, status, umur, dll yang memiliki macam-macam perbedaan didalam masyarakat. Dalam pandangan islam, masyarakat disebut dengan istilah *shu'ub* dasarnya ikatan darah, *qabil* dasarnya ikatan kesukuan, *jama'ah* atau *ijtima'iyah,* dasarnya ikatan yang lebih umum, *qaum* ikatan yang berdasarkan nasib dan umat yang ikatannya didasarkan pada misi keaagamaan.

2.6.2 Ciri-ciri Masyarakat

Syani dalam Basrowi (2005:41) mengungkapkan bahwa masyarakat ditandai oleh empat ciri yaitu adanya interaksi, ikatan pada tingkah laku yang khas didalam semua aspek kehidupan yang bersifat kuat dan kontinyu. Serta adanya rasa identitas terhadap kelompok dimana individu yang bersangkutan menjadi anggota kelompoknya. Sedangkan menurut Soekanto (2006) bahwa sebagai suatu pergaulan hidup atau suatu bentuk kehidupan bersama manusia, maka masyarakat itu mempunyai ciri-ciri pokok sebagai berikut:

a. Manusia hidup bersama dalam ilmu sosial yang tak ukuran mutlak ataupun angka yang pasti untuk menentukan berapa jumlah manusia yang harus ada. Akan tetapi, secara teoritis angka minimumnya ada dua orang yang hidup bersama.
b. Kumpulan dari manusia tidaklah sama dengan kumpulan benda-benda mati, seperti kursi, meja dan sebagainya, karena berkumpulnya manusia akan timbul manusia-manusia baru. Manusia juga dapat berbicara, kesan-kesan, perasaan-perasannya. Sebagai akibat hidup bersama itu timbul sistem komunikasi dan timbulah peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antar manusia dalam kelompok tersebut.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

c. Kumpulan manusia yang sadar dengan kesatuan.
d. Kumpulan manusia yang di suatu sistem hidup bersama yang menimbulkan kebudayaan, oleh karena itu setiap kelompok merasa terikat satu sama lain.

2.7 Penelitian Terkait

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Penelitian (Tahun), Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Muhammad Rafi'i Sanjani (2021) Preferensi Nasabah pelaku UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus UMKM Kota Mataram Nusa Tenggara Barat)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel secara simultan diperoleh bahwa variabel syariat islam (X1), bagi hasil (X2), persyaratan pembiayaan (X3), pelayanan (X4), dan kecepatan pembiayaan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pelaku UMKM dalam memilih pembiayaan Bank Syariah Indonesia. Sedangkan secara parsial variabel X diatas berpengaruh signifikan terhadap Y
2	Anggriani Dewi (2021) Faktor faktor yang mempengaruhi preferensi	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga variabel yaitu faktor religi, faktor produk dan faktor kualitas pelayanan memiliki hasil yang

Tabel 2.1 - Lanjutan

	nasabah terhadap Bank Syariah di kota Palopo		berbeda-beda. Variabel faktor religi (X1) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). variabel faktor produk (X2) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y) dan faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). Namun, secara simultan ketiga variabel berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu preferensi nasabah.
3	Ani Rakhmanita (2021) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah	Kuantitatif	Hasil penelitian yang didapat yaitu pengujian menggunakan hipotesis secara simultan promosi, pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pegadaian syariah. Menggunakan uji validitas dan reliabilitasnya yang bertujuan untuk mengetahui apakah instrument yang disusun peneliti layak

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel 2.1 - Lanjutan

			digunakan sebagai alat ukur penelitian. Hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh bahwa promosi, pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah arum haji memilih pegadaian syariah.
4	Marliah Maulina (2021) Analisis faktor-faktor preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan dengan pengujian regresi linier berganda bahwa uji t tingkat kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa, pengetahuan (X2) dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa. Sedangkan pada uji simultan (uji F) untuk ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel 2.1 - Lanjutan

5	Rian Aditya Amri (2022) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah pada PT Bank NTB Syariah Kantor Cabang Pembantu Alas	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan, promosi, lokasi dan fasilitas, berpengaruh secara signifikan dan dominan terhadap preferensi nasabah sedangkan yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor pelayanan, promosi terhadap preferensi nasabah pada PT. Bank NTB Syariah KCP Alas.

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 2.1 mengenai penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut:

Muhammad Rafi'i Sanjani (2021) "Preferensi Nasabah Pelaku UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus UMKM Kota Mataram Nusa Tenggara Barat)" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap preferensi nasabah pelaku UMKM dalam memilih menggunakan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia di kota Mataram Nusa Tenggara Barat dan mengetahui preferensi apa yang paling dominan mempengaruhi nasabah pelaku UMKM dalam memilih menggunakan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia di kota Mataram Nusa Tenggara Barat.

Dalam penelitian ini, preferensi yang diuji pengaruhnya terhadap nasabah pelaku UMKM dalam memilih menggunakan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia di kota Mataram Nusa

Tenggara Barat yaitu pada variabel niat menjalankan syariat islam (X1), bagi hasil (X2), persyaratan pembiayaan (X3), Pelayanan (X4) dan kecepatan pembiayaan (X5).

Sedangkan penelitian di atas berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul "faktor-faktor preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan nasional madani mekaar syariah cabang Penanggalan" dengan pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi dapat mempenagruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan

Anggriani Dewi (2021) dengan judul "Faktor faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah terhadap Bank Syariah di kota Palopo". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor religi, Faktor produk, dan faktor kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah untuk berhubungan dengan BRI Syariah di kota Palopo. software aplikasi statistic *statistical package for social acience* (SPSS).

Sedangkan Penelitian di atas berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul "faktor-faktor preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan" penelitian memilih vaiabel pada faktor pelayanan, promosi dan lokasi yang mempengaruhi preferensi masyarakat kecamatan Penanggalan memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.

Ani Rakhmanita (2021), penelitian yang dilakukan berjudul "faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah pembiayaan haji memilih pegadaian syariah". Penelitian bertujuan untuk melihat pengaruh keputusan nasabah pembiayaan haji memilih pegadaian syaraiah. Penelitian memiliki tiga variabel yaitu pelayanan (X1), promosi (X2) dan lokasi (X3) dengan keputusan nasabah memilih pegadain syariah babakan Tanggerang (Y)

Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berbeda dengan penelitian di atas dimana peneliti memiliki variabel faktor pelayanan, promosi dan lokasi yang mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. permodalan nasional madani mekaar syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.

Marliah Maulina (2021) "Analisis faktor-faktor preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah". Penelitian ini bertujuan untuk melihat variabel tingkat kepercayaan, pengetahuan, tingkat layanan, dan preferensi nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berjudul "faktor-faktor preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. permodalan nasional madani mekaar syariah cabang Penanggalan kota Subulusalam" memiliki variabel faktor pelayanan, promosi dan lokasi yang mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. permodalan nasional madani mekaar syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian diatas terlihat pada objek.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Rian Aditya Amri (2022) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi Nasabah pada PT Bank NTB Syariah kantor cabang pembantu Alas. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana faktor pengetahuan, faktor promosi, faktor pelayanan, faktor lokasi dan faktor fasilitas terhadap preferensi masyarakat nasabah pada PT Bank NTB Syariah kantor cabang pembantu Alas.

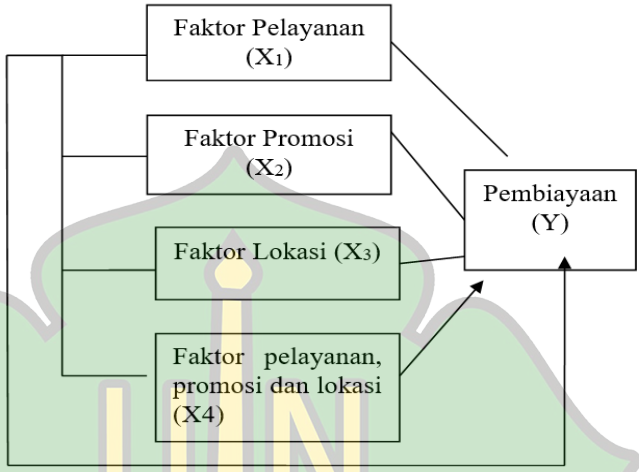
Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul "faktor-faktor preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan nasional madani mekaar syariah cabang penanggalan kota Subulussalam" dengan variabel faktor pelayanan, promosi dan lokasi yang mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan nasional madani mekaar syariah cabang Penanggalan.

2.8 Kerangka Pemikiran

Dalam Penelitian ini mengambil tiga variabel untuk diteliti yaitu faktor pelayanan, faktor promosi dan faktor lokasi. Penelitian ini menggunakan metode dengan penyebaran kuensioner pada masyarakat yang merupakan nasabah di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam untuk melihat gambaran yang jelas pada penelitian ini, maka dapat disusun kerangka pemikiran seperti gambar dibawah ini:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah 2022

Gambar diatas untuk melihat bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dari variabel independen yaitu variabel pelayanan (X1), promosi (X2), lokasi (X3) dan faktor pelayanan, promosi dan lokasi (X4) terhadap variabel dependen yaitu memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Penanggalan kota Subulussalam. Pada gambar diatas terdapat garis panah yang terputus-putus hal ini menandakan hubungan secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen. Kemudian, garis panah yang tidak terputus menandakan hubungan secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Faktor pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah memutuskan untuk mengambil pembiayaan di perbankan syariah maupun non perbankan syariah.

Menurut M. Syafe'I Antonio dalam Rafidah (2014) memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis dalam memenangkan persaingan, mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.

Faktor promosi hal yang penting dalam mempengaruhi masyarakat untuk memilih pembiayaan. Menurut Hermawan (2012) promosi merupakan salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menarik konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian.

Faktor lokasi merupakan salah satu faktor yang menjadikan masyarakat tertarik untuk memilih pembiayaan. Lokasi yang dapat dijangkau akan mempermudah masyarakat untuk bertransaksi pada jasa pembiayaan. Kamal & Wulandari (2018) mengungkapkan lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha tersebut dilakukan. Menurut Arif (2018) dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2.9 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan peneliti dari kerangka pemikiran diatas maka peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

1. H_{0-1} Faktor pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat

memilih pembiayaan.

2. H_{1-1} Faktor pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan.
3. H_{0-2} Faktor promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan.
4. H_{1-2} Faktor promosi secara parsial berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan.
5. H_{0-3} Faktor lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan.
6. H_{1-3} Faktorlokasi secara parsial berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan.
7. H_{0-4} Faktor pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan.
8. H_{1-4} Faktor pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Arikunto (2006:12) data penelitian kuantitaif adalah pendekatan penelitian yang banyak menggunakan angka-angka, mulai dari mengumpulkan data, penafsiran terhadap data yang diperoleh, serta pemaparan hasilnya.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dari data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara. Data primer yang didapat menggunakan pengisian kuesioner oleh responden. Misbahuddin & Hasan (2013) mengungkapkan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Pada penelitian ini data primer digunakan kuesioner dengan data-data yang terkait sedangkan pada data sekunder yang digunakan terkait dokumenter.

3.1.3 Lokasi dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah masyarakat sebagai nasabah. Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu kecamatan Penanggalan dengan jumlah 13 desa yaitu: Cepu, Dasan Raja, Jontor, Kampung Baru, Lae Bersih, Lae Ikan, Lae Motong,

Penanggalan, Penanggalan Barat, Penanggalan Timur, Penuntungan, Sikelang, Kuta Tengah. (2019) desa di kecamatan Penanggalan kota Subulussalam.

Tabel 3.1
Jumlah Noa cabang Penanggalan

No	Nama Desa	Jumlah NOA
1	Cepu	58
2	Dasan Raja	45
3	Jontor	44
4	Kampung Baru	40
5	Lae Bersih	112
6	Lae Ikan	44
7	Lae Motong	50
8	Penanggalan	35
9	Penanggalan Barat	57
10	Penanggalan Timur	49
11	Penuntungan	10
12	Sikelang	57
13	Kuta Tengah	19

Sumber: Data diolah 2022

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015) populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu masyarakat yang ada di kecamatan Penanggalan yang merupakan nasabah di PT Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah cabang Penanggalan yang berjumlah 620 orang (kantor PT. PNM Mekaar Syariah Cabang Penanggalan, 2022).

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari opulasi dan sampel yang diambil oleh peneliti harus betul-betul representatif. Menurut Siregar S, (2010:144) jika sampel tidak representative maka hasil penelitian tidak dapat dipercaya. Responden yang dijadikan sampel adalah masyarakat yang sudah bergabung sebagai nasabah selama hampir 2 tahun di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan kota Subulussalam.

Menurut Patarianto (2015) pada penelitian ini mempertimbangkan jumlah populasi untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan digunakan Rumus *Slovin* dengan taraf kesalahan 10% dengan rumus seperti berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir e = 0.1

Dalam rumus *slovin* ketentuannya sebagai berikut:

a. Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi besar
b. Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi kecil

Jika diketahui jumlah populasi (N) = 874 dan e = 10%

Sehingga dapat di peroleh nilai sebagai berikut:

$$n = \frac{620}{1 + 620 \times (10\%)^2}$$

$$n = \frac{620}{1 + 6{,}20}$$

$$n = \frac{620}{7{,}20}$$

$$n = 86{,}1$$

Maka, dari hasil tersebut didapatkan responden yang dibutuhkan sebanyak 86,1 orang dan peneliti tetap menggunakan 86 orang responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Ridwan (2007:24) teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk

mengumpulkan data. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dengan kuensioner atau angket merupakan metode pengumpulan data untuk memahami seseorang dengan memberikan suatu daftar pertanyaan tentang berbagai aspek kepribadian seseorang.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah acuan pengukuran yang akan digunakan peneliti untuk mengukur variabel penelitian. Skala pengukuran akan menghasilkan data yang akan dianlisis lebih lanjut guna menjawab tujuan penelitian Riyanto dan Hatmawan (s2020). Data yang berkaitan dengan bagaimana variabel X, yaitu X1 (pelayanan), X2 (Promosi), X3 (Lokasi) dan X4 (Pelayanan, Promosi dan lokasi). Skala yang digunakan adalah skala interval dalam bentuk *likert.*

Menurut Saifuddin (2020:74) Skala *likert* adalah penilaian yang penjenjangan dan bersifat simetris, namun penjenjangannya terdiri dari empat sampai lima alternatif jawaban. Pemberian skala ini dimaksudkan untuk memberikan bobot atau skor terhadap masing-masing alternatif pilihan jawaban masing-masing pertanyaan, seperti yang terlihat pada Tabel 3.2 di bawah ini:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

Pilihan Jawaban	**Skor**
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Alternative Pilihan Jawaban Kuensioner Penelitian

3.5 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen dimana terdapat penyebab atau disebut dengan variabel bebas. Sedangkan variabel dependen adalah variabel akibat atau disebut dengan terikat. Menurut Sugiyono (2015: 96-97) jika variabel independen adalah variabel aktif maka kita memanipulasi nilai-nilai variabel untuk mempelajari pengaruhnya terhadap variabel lain.

Penjelasan diatas bahwa saat ini penulis mengambil penelitian tentang "Faktor-faktor preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. permodalan nasional madani mekaar syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam".

3.6 Operasional Variabel Penelitian

Nurdin dan Hartati (2019:123) mengungkapkan bahwa Operasional variabel dapat menentukan cara yang akan digunakan untuk mengukur variabel tidak terdapat arti dan istilah-istilah ganda yang akan menimbulkan tafsir yang berbeda.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel 3.3
Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Pembiayaan	yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalam bagi hasil (Kasmir, 2008)	1. Memenuhi kebutuhan 2. Peningkatan produksi 3. Peningkatan kualitas 4. Keperluan perdagangan s	Likert 1-5
2	Pelayanan	Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada	1. Bukti fisik (*tangibles)* 2. Kehandalan *(reliability)* 3. Daya Tanggap *(responsiveness)*	Likert 1-5

Tabel 3.3-Lanjutan

		pelanggan sesama karyawan dan juga pimpinan (Kasmir, 2017)	4. Jaminan 5. *(assurance)* Perhatian *(Empati)*	
3	Promosi	elemen bauraan pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan (Tjiptono, 2015)	1. Periklanan 2. Penjualan personal 3. Promosi penjualan 4. hubungan dengan masyarakat 5. pemasaran langsung	Likert 1-5
4	Lokasi	mengacu pada aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian aray penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Tjiptono, 2015).	6. akses 7. mengamati 8. lalu lintas 9. menyediakan tempat yang baik dan nyaman	Likert 1-5

Sumber: Data diolah 2022

3.7 Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya dan sesuai dengan kenyataan. Nasruddin dan Paleni (2020;75) mengungkapkan bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan-pertanyaan dalam mengartikan suatu variabel. Riyanto dan Hatmawan (2020:65) mengungkapkan bahwa dalam menentukan keputusan untuk uji validitas dapat digunakan dengan dua cara yaitu:

a. Keputusan tersebut menggunakan nilai r hitung r dan tabel. Nilai r tabel dapat diketahui dengan nilai *degree of freedom* (df), dimana df = n-2 (n = jumlah data responden). Untuk nilai r hitung dapat diketahui dari *corrected item total correlation.* Untuk pengambilan keputusan pada uji ini adalah sebagai berikut:
   1) Apabila r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka indikator tersebut dinyatakan valid
   2) Apabila r hitung < rtabel atau bernilai negatif maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikan dari masing-masing indikator, dengan ketentuan sebagai berikut.
   1) Apabila indikator memiliki nilai sig > 0,05 maka indikator tersebut dinyatakan valid.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2) Apabila indikator memiliki nilai sig < 0,05 maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama juga. Akbar dan Usman (2006: 287) mengungkapkan bahwa uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel dalam mengukur gejala yang sama. Supriyanto dan Macfudz (2010: 296) mengungkapkan bahwa Uji Reliabilitas menggunakan rumus Alpa Cronboch dimana:

a. Apabila variabel yang diteliti memiliki *cronboch's alfa (α)* >60% (0.60) maka variabel tersebut akan dikatakan *reliable.*
b. Apabila *cronboch's alfa (α)*< 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak *reliable.*

3.8 Uji Asumsi Klasik

Berikut dibawah ini uji asumsi klasik yang dapat dilakukan untuk mendukung penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Duli (2019: 114-115) tujuan uji normalitas ialan untuk dapat melihat nilai *residual* terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah ketika memiliki nilai

residual yang terdistribusi normal. Untuk bisa melihat distribusi berjalan dengan normal atau tidak dapat dilihat dengan menggunakan uji non-parametrik *kolmogorov-smirnov* (1-*sample* k-s), menggunakan pendekatan grafik (histogram), uji normal P-plot, uji *chi Square, Skewness.*

Pada penelitian ini untuk dapat melihat distribusi normal menggunakan *kolmogorov-smirnov* (1-*sample* K-S). Zano dan Santoso (2019) mengungkapkan bahwa kriteria dalam menentukan distribusi normal atau tidak dengan cara dianta lain:

a. Nilai sig atau signifikan atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah normal.
b. Nilai sig atau signifikan atau nilai probilitas > 0,05 distribusi data adalah normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji muktikolinearitas yang tujuannya untuk dapat melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya dalam satu model regresi linier berganda. Jika terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Pengujian ini dapat dilihat melalui *tolerance* dan lawannya *varian inflantion factor* (VIF). Kriteria yang digunakan dalam menentukan uji multikolinearitas berdasarkan yang dijelaskan Duli (2019; 120) antara lain sebagai berikut:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

a. Pada nilai *tolerance* apabila nilai *tolerance* > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji dan sebaliknya.
b. Pada nilai VIF apabila nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji dan sebaliknya.

3.8.3 Uji Heterokedasitas

Menurut Duli (2019; 122) uji heterokedesitas bertujuan untuk dapat melihat model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satuan pengamatan yang lainnya. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melakukan uji *Gleser,* Uji *park* atau uji *white* dan uji *spearman rho.* Pada penelitian ini menggunakan pengujian heteroskedasitas Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas hal ini dapat dilihat:

a. Jika P *value* > 0,05 maka tidak ada terjadi heteroskedasitas pada model regresi
b. Jika P *value* > 0,05 maka tidak ada terjadi heteroskedasitas pada model regresi.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.9 Teknik Analisi Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan lebih dari satu variabel.Maka dari itu penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.Menurut Priyanto (2008:73) analisis regresi berganda bertujuan untuk dapat

mengetahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun bentuk persamaan antara lain sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Variabel Pembiayaan

X_1 = Variabel Pelayanan

X_2 = Variabel Promosi

X_3 = Variabel Lokasi

a = Konstanta

b = Koefisien

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa baik variabel independen merangkan atau memperjelas keberadaan variabel dependen. Jikaterdapat hasil nilai koefisien determinasinya tinggi, maka semakin tinggi pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Denziana, Indrayenti, & Fatah, 2014). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 0 maka hubungannya yang terjadi semakin rendah.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara dua cara yaitu uji F dan uji t. adapun penjelasan pengujian hipotesis antara lain sebagai berikut:

3.10.1 Uji Parsial (Uji-T)

Pengujian yang dilakukan ini untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel secara individual (parsial) terhadap sebuah variabel terikat. Pengujian yang dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel (Santoso, 2018):

a. Apabila t hitung < t tabel atau nilai signifikan uji t > 0,05 maka H_0 diterima, artinya variabel-variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
b. Apabila t hitung > t tabel atau nilai signifikan uji t< 0,05 maka H_1 diterima, artinya variabel-variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Santoso (2018) pengujian ini bertujuan untuk melihat signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) variabel terikat.Pengujian ini dilakukan sengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Adapun kriteria pada pengujian ini sebagai berikut:

a. Apabila F hitung < F tabel atau nilai signifikan uji F > 0,05 maka H_0 diterima, artinya variabel-variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Apabila F hitung > F tabel atau nilai signifikan uji F < 0,05 maka H_1 diterima, artinya variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan

PT. Permodalan Nasional Madani Membina ekonomi keluarga sejahtera Syariah (PNM Mekaar Syariah) adalah program kerja yang bertujuan untuk membimbing dan mensejahterakan masyarakat untuk mencapai derajat dan kehidupan yang layak dan layanan pemberdayaan berbasis kelompok sesuai ketentuan hukum islam yang berdasarkan fatwa dan pernyataan kesesuaian syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia yang ditujukan bagi perempuan pra-sejahtera pelaku usaha ultra mikro, melalui:

a. Peningkatan pengelolaan keuangan untuk mewujudkan cita-cita dan kesejahteraan keluarga;
b. Pembiayaan modal usaha tanpa agunan;
c. Pembiasaan budaya menabung;
d. Peningkatan kompetensi kewirausahaan dan pengembangan bisnis.

PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam membuka unit Mekaar pada tanggal 31 Agustus 2020. Salah satu kepala cabang Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan yaitu ibu Aja Yusran Fadilah Putri. Beliau merupakan kepala cabang yang pertama ada di cabang penanggalan. PT. Permodalan Nasional

Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam pada struktur kerja nasabah disebut sebagai NOA. Tujuan dari PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam yaitu memberikan permodalan dalam usaha.

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, peneliti membutuhkan responden sebanyak 86 orang yang ditentukan berdasarkan rumus dengan menyebarkan angket tersebut kepada masyarakat sebagai nasabah di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan kota Subulussalam. Adapun karakteristik responden akan diuraikan berdasarkan, usia, status, pekerjaan, jenis pendidikan terakhir.

4.2.1 Berdasarkan Umur

Pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan usia responden menjadi lima kategori yaitu, 19 tahun sampai 20 tahun, 21 tahun sampai 30 tahun, 31 Tahun sampai 40 tahun, 41 tahun sampai 50 tahun, dan 51tahun sampai 60 tahun. Adapun data mengenai responden berdasarkan usia dengan bantuan IBM SPSS *statistic* 20 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1
Berdasarkan Umur

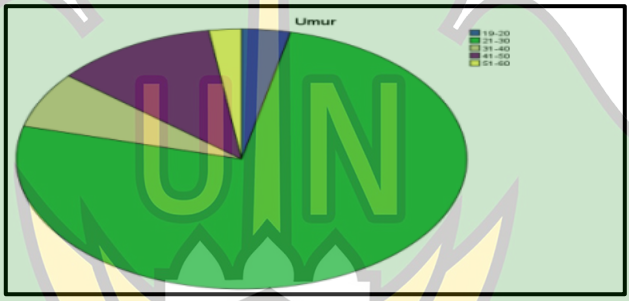
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-20	3	3.5	3.5	3.5
	21-30	65	75.6	75.6	79.1
	31-40	6	7.0	7.0	86.0
	41-50	10	11.6	11.6	97.7
	51-60	2	2.3	2.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa yang yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu untuk usia 19-20 tahun sebanyak 3 responden, umur 21-30 tahun sebanyak 65 responden, umur 31-40 tahun sebanyak 6 responden, umur 41-50 tahun sebanyak 10 responden, dan terakhir 51-60 tahun sebanyak 2 responden. Maka presentasinya antara lain sebagai berikut:

Gambar 4.1
Usia Responden



Sumber: Data diolah (2022)

Jika dilihat dari presentase usia responden. Maka usia termuda yaitu dimulai dari 19-20 tahun memiliki nilai presentase sebesar 3.5%, kemudian usia 21-30 tahun memiliki nilai presentase tertinggi sebesar 75.6%, usia 31-40 tahun sebesar 7.0%, usia 41-50 sebesar 11.6%, dan terakhir nilai presentase yang terendah yaitu usia 51-60 tahun sebesar 2.3%. Dapat simpulkan bahwa banyaknya masyarakat yang berusia 21-30 tahun menandakan usia tersebut berada di usia produktif sebagai pelaku usaha yang membutuhkan pembiayaan.

4.2.2 Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai responden berdasarkan pekerjaan dengan bantuan IBM SPSS *statistic* 20 dapat dilihat sebagai berikut:

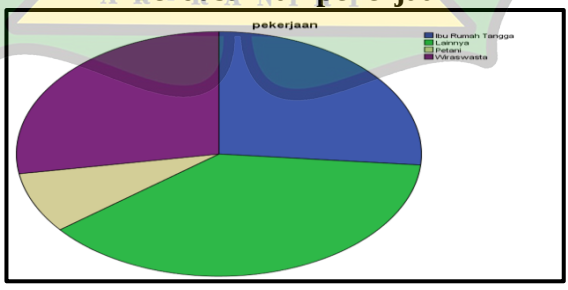
Tabel 4.2
Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	23	26.7	26.7	26.7
	Lainnya	32	37.2	37.2	64.0
	Petani	7	8.1	8.1	72.1
	Wiraswasta	24	27.9	27.9	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2022)

Dari data tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa dari 86 masyarakat yang menjadi responden memiliki pekerjaan yang beragam. Jika dilihat jumlah pekerjaan tertinggi pada tabel diatas yaitu terdapat pada lainnya dengan jumlah 32 orang, kemudian pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 24 orang, pada pekerjaan ibu rumah tangga berjumlah 23 orang, dan petani sebanyak 7 orang. Maka presentasenya sebagai berikut:

Gambar 4.2
Berdasarkan pekerjaan



Sumber: Data diolah (2022)

Dari diagram diatas dilihat bahwa berdasarkan pekerjaan masyarakat pada lainnya memiliki presentase tertinggi yaitu sebesar 37.2% kemudian diikuti dengan wiraswasta sebesar 37.2%, pada ibu rumah tangga memiliki presentase sebesar 26.7% dan terendah yaitu pada petani sebesar 8.1%. Adapun hasil dari data diatas adalah pekerjaan pada lainnya memiliki presentase yang tinggi namun hal ini belum cukup untuk menggambarkan bahwa di Kecamatan Penanggalan jenis pekerjaan terbanyak yaitu pada pekerjaan lainnya karena peneliti mengambil sampel secara acak dan memberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk setiap anggota populasi.

4.2.3 Berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir

Pada penelitian ini, peneliti membagikan jenis pendidikan terakhir terhadap responden. Adapun data mengenai responden berdasarkan pendidikan terakhir dengan bantuan IBM SPSS *statistic* 20 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3
Berdasarkan Pendidikan Terakhir

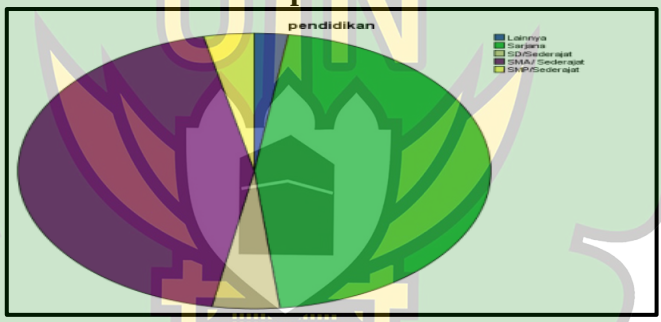
pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	2	2.3	2.3	2.3
	Sarjana	40	46.5	46.5	48.8
	SD/Sederajat	4	4.7	4.7	53.5
	SMA/ Sederajat	37	43.0	43.0	96.5
	SMP/Sederajat	3	3.5	3.5	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel 4.3 terdapat data responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat bahwa terdapat responden memiliki riwayat pendidikan lainnya berjumlah 2 orang responden, pada riwayat pendidikan terakhir sarjana terdapat 40 orang responden, pada riwayat pendidikan terakhir SD/ sederajat berjumlah 4 orang responden, pada riwayat pendidikan terakhir SMP/sederajat berjumlah 3 orang responden, dan terakhir pada pendidikan terakhir SMA/ sederajat berjumlah 37 orang responden. Maka dari itu presentase dengan melihat diagram lingkaran berikut:

Gambar 4.3
Berdasarkan pendidikan terakhir



Sumber: Data diolah (2022)

Dari diagram lingkaran diatas dapat dilihat bahwa jumlah presentase berdasarkan pendidikan terakhir pada lainnya berjumlah 2.3%, pendidikan terakhir responden pada jenjang sarjana memiliki presentase berjumlah 46.5%, riwayat pendidikan terakhir jenjang SD/sederajat memiliki presentase berjumlah 4.7%, pada jenjang SMP/ sederajat memiliki presentase berjumlah 3.5%, dan terakhir pada riwayat pendidikan terakhir responden jenjang SMA/sederajat berjumlah 43.0%

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4.3 Deskriptif Data Statistik

Deskriptif data penelitian memaparkan gambaran mengenai karakteristik data variabel yang digunakan dalam model penelitian ini. Deskriptif data ini berfungsi untuk nilai jangkauan (*range*), nilai minimum, nilai maksimum, nilai sum, nilai mean dan *standart deviation*. Deskripsi penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.4:

Tabel 4.4
Deskriptif data statistik

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembiayaan	86	10	15	25	20.06	2.763
Pelayanan	86	10	15	25	20.44	2.597
Promosi	86	10	15	25	20.06	2.796
Lokasi	86	10	15	25	19.97	2.720
Valid N (listwise)	86					

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat dilihat nilai jangkauan (*range*), nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean dan *standart deviation* dari variabel yang diteliti pada preferensi masyarakat memilih pembiayaan. Variabel pembiayaan (Y) memiliki nilai jangkauan (*range*) sebesar 10 artinya selisih antara nilai maximum dan minimum pada variabel pembiayaan adalah 10. Nilai minimum pada variabel pembiayaan sebesar 15 yang artinya dari setiap pertanyaan pada variabel pembiayaan nilai terendah adalah 15. Nilai maximum pada variabel pembiayaan sebesar 25 artinya setiap pertanyaan tertinggi pembiayaan adalah 25. Nilai mean pada variabel pembiayaan sebesar 20.06 artinya yang paling banyak dan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

sering muncul pada setiap pertanyaan pembiayaan adalah 20.06. Terakhir, nilai *std. deviation* adalah 2.763 yang artinya nilai yang digunakan unruk menentukan bagaimana sebaran data dalam sampel adalah 2.763.

Variabel pelayanan (X1) memiliki nilai jangkauan (*range*) sebesar 10 artinya selisih antara nilai maksimum dan minimum pada variabel pelayanan adalah 10. Nilai minimum pada variabel pelayanan sebesar 15 yang artinya dari setiap pertanyaan pada variabel pelayanan nilai terendah adalah 15. Nilai maximum pada variabel pelayanan sebesar 25 artinya pada setiap pertanyaan tertinggi pelayanan adalah 25. Nilai mean pada variabel pelayanan sebesar 20.44 artinya yang paling banyak dan sering muncul pada setiap pertanyaan pelayanan adalah 20.44. Terakhir, nilai *std. deviation* adalah 2.597 yang artinya nilai yang digunakan untuk menentukan bagaimana sebaran data dalam sampel adalah 2.597.

Variabel kedua yaitu promosi (X2) memiliki nilai jangkauan (*range*) sebesar 10 artinya selisih antara nilai maximum dan minimum pada variabel promosi adalah 10. Nilai minimum pada variabel promosi sebesar 15 artinya dari setiap pertanyaan pada variabel promosi nilai terendah adalah 15. Nilai maximum pada variabel promosi sebesar 25 artinya pada setiap pertanyaan tertinggi promosi adalah 25. Nilai mean pada variabel promosi sebesar 20.06 artinya yang paling banyak dan sering muncul pada setiap pertanyaan promosi adalah 20.06. Terakhir, pada nilai *std.*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

deviation adalah 2.796 yang artinya nilai digunakan untuk menentukan bagaimana sebaran data dalam sampel adalah 2.796.

Terakhir, Variabel ketiga yaitu lokasi (X3) memiliki nilai jangkauan (*range*) sebesar 10 artinya selisih antara maximum dan minimum pada variabel lokasi adalah 10. Nilai minimum pada variabel lokasi sebesar 15 artinya dari setiap pertanyaan pada variabel lokasi adalah 15. Nilai maximum pada variabel lokasi 25 artinya pada setiap pertanyaan tertinggi lokasi adalah 25. Nilai mean pada variabel lokasi sebesar 19.97 artinya yang paling bnayak dan sering muncul pada setiap pertanyaan lokasi adalah 19.97. Terakhir, pada nilai *std.deviation* adalah 2.720 yang artinya nilai digunakan untuk menentukan bagaimana sebaran data dalam sampel adalah 2.720.

4.3.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Pembiayaan (Y)

Deskriptif data memberikan gambaran mengenai karakterisitik data variabel yang digunakan dalam model penelitian ini. Adapun item pernyataan dan jawaban responden mengenai pembiayaan dijelaskan pada tabel berikut:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel 4.5
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pembiayaan (Y)

No	Pertanyaan yang Berhubungan Dengan Pembiayaan	SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1	Mode d (modus)
1	Pembiayaan yang diterima mencukupi kebutuhan usaha nasabah.	16	47	23	0	0	4
2	Prosedur pembiayaan mudah dimengerti dan dipahami serta tidak menyulitkan.	21	44	21	0	0	4
3	PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan memiliki produk yang beragam.	22	46	18	0	0	4
4	Pokok atau cicilan tergolong ringan sehingga tidak memberatkan nasabah.	21	48	17	0	0	4
5	Jangka waktu	21	48	17	0	0	4

	pencairan dana pembayaran tergolong cepat.						
	Mode d (modus)						4

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui nilai yang sering muncul adalah pada pertanyaan setuju nilai 2, dimana berarti responden memiliki tanggapan "baik" dan setuju untuk pertanyaan pembiayaan.

4.3.2 Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Pelayanan (X1)

Deskriptif data memberikan gambaran mengenai karakteristik dari variabel yang digunakan dalam model penelitian ini. Adapun item pertanyaan dan jawaban responden mengenai pelayanan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan

No	Pertanyaan yang Berhubungan Dengan Pelayanan	SS	S	KS	TS	STS	Mode (modus)
1	Penampilan karyawan PT. Permodalan Nasional Madani (persero) Mekaar syariah	20	53	13	0	0	4

	cabang Penanggalan rapi dan menarik.						
2	Pelayanan produk pembiayaan kepada nasabah baru dilayani dengan baik.	29	43	14	0	0	4
3	Kesiapan karyawan dalam memberikan layanan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.	22	46	18	0	0	4
4	Karyawan cepat tanggap dalam melayani nasabah dalam menambah jumlah pinjaman.	27	42	16	1	0	4
5	Peraturan yang diberikan perusahaan dapat dipahami oleh nasabah.	20	49	17	0	0	4
	Mode (modus)						4

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui nilai yang sering muncul adalah pada pertanyaan setuju nilai 2, dimana berarti responden memiliki tanggapan “baik” dan setuju untuk pertanyaan pelayanan.

4.3.3 Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Promosi (X2)

Deskriptif data memberikan gambaran mengenai karakteristik dari variabel yang digunakan dalam model penelitian ini. Adapun item pertanyaan dan jawaban responden mengenai promosi dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Promosi

No	Pertanyaan yang Berhubungan Dengan Promosi	SS	S	KS	TS	STS	Mode (modus)
1	Jumlah pinjaman yang diberikan sesuai dengan iklan.	19	48	19	0	0	4
2	Pemasaran produk pembiayaan sesuai dengan perjanjian diawal.	18	45	23	0	0	4
3	Promosi Pembiayaan yang diberikan sesuai dengan keinginan masyarakat.	26	43	17	0	0	4
4	Hubungan karyawan antar masyarakat terjalin dengan baik	20	48	18	0	0	4
5	Promosi yang	22	41	23	0	0	4

	diterapkan secara langsung dilakukan oleh PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariahcabang Penanggalan.						
	Mode (modus)						4

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui nilai yang sering muncul adalah pada pertanyaan setuju dengan nilai 2, dimana berarti responden memiliki tanggapan "baik" dan setuju untuk pertanyaan promosi.

4.3.4 Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Lokasi (X3)

Deskriptif data memberikan gambaran mengenai karakteristik dari variabel yang digunakan dalam model penelitian ini. Adapun item pertanyaan dan jawaban responden mengenai lokasi dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Lokasi

No	Pertanyaan Berhubungan Dengan Lokasi	SS	S	KS	TS	STS	Mode (modus)
1	Kantor PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang	16	52	18	0	0	4

	Penanggalan strategis.						
2	Desa yang dilalui oleh karyawan aman dan mudah untuk dijangkau.	23	44	19	0	0	4
3	Strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengumpulkan masyarakat dalam bentuk perkelompok merupakan cara yang efektif untuk berinteraksi antar masyarakat dan karyawan.	23	42	20	1	0	4
4	Rumah ketua kelompok aman dan nyaman pada waktu pertemuan pembayaran angsuran perminggu.	17	49	20	0	0	4
5	Rumah ketua kelompok dekat dengan masyarakat serta mempermudah	17	49	20	0	0	4

جامعة الرانري
AR-RANIRY

	untuk transaksi.						
	Mode (modus)						4

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui nilai yang sering muncul adalah pada pertanyaan setuju dengan 2, dimana berarti responden memiliki tanggapan "baik" dan setuju untuk pertanyaan lokasi.

4.4 Hasil Uji Validitas

Menurut Ekasari (2020) Dalam menentukan uji validitas dapat diperoleh dengan membandingkan dengan nilai korelasi hitung (r hitung) lebih besar dibandingkan dengan nilai tabel (r hitung > r tabel). Dalam menentukan r tabel menggunakan rumus df = n-2, dinyatakan bahwa n merupakan jumlah sampel pada tingkat signifikan 5% (α= 0,05). Menurut perhitungan df= 86-2 = 84 maka, r tabel pada nilai df 84 adalah 0,2120 sehingga jika nilai *itemnya* lebih kecil dari 0,212 maka *item* tersebut tidak valid dan sebaliknya. Dapat dilihat pada tabel dibawahuntuk uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.9
Variabel Pembiayaan (Y)

No	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1.1	P1	.826	0,2120	VALID
Y1.2	P2	.753	0,2120	VALID
Y1.3	P3	.760	0,2120	VALID

Y1.4	P4	.675	0,2120	VALID
Y1.5	P5	.751	0,2120	VALID

Sumber: diolah (2022)

Tabel 4.10

Variabel Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	P1	.691	0,2120	VALID
X1.2	P2	.645	0,2120	VALID
X1.3	P3	.651	0,2120	VALID
X1.4	P4	.619	0,2120	VALID
X1.5	P5	.735	0,2120	VALID

Sumber: diolah (2022)

Tabel 4.11

Variabel Promosi (X2)

No	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	P1	.755	0,2120	VALID
X2.2	P2	.770	0,2120	VALID
X2.3	P3	.753	0,2120	VALID
X2.4	P4	.676	0,2120	VALID
X2.5	P5	.773	0,2120	VALID

Sumber: diolah (2022)

Tabel 4.12
Variabel Lokasi (X3)

No	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X3.1	P1	.819	0,2120	VALID
X3.2	P2	.723	0,2120	VALID
X3.3	P3	.740	0,2120	VALID
X3.4	P4	.722	0,2120	VALID
X3.5	P5	.774	0,2120	VALID

Sumber: diolah (2022)

4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Supriyanto dan Machfudz (2010:296) mengungkapkan bahwa Dalam melakukan pengujian reliabilitas maka menggunakan rumus *Alpa Cronboch.*Ketika variabel yang diteliti mempunyai *cronboch's alfa (α)* >60% (0.60) maka variabel tersebut dikatakan *reliable.* Namun sebaliknya, jika *cronboch's alfa (α)* <50% (0.60) maka variabel tersebut dikatakan tidak *reliable.* Dapat dilihat pada tabel 4.13 hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pembiayaan	60.47	55.828	.863	.910
Pelayanan	60.08	60.899	.776	.937
Promosi	60.47	55.522	.857	.912
Lokasi	60.56	55.497	.893	.900

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator dalam variabel pelayanan, promosi dan lokasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan memiliki kriteria *cronboch's alfa* <0,60 dengan demikian dapat dikatakan bahwa masing-masing indikator tersebut termasuk dalam variabel yang reliable dan handal.

4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Sunjoyono, Setiawan, A Carolina, Magdalena, Kurniawan (2010:59) mengungkapkan bahwa Uji normalitas yang tujuannya untuk melihat apakah nilai residul terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residul yang terdistribusi normal. Dapat disebut sebagai uji normalitas dilakukan pada nilai residulnya bukan masing-masing variabel.

Pada penelitian ini uji normalitas *kolmogorov-smirnov.* Untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dilihat dai nilai residul.

Disebutkan bahwa jika nilai residul di atas nilai signifikansi yang ditetapkan. Adapun ketetapan tersebut antara lain jika nilai *asymp. Sig* (p) >α maka sebaran data terdistribusi *Sig* (p) >α maka sebaran data terdistribusi normal. Berikut tabel 4.14 dibawah ini hasil uji normalitas menggunakan *kolmogorov-smirnov.*

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji	Keterangan
0.90	Terdistribusi Normal

Sumber: data primer yang diolah (2022)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu: jika nilai signifikan lebih besar α = 0,05 maka data tersebut terdistribusi normal. Kemudian sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil α = 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi normal. Pada tabel di atas N menandakan banyaknya jumlah responden yaitu sebanyak 86 orang dan diketahui bahwa hasil nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,090. Dapat disimpulkan bahwa pada tabel diatas nilai *Asymp. Sig* lebih besar dari 0,05 atau 0,090>0,05 maka dapat dinyatakan bahwa distribusi data adalah normal.

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikoneritas dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Syarat tidak terjadinya multikoneritas yaitu memenuhi kriteria antara lain:

a. Pada nilai *tolerance* apabila nilai *tolerance* > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikoneritas pada data yang diuji dan sebaliknya.

b. Pada nilai VIF apabila nilai VIF < 10.00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji dan sebaliknya.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikokoneritas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Pelayanan	.401	2.492	Tidak terjadi Multikolinieritas
Promosi	.280	3.570	Tidakterjadi Multikolinieritas
Lokasi	.265	3.767	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 Dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* untuk pelayanan 0,401, pada promosi berjumlah 0,280, dan terakhir nilai *tolerance* pada lokasi adalah 0,265. Sedangkan nilai VIF pada pelayanan adalah 2.492, nilai VIF pada promosi adalah 3.570, dan nilai VIF pada lokasi adalah 3.767. Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoneritas antar variabel bebas dalam model regresi.

4.6.3 Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dan residul untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada penelitian ini untuk menguji heterokedasitas menggunakan uji *Gleser*.

Tabel 4.16
Hasil Uji Heterokedastitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.249	.857		2.624	.010
	Pelayanan	.068	.063	.182	1.083	.282
	Promosi	-.055	.070	-.158	-.782	.436
	Lokasi	-.083	.074	-.232	-1.120	.266

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: data diolah (2022)

Tabel 4.16 Hasil uji *Gleser* menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X1) memiliki nilai p *value* sebesar 0.282 dan t hitung sebesar 1.083. Variabel promosi (X2) memiliki nilai *value* sebesar 0.436 dan t hitung sebesar -0.782. Variabel lokasi (X3) memiliki *value* sebesar 0.266 dan t hitung sebesar -1.120. Ketiga variabel bebas tersebut memiliki nilai p *value* > 0,05 dan nilai t tabel < t hitung < t tabel, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa h_1 diterima dan H_0 ditolak. Maka dari itu ditarik kesimpulan menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas.

4.6.4 Hasil Analisis Regresi Berganda

Bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan linier yang terjadi antara variabel pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan maka perlu mengetahui persamaan garis regresinya. Persamaan regresi dapat dibuat berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 4.17
Hasil analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.238	.556		2.225	.029
	Pelayanan	.098	.041	.102	2.408	.018
	Promosi	.251	.045	.281	5.532	.000
	Lokasi	.590	.048	.641	12.296	.000

a. Dependent Variable: Y_Pembiayaan

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan hasil *output* SPSS pada tabel 4.17 Maka dapat diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

Y = 1,238 + 0,098X1 + 0,251X2 + 0,590X3 + e

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

a. Pada tabel diatas terlihat bahwa nilai konstanta sebesar 1,238 maka dapat diartikan bahwa, ketika tingkat pelayanan, promosi dan lokasi dianggap konstan. Maka tingkat preferensi masyarakat memilih pembiayaan adalah sebesar 1,238.
b. Koefisien regresi variabel pelayanan (X1) sebesar 0,098 maka dapat diartikan bahwa jika pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% maka pelayanan akan meningkat sebesar 0,098 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan pada variabel pelayanan (X1) sebesar 1% maka pembiayaan menurun sebesar 0,098. Maka dapat diartikan bahwa terjadinya hubungan positif antara variabel pelayanan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dengan preferensi masyarakat memilih pembiayaan maka baik pula pembiayaan yang didapat oleh masyarakat.

c. Koefisien pada variabel promosi (X2) sebesar 0,251 berarti setiap terjadi peningkatan pada variabel promosi (X2) sebesar 1% maka pembiayaan meningkat sebesar 0,251 atau sebaliknya jika terjadi penurunan pada variabel promosi (X2) sebesar 1% maka pembiayaan akan menurun sebesar 0,251. Sehingga dapat diartikan bahwa terjadinya hubungan positif antara variabel promosi dengan preferensi masyarakat memilih pembiayaan maka baik pula pembiayaan yang didapat oleh masyarakat.

d. Koefisien pada variabel lokasi (X3) sebesar 0,590 berarti terjadi peningkatan pada variabel lokasi (X3) sebesar 1% maka pembiayaan meningkat sebesar 0,590 atau sebaliknya jika terjadi penurunan pada variabel lokasi (X3) sebesar 1% maka pembiayaan akan menurun sebesar 0,590. Maka dapat diartikan bahwa terjadinya hubungan positif antara variabel lokasi dengan preferensi masyarakat dalam memilih pembiayaan maka baik pula pembiayaan yang didapat oleh masyarakat.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan pada penelitian ini yaitu uji simuktan (uji F) uji parsial (Uji t) dan uji koefisien determinasi (R^2).

4.7.1 Uji Parsial (uji T)

Uji statistik t merupakan salah satu pengujian yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat. Dalam menentukan t tabel maka sebelumnya harus diketahui nilai df. df (N2) = n-k, dimana k merupakan jumlah variabel independen dan n adalahjumlah sampel yang digunakan. Maka, df = n-k = 86 – 4 = 82 sehingga didapatkan nilai t tabel 1.66365. Berikut dibawah pada tabel 4.19 dengan menggunakan bantuan SPSS 20.

Tabel 4.18
Hasil Uji Parsial (uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.238	.556		2.225	.029
	Pelayanan	.098	.041	.102	2.408	.018
	Promosi	.251	.045	.281	5.532	.000
	Lokasi	.590	.048	.641	12.296	.000

a. Dependent Variable: Y_Pembiayaan

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat diketahui pada variabel pelayanan (X1) diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.408 yang lebih besar dibandingkan nilai t-tabel yaitu 1,66365 dengan probabilitas signifikasi 0.018 > 0.05 sehingga terima $H_{1\text{-}1}$ tolak $H_{0\text{-}1}$. Hipotesis yang diterima yaitu $H_{1\text{-}1}$ menyatakan bahwa variabel pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan. Maka dari itu dapat diartikan bahwa masyarakat memilih pembiayaan berdasarkan faktor pelayanan yang diberikan

oleh PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar cabang Penanggalan sudah baik.

Nilai t-hitung variabel promosi (X2) sebesar 5.532 yang lebih besar dari t-tabel yaitu 1,66365 dengan probabilitas signifikansinya yaitu 0.000< 0.05, sehingga tolak H_{0-2} dan terima H_{1-2}. Pada variabel H_2 menyatakan bahwa variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan. Maka dari itu dapat diartikan bahwa masyarakat kecamatan Penanggalan memiliki keinginan memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar cabang Penanggalan atas promosi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Nilai t-hitung variabel lokasi (X3) sebesar 12.296 yang lebih besar dari t-tabel yaitu 1,66365 dengan probabilitas signifikansinya yaitu 0,000< 0,05, sehingga tolak H_{0-3} dan terima H_{1-3}. Pada variabel H_3 menyatakan bahwa variabel lokasi secara parsial memiliki pengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan. Maka dari itu dapat diartikan bahwa faktor lokasi mempengaruhi keinginan masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar cabang Penanggalan kota Subulussalam.

4.7.2 Uji Simultan (uji F)

Uji simultan merupakan bentuk pengujian yang digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap

variabel dependen. Penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 20 dengan signifikan 5% atau 0,05.

Pemilihan keputusan yang digunakan yaitu jika nilai F hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai F menurut tabel, maka secara simultan variabel-variabel independen berpengaruh. Kemudian dalam menentukan keputusan untuk uji F dapat dilihat dari signifikan. Wati dan Primyastanto (2018:196) mengungkapkan bahwa jika tingkat signifikan di bawah 5% maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap dependen. Dalam menetukan F tabel maka sebelumnya harus diketahui nilai df1 dan df2 = k-1 =3 dan df2 (N2) = n-k, k merupakan jumlah variabel independen dan n adalah jumlah sampel yang digunakan. Maka df1 (N1) = k-1 = 4-1 =3 sedangkan df2 (N2) = n-k = 86-4 =82 sehingga didapatkan nilai F tabel yaitu 2,716. Adapun penjelasan ada pada tabel 4.19 Anova dari hasil bantuan SPSS 20.

Tabel 4.19
Hasil Uji Simultan (uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	499.953	3	166.651	434.142	.000[b]
	Residual	31.477	82	.384		
	Total	531.430	85			

a. Dependent Variable: Y_Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Lokasi

Sumber: data diolah (2022)

Dari hasil uji F diatas diperoleh nilai F-hitung sebesar 434,142 yang lebih besar dibandingkan dengan nilai F-tabel yaitu 2,716 dan probabilitasnya signifikan 0,000 < 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan yaitu variabel pelayanan, promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan. Artinya, variabel pelayanan, promosi dan lokasi berjalan secara beiringan maka akan mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi mengukur sebesar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut hasil uji R *Square* (R^2):

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.970[a]	.941	.939	.61957

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Lokasi

Sumber: Data diolah (2022)

Dari tabel diatas dapat dilihat niali R^2 sebesar 0,941 interpretasinya adalah bahwa faktor-faktor yang diberikan oleh variabel pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan adalah 94,1% sedangkan sisanya 5,9% di pengaruhi oleh faktor lain.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Hasil Pengaruh Pelayanan terhadap pembiayaan

Hasil hipotesis pada penelitian variabel pelayanan dilihat dari uji t nilai t-tabel lebih besar dari pada t-hitung yaitu sebesar 2, 408 < 1,66365 sedangkan nilai probabilitas signifikansi lebih besar yaitu 0,018 dibandingkan dengan 0,05 maka hipotesis yang diterima yaitu H_{1-1} yaitu pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan. Maka, dapat disimpulkan bahwa diantara 86 responden sebagian besar masyarakat memilih pembiayaan dikarenakan pelayanan yang diberikan pihak permodalan sudah baik.

Selanjutnya pada penelitian ini variabel pelayanan memiliki empat indikator yang diantaranya bukti fisik, jaminan, ketanggapan dan empati kehandalan maka dari hasil uji validitas seluruh indikator teruji valid kemudian pada uji reliabilitas variabel pelayanan memiliki nilai *cronbach's alpa* sebesar 0,937 nilainya lebih besar dari dari kriteria *cronbach's alpa* 0,60 sehingga dikatakan reliable. Maka dari itu dapat dipastikan bahwa kuesioner yang disusun benar dalam keadaan baik dan dapat dipercaya.

Pelayanan merupakan faktor utama yang diberikan kepada masyarakat yang bertujuan untuk menarik masyarakat dalam memilih pembiayaan jika pelayanan yang berikan baik kepada masyarakat maka baik pula pandangan masyarakat terhadap pemberi modal. Pada penelitian ini pelayanan yang diberikan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kepada masyarakat sudah baik dan dijalankan sesuai dengan memberikan pembiayaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marliah Maulina (2021) dan Muhammad Rafi'i Sanjani (2021) menyebutkan bahwa semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan dalam melayani calon nasabah maka semakin tinggi pula preferensi pelaku UMKM untuk mengambil pembiayaan syariah pada bank syariah Indonesia (BSI) yang bersangkutan.

4.8.2 Hasil Pengaruh promosi terhadap Pembiayaan

Promosi memiliki lima indikator yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan dengan masyarakat dan pemasaran langsung. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dari keempat indikator pada promosi teruji valid. Pada uji reliabilitas variabel promosi memiliki nilai *cronbach's alpa* sebesar 0,912 nilainya lebih besar dari dari kriteria *cronbach's alpa* 0,60 sehingga dikatakan reliable. Maka dari itu dapat dipastikan bahwa kuesioner yang disusun benar dalam keadaan baik dan dapat dipercaya.

Promosi dapat berupa upaya dari sebuah perusahaan untuk memperkenalkan atau memberikan informasi mengenai permodalan. Menurut Tjiptono (2015) promosi merupakan bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Namun pada hasil penelitian dilihat dari uji t-hitung yaitu 2,691 yang hasil t-hitung lebih besar dibandingkan t-

جامعة الرانري
AR-RANIRY

tabel yaitu 1,66365. Selanjutnya, nilai pada signifikansinya yaitu 0,009< 0,05, sehingga tolak H_{0-2} dan terima H_{1-2}. Pada variabel H_{1-2} yaitu promosi memiliki pengaruh secara parsial terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan Rian Aditya Amri (2022) yang menyebutkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan karena penerapan promosi pada Bank NTB Syariah KCP Alas belum sepenuhnya memberikan dampak yang menimbulkan masyarakat memilih pembiayaan dari promosi yang diberikan Bank.

4.8.3 Hasil Pengaruh Lokasi Terhadap Pembiayaan

Lokasi pada hasil uji t didapatkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dibandingkan nilai t-tabel yaitu sekitar 7,394 > 1,66365 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 <0,05maka dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis H_{1-3} diterima yaitu lokasi secara parsial mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.

Lokasi dapat dikatakan bahwa tempat yang dilihat paling utama oleh masyarakat. Dimana dari strategi perusahaan itu sendiri yang mencari nasabah dan datang langsung kelapangan untuk mempermudah transaksi antar masyarakat. Pada variabel lokasi memilih empat indikator yaitu akses, mengamati tempat, lalu lintas dan menyediakan tempat yang baik serta nyaman. Dengan

menggunakan indikator tersebut uji validitas yang dilakukan dianggap valid dengan nilai r hitung semua lebih besar pada nilai t tabel. Uji reliabilitas seluruh inikator dianggap reliabel karena hasil *cronbach's alpa* 0,900 diatas 0,60.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rian Aditya Amri (2022) menyebutkan bahwa dari hasil pengujian kualitas data pada pernyataan kuesioner dikatakan valid dan melebihi nilai r-tabel sehingga hipotesis dapat dibuktikan bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah. Hal ini ditandai dengan lokasi Bank NTB Syariah KCP Alas sudah cukup srategis.

Berdasarkan penelitian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa lokasi dapat mempengaruhi tingkat keinginan masyarakat dalam memilih pembiayaan. faktor lokasi dapat ditempuh oleh masyarakat dengan jarak yang dekat dan mudah untuk diakses. Sehingga mengurangi resiko yang tidak diinginkan seperti terjadinya kecelakaan lalu lintas.

4.8.5 Hasil Pengaruh Pelayanan, promosi dan lokasi terhadap pembiayaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Dari hasil pengujian yang dilakukan diatas, dapat diketahui hasil perhitungan uji regresi linear berganda memperoleh persamaan regresi sebagai berikut: Y = 1,238 + 0,098X1 + 0,251X2 + 0,590X3 + e. Berdasarkan dari hasil persamaan regresi tersebut yang memiliki nilai konsisten variabel pembiayaan sebesar 1,238 dan koefisien regresi X_1 sebesar 0,098, X_2 sebesar 0,251 dan X_3 sebesar 0,590. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y dikatakan positif.

Nilai koefisien R atau korelasi yang di uji dalam regresi linier berganda yaitu sebesar 0,970 sedangkan nilai R2 atau koefisien determinasi sebesar 0,941 yang berarti pada variabel pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam sebanyak 94,1% terhadap variabel pembiayaan sehingga 5,9% di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Pembuktian dalam hasil penelitian ini dapat dilihat pada nilai F-hitung sebesar 434,142 yang lebih besar dari nilai F-tabel yaitu 2,716 dengan probabilitas signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa H_{1-4} diterima. Artinya, terdapat hubungan pengaruh pada variabel pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Penelitian ini sejalan dengan Ani Rakhmanita (2021) menyebutkan bahwa faktor pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan dan signifikan.Faktor pelayanan, promosi dan lokasi memberikan dampak yang baik bagi nasabah dalam memilih pembiayaan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada hasil penelitian yang telah dibahas mengenai faktor pelayanan, promosi dan lokasi yang mempengaruhi preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan kota Subulussalam, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Pelayanan dari hasil uji t-hitung sebesar 2.408 yang lebih besar dibandingkan nilai t-tabel sebesar 1,66365 dengan probabilitasnya signifikasi sebesar 0,018. Maka dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah.
b. Promosi dari hasil uji t hitung sebesar 2,691 yang hasil t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel yaitu 1,66365. Maka dapat dikatakan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasioanl Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan kota Subulussalam.
c. Lokasi dari hasil uji t hitung sebesar 7,394 yang hasil t hitunng lebih besar dibandingkan t-tabel yaitu 1,66365. Maka dapat dikatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi masyarakat memilih

جامعة الرانري
AR-RANIRY

pembiayaan di PT. Permodalan Nasioanl Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan.

d. Dari ketiga variabel yang didapat faktor pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan uji F-hitung sebesar 219,521 yang lebih besar dari nilai F-tabel yaitu 2,716 dengan probabilitas signifikan 0,000 < 0,05. Maka dapat dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasioanl Madani Mekaar Syariah cabang Penanggalan.
e. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa dari variabel pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi masyarakat memilih pembiayaan adalah 94,1% sedangkan sisanya 5,9% di pengaruhi oleh faktor lain seperti realigi, pengetahuan dan fasilitas .

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan yaitu sebagai berikut:

a. PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah Cabang Penanggalan kota Subulussalam dapat memberikan pelayanan yang baik dari segi keramahan karyawan. Pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat mencukupi untuk modal usaha bagi perempuan. Selain itu di zaman era globalisasi ini sosialisasi juga harus ditingkatkan dalam memperkenalkan produk yang diluncurkan dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat.
b. Bagi masyarakat kecamatan Penanggalan yang sebagai nasabah, diharapkan dapat mempergunakan modal usaha yang diberikan tersebut sesuai dengan keperluan permodalan usaha.
c. Bagi peneliti lainnya, berharap dijadikan sebagai acuan dan pedoman untuk penelitian selanjutnya. Namun, penulis menyarankan untuk melakukan uji lagi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar syariah Cabang Penanggalan kota Subulussalam dengan menambahkan variabel bebas yang lebih banyak. Contohnya seperti minat masyarakat memilih pembiayaan di unit PT. Permodalan Nasional Madani Ulaam syariah maupun permodalan non bank lainnya yang memberikan pembiayaan kepada masyarakat. Selain itu penelitian selanjutnya harus memperhatikan sebagai berikut:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

1) Sebaiknya memperbaiki terlebih dahulu pertanyaan kepada responden yang berkaitan dengan variabel dengan melihat indikator agar sesuai dengan kebutuhan penelitian serta memiliki tingkat validitas dan reabilitas lebih tinggi.
2) Menjadikan kelemahan-kelemahan sebagai perbandingan, sehingga pada penelitian selanjutnya yang dilakukan dengan variabel yang sama dapat menghasilkan kesimpulan yang baik.

d. Penelitian lain dapat menyarankan variabel lain yang dianggap berpengaruh terhadap pembiayaan seperti fasilitas, realigi, pengetahuan dan brand image.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR PUSTAKA

Abuddin Nata. (2014). *Sosiologi pendidikan islam*, Jakarta: Rajawali Pers.

Azhar Rosly, Saiful. (2005). *Critical Issues on Islamic Banking and Financial Markets.* Kuala Lumpur: Dinamas.

Barata, Atep Adya. (2003). *Dasar-dasar pelayanan Prima.* Jakarta : PT Gramedia Pustaka.

Dewi Pravitasari, Minar Ferichani, & Mei Tri Sundari.(2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan pabrik teknik kerjo PT. perkebunana nusantara IX Batujamus Karanganye. *Jurnal sosial pertanian dan Agribisnis.* Vol.13 hal. 119.

Duli, N, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripso & Analisis Data dengan SPSS,* Yogyakarta: Deepublish,

Eko Handoyono, Dkk. (2015). S*tudi masyarakat Indonesia.*Yogyakarta: Ombak IKAPI.

Eko Subdri & Ida Ernawati.(2018). *Lembaga Pembiayaan*, Yogyakarta.

Fauzan Adhim. (2013). Pengaruh pembiayaan konsumsi dan produktif terhadap pendapatan bank syariah mandiri kcp cikande. *Jurnal Ekonomi Islam-IJEI.* vol.9.

Khairul Amri dkk.(2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di kota Banda Aceh.*Jurnal samudra ekonomi dan bisnis.*9 (1).hal. 32

M.D. L. Annisaa, A. Suharto, & Nursaidah.(2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal equilibrium: penelitian pendidikan dan ekonomi*. vol. 19. hal.31

Muhammad Syafii Antonio. (2007). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik.* Jakarta : Gema Insani &Tazkia Cendekia.

Munawar Thoharudin, Yulia Suriyanti, &Fatkhan Amirul Huda. (2020). Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Kal-Bar Syariah Cabang Sintang. *Jurnal bisnis dan Perbankan.* Vol.6 hal. 102.

Priyanto, D. (2008). *Menghadiri belajar SPSS untuk Analisis Data dan Uji Statistik.* Yogyakarta: Mediakom.

Rahmad Gunawijaya. (2017). Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam. *Jurnal al-maslahak*.13 (1). h. 132.

Riyanto, S. & Hatmawan, A, A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

Siregar, S. (2010) *Statistika Deskriptif untuk penelitian: dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods),*

Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi. Bandung: Alfabeta.

Susi Susanti, Nety Hermawati & Selvia Nuriasari. (2019). Pengaruh margin dan lokasi terhadap keputusan melakukan pembiayaan murabahah studi pada BMT baskara Asri Sejari Cabang Sekampung. *Jurnal riset bisnis dan investasi.* Vol.5 hal. 5.

Suska.(2020). *Teori Pembiayaan Modal Kerja Murabahah dan Peningaktan Usaha Pedagang.*

Tri Setiady. (2014) pembiayaan murabahah dalam prespektif fiqh islam, hukum positif dan hukum syariah. *Jurnal Ilmu Hukum* .8. hal 3.

Yudi Carsana &david Kevin. (2020). Pengaruh promosi, presepsi harga dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki di PT. Arista Sukses Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal manajerial dan bisnis tanjung Pinang*.Vol.3 hal.4.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran I

KUESIONER
FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI MASYARKAT MEMILIH PEMBIAYAAN DI PT. PERMODALAN NASIONAL MADANI MEKAAR SYARIAH CABANG PENANGGALAN

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Terima kasih atas partisipasi saudara/I menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Kuesioner salah satu instrumen penelitian yang dilakukan oleh:

Nama	:	Selvia Dinanti br Solin
NIM	:	190603356
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi	:	Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Untuk memenuhi tugas penyelesaian Skripsi Program Sarjana. Saya sangat menghargai waktu saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dan menjamin kerahasiaan saudara/I. Jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat dan menambah ilmu pengetahuan. Demikian kuesioner ini diberikan, mohon kiranya saudara/I mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini.Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wa'allaikumsallam, Wr.Wb

Hormat saya,

Selvia Dinanti br solin

I. Identitas Responden

Berikut ini berhubungan dengan karakteristik responden.Saudara/I diminta untuk menentukan pilihan jawaban anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan memberikan *check list* (√) pad apilihan jawaban yang dianggap paling tepat.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Umur :
4. Status : Kawin
5. Pekerjaan :
   - ☐ Wiraswasta
   - ☐ Petani
   - ☐ Ibu Rumah Tangga
   - ☐ Lainnya
6. Pendidikan terakhir:
   - ☐ SD/Sederajat
   - ☐ Sarjana
   - ☐ SMP/Sederajat
   - ☐ Lainnya
   - ☐ SMA/Sederajat

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada bagian ini saudara/I diharapkan memberikan alternatif pilihan jawaban masing-masing pertanyaan.Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan berhubungan dengan faktor pelayanan, faktor promosi dan faktor lokasi yang mempengaruhi masyarakat memilih pembiayaan dan saudara/I diminta untuk menetukan alternatif pilihhan jawaban saudara/I sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan memberikan *check list* (√) pad apilihan jawaban yang dianggap paling tepat. Berikut keterangan opsi jawaban:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)
Skor 4 = Setuju (S)
Skor 3 = Kurang Setuju (KS)
Skor 2 = Tidak Setuju (TS)
Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Pembiayaan (Y)

No	Pertanyaan yang berhubungan dengan pembiayaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pembiayaan yang diterima mencukupi kebutuhan usaha nasabah					
2	Prosedur pembiayaan mudah dimengerti dan dipahami serta tidak menyulitkan					
3	PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan memiliki produk yang beragam					
4	Pokok atau cicilan tergolong ringan sehingga tidak memberatkan nasabah					
5	Jangka waktu pencairan dana pemabayaran tergolong cepat					

2. Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan yang berhubungan dengan pelayanan	SS	S	KS	TS	STS
1	Penampilan karyawan PT. Permodalan Nasional Madani (persero) Mekaar syariah cabang Penanggalan rapi dan menarik					
2	Pelayanan produk pembiayaan kepada nasabah baru dilayani kurang baik					
3	Kesiapan karyawan dalam memberikan layanan tidak tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah					
4	Nasabah menganggap karyawan tidak cepat tanggap dalam melayani nasabah dalam hal menambah jumlah pinjaman.					
5	Masyarakat menganggap Peraturan yang diberikan belum dapat dipahami dengan baik					

3. Promosi (X2)

No	Pertanyaan yang berhubungan dengan promosi	SS	S	KS	TS	STS
1	Jumlah pinjaman yang diberikan sesuai dengan iklan					
2	Pemasaran produk pembiayaan sesuai dengan perjanjian diawal					
3	Promosi Pembiayaan yang diberikan sesuai dengan keinginan masyarakat					
4	Hubungan karyawan antar masyarakat terjalin dengan baik					
5	Promosi yang diterapkan secara langsung dilakukan oleh PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariahcabang Penanggalan					

4. Lokasi (X3)

No	Pertanyaan berhubungan dengan lokasi	SS	S	KS	TS	STS
1	Kantor PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah cabang					

	Penanggalan strategis					
2	Desa yang dilalui oleh karyawan aman dan mudah untuk dijangkau					
3	Strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengumpulkan masyarakat dalam bentuk perkelompok merupakan cara yang efektif untuk berinteraksi antar masyarakat dan karyawan					
4	Rumah ketua kelompok aman dan nyaman pada waktu pertemuan pembayaran angsuran perminggu					
5	Rumah ketua kelompok dekat dengan masyarakat serta mempermudah untuk transaksi					

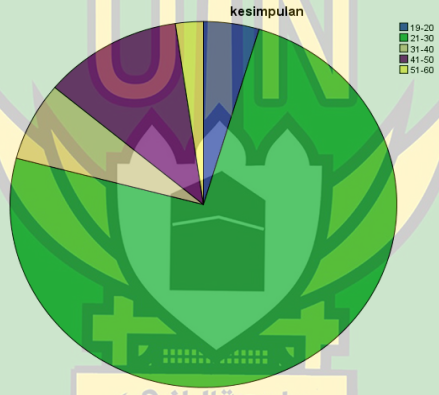
جامعة الرانري
AR-RANIRY

Karakteristik responden

Berdasarkan usia

kesimpulan

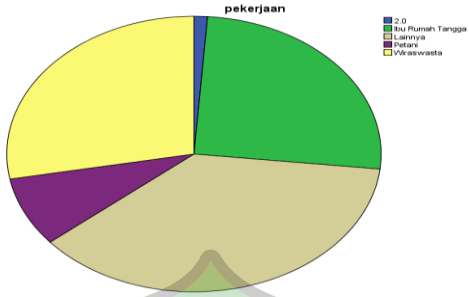
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-20	4	4.7	4.7	4.7
	21-30	64	74.4	74.4	79.1
	31-40	6	7.0	7.0	86.0
	41-50	10	11.6	11.6	97.7
	51-60	2	2.3	2.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	



جامعة الرانري
AR-RANIRY

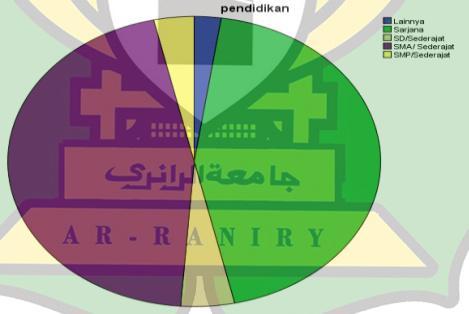
pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	1	1.2	1.2	1.2
	Ibu Rumah Tangga	22	25.6	25.6	26.7
	Lainnya	32	37.2	37.2	64.0
	Petani	7	8.1	8.1	72.1
	Wiraswasta	24	27.9	27.9	100.0
	Total	86	100.0	100.0	



pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	2	2.3	2.3	2.3
	Sarjana	38	44.2	44.2	46.5
	SD/Sederajat	4	4.7	4.7	51.2
	SMA/ Sederajat	39	45.3	45.3	96.5
	SMP/Sederajat	3	3.5	3.5	100.0
	Total	86	100.0	100.0	



Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembiayaan	86	10	15	25	20.06	2.763
Pelayanan	86	10	15	25	20.44	2.597
Promosi	86	10	15	25	20.06	2.796
Lokasi	86	10	15	25	19.97	2.720
Valid N (listwise)	86					

جامعة الرانري
AR-RANIRY

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	26.7	26.7	26.7
	4	47	54.7	54.7	81.4
	5	16	18.6	18.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	24.4	24.4	24.4
	4	44	51.2	51.2	75.6
	5	21	24.4	24.4	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	20.9	20.9	20.9
	4	46	53.5	53.5	74.4
	5	22	25.6	25.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	19.8	19.8	19.8
	4	48	55.8	55.8	75.6
	5	21	24.4	24.4	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	19.8	19.8	19.8
	4	48	55.8	55.8	75.6
	5	21	24.4	24.4	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Statistics

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5
N	Valid	86	86	86	86	86
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.03	4.08	3.92	3.98	3.92
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4
Std. Deviation		.622	.723	.815	.811	.755
Variance		.387	.523	.664	.658	.570
Range		2	3	3	3	3
Minimum		3	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	15.1	15.1	15.1
	4	53	61.6	61.6	76.7
	5	20	23.3	23.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

جامعة الرانري
AR-RANIRY

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	16.3	16.3	16.3
	4	43	50.0	50.0	66.3
	5	29	33.7	33.7	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	20.9	20.9	20.9
	4	46	53.5	53.5	74.4
	5	22	25.6	25.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.2	1.2	1.2
	3	16	18.6	18.6	19.8
	4	42	48.8	48.8	68.6
	5	27	31.4	31.4	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	19.8	19.8	19.8
	4	49	57.0	57.0	76.7
	5	20	23.3	23.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Statistics

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5
N	Valid	86	86	86	86	86
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.92	3.81	3.97	3.88	3.86
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4
Std. Deviation		.707	.744	.758	.773	.828
Variance		.499	.553	.575	.598	.686
Range		3	3	3	3	3
Minimum		2	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5

AR-RANIRY

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	22.1	22.1	22.1
	4	48	55.8	55.8	77.9
	5	19	22.1	22.1	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	26.7	26.7	26.7
	4	45	52.3	52.3	79.1
	5	18	20.9	20.9	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	19.8	19.8	19.8
	4	43	50.0	50.0	69.8
	5	26	30.2	30.2	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	20.9	20.9	20.9
	4	48	55.8	55.8	76.7
	5	20	23.3	23.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

جامعة الرانري
A R - R A N R Y

x2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	26.7	26.7	26.7
	4	41	47.7	47.7	74.4
	5	22	25.6	25.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Statistics

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5
N	Valid	86	86	86	86	86
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.92	3.94	3.88	3.80	3.86
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4
Std. Deviation		.723	.757	.832	.779	.738
Variance		.523	.573	.692	.608	.545
Range		3	3	3	3	3
Minimum		2	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5

x3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	20.9	20.9	20.9
	4	52	60.5	60.5	81.4
	5	16	18.6	18.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

جامعة الرانري
AR-RANIRY

x3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	22.1	22.1	22.1
	4	44	51.2	51.2	73.3
	5	23	26.7	26.7	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.2	1.2	1.2
	3	20	23.3	23.3	24.4
	4	42	48.8	48.8	73.3
	5	23	26.7	26.7	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	23.3	23.3	23.3
	4	49	57.0	57.0	80.2
	5	17	19.8	19.8	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

x3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	23.3	23.3	23.3
	4	49	57.0	57.0	80.2
	5	17	19.8	19.8	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Uji Validitas

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	Total
y1	Pearson Correlation	1	.622**	.647**	.507**	.559**	.526**	.488**	.520**	.398**	.564**	.654**	.698**	.615**	.528**	.527**	.771**	.557**	.661**	.578**	.657**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
y2	Pearson Correlation	.622**	1	.587**	.527**	.602**	.488**	.437**	.440**	.273**	.533**	.451**	.605**	.476**	.501**	.575**	.715**	.597**	.495**	.559**	.533**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
y3	Pearson Correlation	.647**	.587**	1	.640**	.562**	.492**	.407**	.372**	.317**	.466**	.591**	.552**	.552**	.486**	.568**	.682**	.633**	.438**	.604**	.525**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
y4	Pearson Correlation	.507**	.527**	.640**	1	.524**	.476**	.417**	.356**	.278**	.425**	.501**	.516**	.516**	.288**	.438**	.505**	.649**	.355**	.459**	.512**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.010	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
y5	Pearson Correlation	.559**	.602**	.562**	.524**	1	.505**	.494**	.459**	.341**	.532**	.475**	.465**	.591**	.499**	.559**	.589**	.523**	.497**	.459**	.539**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x1.1	Pearson Correlation	.526**	.488**	.492**	.476**	.505**	1	.491**	.464**	.421**	.513**	.541**	.479**	.549**	.423**	.447**	.577**	.480**	.485**	.383**	.412**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x1.2	Pearson Correlation	.488**	.437**	.407**	.417**	.494**	.491**	1	.506**	.451**	.453**	.664**	.465**	.350**	.298**	.497**	.415**	.372**	.501**	.324**	.376**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.005	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x1.3	Pearson Correlation	.520**	.440**	.372**	.356**	.459**	.464**	.506**	1	.387**	.649**	.437**	.453**	.381**	.409**	.450**	.546**	.437**	.461**	.317**	.473**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x1.4	Pearson Correlation	.398**	.273**	.317**	.278**	.341**	.421**	.451**	.387**	1	.526**	.430**	.358**	.478**	.354**	.508**	.511**	.241**	.578**	.347**	.590**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.003	.010	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.025	.000	.001	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x1.5	Pearson Correlation	.564**	.533**	.466**	.425**	.532**	.513**	.453**	.649**	.526**	1	.401**	.521**	.449**	.426**	.590**	.595**	.607**	.383**	.491**	.626**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x2.1	Pearson Correlation	.654**	.451**	.591**	.501**	.475**	.541**	.664**	.437**	.430**	.401**	1	.585**	.550**	.579**	.605**	.557**	.426**	.615**	.481**	.481**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x2.2	Pearson Correlation	.698**	.605**	.552**	.516**	.465**	.479**	.465**	.453**	.358**	.521**	.585**	1	.593**	.486**	.513**	.589**	.490**	.619**	.666**	.589**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x2.3	Pearson Correlation	.615**	.476**	.552**	.516**	.591**	.549**	.350**	.381**	.478**	.449**	.550**	.593**	1	.671**	.554**	.561**	.467**	.583**	.541**	.516**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x2.4	Pearson Correlation	.528**	.501**	.486**	.288**	.499**	.423**	.298**	.409**	.354**	.426**	.579**	.486**	.671**	1	.533**	.531**	.399**	.449**	.510**	.510**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.005	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x2.5	Pearson Correlation	.527**	.575**	.568**	.438**	.559**	.447**	.497**	.450**	.508**	.590**	.605**	.513**	.554**	.533**	1	.613**	.601**	.544**	.539**	.588**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x3.1	Pearson Correlation	.771**	.715**	.682**	.505**	.589**	.577**	.415**	.546**	.511**	.595**	.557**	.589**	.561**	.531**	.613**	1	.507**	.551**	.478**	.704**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x3.2	Pearson Correlation	.557**	.597**	.633**	.649**	.523**	.480**	.372**	.437**	.241**	.607**	.426**	.490**	.467**	.399**	.601**	.507**	1	.428**	.640**	.513**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.025	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x3.3	Pearson Correlation	.661**	.495**	.438**	.355**	.497**	.485**	.501**	.461**	.578**	.383**	.615**	.619**	.583**	.449**	.544**	.551**	.428**	1	.553**	.553**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x3.4	Pearson Correlation	.578**	.559**	.604**	.459**	.459**	.383**	.324**	.317**	.347**	.491**	.491**	.666**	.541**	.510**	.539**	.478**	.640**	.553**	1	.621**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.003	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
x3.5	Pearson Correlation	.657**	.533**	.525**	.512**	.539**	.412**	.376**	.473**	.590**	.626**	.481**	.589**	.516**	.510**	.588**	.704**	.513**	.553**	.621**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Total	Pearson Correlation	.826**	.753**	.760**	.675**	.751**	.691**	.645**	.651**	.619**	.735**	.755**	.770**	.753**	.676**	.773**	.819**	.723**	.740**	.722**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

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

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.06989629
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.134
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.246
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pembiayaan	60.47	55.828	.863	.910
Pelayanan	60.08	60.899	.776	.937
Promosi	60.47	55.522	.857	.912
Lokasi	60.56	55.497	.893	.900

Uji Multikoleneritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.238	1.209		1.023	.309		
	Pelayanan	.098	.089	.092	1.108	.271	.401	2.492
	Promosi	.251	.099	.254	2.545	.013	.280	3.570
	Lokasi	.590	.104	.581	5.656	.000	.265	3.767

a. Dependent Variable: Pembiayaan

Uji Heterokedasitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.249	.857		2.624	.010
	Pelayanan	.068	.063	.182	1.083	.282
	Promosi	-.055	.070	-.158	-.782	.436
	Lokasi	-.083	.074	-.232	-1.120	.266

a. Dependent Variable: ABS

Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.238	.556		2.225	.029
	Pelayanan	.098	.041	.102	2.408	.018
	Promosi	.251	.045	.281	5.532	.000
	Lokasi	.590	.048	.641	12.296	.000

a. Dependent Variable: Y_Pembiayaan

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.238	.556		2.225	.029
	Pelayanan	.098	.041	.102	2.408	.018
	Promosi	.251	.045	.281	5.532	.000
	Lokasi	.590	.048	.641	12.296	.000

a. Dependent Variable: Y_Pembiayaan

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	499.953	3	166.651	434.142	.000[b]
	Residual	31.477	82	.384		
	Total	531.430	85			

a. Dependent Variable: Y_Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Lokasi

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.970[a]	.941	.939	.61957

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Lokasi

No.	Pembiayaan					
1.	3	3	3	3	3	15
2	3	4	3	4	5	19
3	3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	3	4	4	3	4	18
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	4	4	5	5	4	22
10	5	5	4	4	4	22
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	3	4	19
13	5	5	5	4	4	23
14	4	3	4	4	5	20
15	3	3	5	5	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	5	4	5	5	5	24
18	4	4	4	5	4	21
19	4	3	4	4	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	4	5	4	5	5	23
22	4	3	4	3	5	19
23	4	4	4	3	4	19
23	4	4	5	4	4	21
25	4	5	4	5	4	22
26	4	4	4	4	4	20
27	3	3	5	5	4	20

AR-RANIRY

28	5	5	5	5	5	25
29	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25
32	4	5	5	4	3	21
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	3	4	3	3	4	17
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	5	4	21
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	3	3	3	15
40	4	4	3	4	4	19
41	3	4	4	4	4	19
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	4	5	24
44	3	5	4	4	5	21
45	4	4	4	4	4	20
46	5	5	5	4	5	24
47	4	4	4	3	4	19
48	3	5	4	5	5	22
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	5	21
55	4	4	4	4	4	20
56	5	4	4	4	4	21
57	4	4	4	4	4	20
58	4	3	3	4	3	17
59	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	4	20
62	4	3	3	4	4	18
63	5	5	5	5	5	25

جامعة الرانري
AR-RANIRY

64	4	3	3	3	3	16
65	4	4	4	4	4	20
66	4	5	4	5	4	22
67	4	4	5	4	4	21
68	3	4	4	4	3	18
69	4	3	4	4	3	18
70	4	4	3	4	4	19
71	3	3	3	3	4	16
72	3	3	3	3	3	15
73	4	5	4	4	4	21
74	3	4	4	3	4	18
75	3	4	3	3	3	16
76	3	3	3	3	3	15
77	3	3	4	4	3	17
78	4	4	4	5	5	22
79	3	3	3	3	3	15
80	4	3	4	4	3	18
81	3	3	3	4	4	17
82	3	3	4	4	3	17
83	5	5	5	4	5	24
84	5	5	5	5	4	24
85	4	4	5	4	5	22
86	4	4	5	5	4	22

جامعة الرانري
AR-RANIRY

No.	Pelayanan					
1	3	3	3	3	3	15
2	4	5	4	5	4	22
3	3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	4	4	20
6	3	4	3	5	3	18
7	3	4	4	4	4	19
8	3	3	3	3	3	15
9	4	5	4	5	4	22
10	4	5	4	4	4	21
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	5	4	4	21
13	4	5	4	3	3	19
14	5	5	5	4	4	23
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	5	5	4	22
17	4	4	4	5	5	22
18	4	5	4	4	4	21
19	4	3	4	4	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	3	4	19
22	4	5	3	5	4	21
23	5	4	4	4	4	21
23	4	4	4	3	4	19
25	4	5	5	4	5	23
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	3	4	3	18
28	4	4	4	5	4	21
29	4	4	3	4	3	18
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25
32	4	4	5	4	5	22
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	4	4	20

36	4	4	4	4	4	20
37	4	5	4	4	4	21
38	4	4	3	5	3	19
39	4	4	5	4	4	21
40	4	3	4	4	4	19
41	4	3	4	3	4	18
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	5	5	5	24
44	4	5	4	4	5	22
45	5	5	4	4	4	22
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	3	5	4	20
48	5	5	4	4	4	22
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	5	4	21
55	5	4	4	5	5	23
56	3	4	4	4	4	19
57	4	4	5	4	4	21
58	4	5	3	5	4	21
59	5	5	4	4	4	22
60	5	5	5	5	5	25
61	5	4	4	4	4	21
62	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	5	5	25
64	4	4	4	3	4	19
65	4	4	4	4	4	20
66	5	5	4	4	4	22
67	4	5	5	4	4	22
68	4	3	3	4	3	17
69	4	4	4	3	3	18
70	4	5	5	4	4	22
71	3	3	4	4	3	17

72	3	4	3	3	3	16
73	4	4	4	4	5	21
74	3	3	3	2	4	15
75	3	3	3	3	3	15
76	4	3	3	3	3	16
77	3	5	4	3	3	18
78	4	4	5	5	5	23
79	4	4	5	5	4	22
80	3	4	4	3	5	19
81	3	3	4	4	3	17
82	4	3	3	5	5	20
83	4	5	5	5	5	24
84	5	4	4	3	4	20
85	4	5	4	5	4	22
86	5	3	3	3	3	17

No.	Promosi					
1	3	3	3	3	3	15
2	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	3	3	3	3	3	15
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	5	5	4	4	5	23
10	4	5	4	4	4	21
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	5	4	21
13	5	5	4	4	4	22
14	4	4	5	4	3	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	5	4	4	21
18	4	4	4	4	5	21

19	4	3	3	3	3	16
20	4	3	5	4	5	21
21	3	4	4	4	4	19
22	5	3	5	5	5	23
23	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	3	4	19
25	4	4	5	4	4	21
26	4	4	4	4	4	20
27	4	3	4	3	3	17
28	5	5	5	5	5	25
29	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25
32	4	4	4	5	5	22
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	3	4	3	3	3	16
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	3	3	18
38	4	4	5	5	4	22
39	4	4	4	4	4	20
40	3	4	5	5	3	20
41	3	3	4	4	4	18
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	5	5	4	23
44	4	4	4	4	5	21
45	5	4	4	4	4	21
46	5	5	5	5	5	25
47	3	4	4	4	3	18
48	4	3	3	4	4	18
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	4	4	4	20
51	4	5	4	4	4	21
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	5	5	5	23

55	4	4	5	4	4	21
56	5	5	4	4	4	22
57	4	4	4	4	4	20
58	5	4	4	3	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	4	20
62	4	3	3	4	3	17
63	5	5	5	5	5	25
64	4	3	3	4	3	17
65	4	4	4	4	4	20
66	5	5	5	4	4	23
67	5	4	4	4	5	22
68	4	3	5	5	3	20
69	3	3	4	3	3	16
70	4	3	4	3	5	19
71	3	3	3	4	4	17
72	3	3	3	3	3	15
73	4	5	4	4	5	22
74	3	3	3	4	3	16
75	3	3	3	3	3	15
76	4	4	5	5	4	22
77	5	3	3	5	3	19
78	4	4	5	4	4	21
79	3	3	3	3	3	15
80	3	5	4	4	3	19
81	3	4	4	3	3	17
82	3	3	3	3	5	17
83	4	4	5	5	5	23
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	5	4	5	22
86	4	5	5	4	4	22

جامعة الرانري
AR-RANIRY

No.	Lokasi					
1	3	3	3	3	3	15
2	3	4	5	5	5	22
3	3	4	3	4	4	18
4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	5	22
6	4	3	4	4	3	18
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	4	5	5	4	4	22
10	4	4	5	4	4	21
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20
13	5	3	5	5	5	23
14	4	4	4	3	4	19
15	4	4	4	4	4	20
16	5	4	4	4	4	21
17	4	5	5	5	5	24
18	4	5	4	4	4	21
19	4	3	3	3	4	17
20	4	5	5	4	3	21
21	5	4	2	3	4	18
22	4	3	4	4	4	19
23	4	4	4	4	4	20
23	4	5	3	4	3	19
25	4	5	4	4	4	21
26	4	4	4	4	4	20
27	3	4	3	4	3	17
28	5	5	5	5	5	25
29	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	4	5	5	24
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25

35	4	3	4	3	3	17
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	4	3	5	3	4	19
39	3	3	4	3	3	16
40	4	3	4	4	4	19
41	4	4	3	3	3	17
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	5	4	4	22
44	4	4	3	4	4	19
45	4	4	5	4	3	20
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	4	20
No.	Lokasi					
48	3	5	3	4	3	18
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	4	3	4	3	4	18
59	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	3	3	4	18
63	5	5	5	5	5	25
64	3	4	4	4	3	18
65	4	5	5	4	4	22
66	4	4	5	4	4	21
67	4	4	4	4	4	20
68	4	3	3	3	4	17
69	3	3	3	3	3	15

70	4	4	5	3	4	20
71	3	3	4	3	4	17
72	3	4	3	3	3	16
73	4	4	4	4	4	20
74	3	4	3	3	3	16
75	3	3	3	4	3	16
76	3	4	3	5	3	18
77	3	3	3	3	3	15
78	4	5	4	4	5	22
79	4	3	4	3	4	18
80	3	4	3	5	4	19
81	3	3	4	4	3	17
82	4	4	3	4	5	20
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	4	4	4	22
85	4	4	4	4	4	20
86	4	5	5	5	4	23

جامعة الرانري
AR-RANIRY