

## PENGARUH LOKASI, ATRIBUT PRODUK ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN DI KSPPS BERKAH ABADI GEMILANG JEPARA

Mahmudatus Sa'diyah<sup>1\*</sup>, Vivi Rahmawati Wafiroh<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

### INFO ARTIKEL

#### Artikel History:

Diterima : 11 Oktober 2025

Revisi : 02 Desember 2025

Disetujui : 27 Desember 2025

Publish : 31 Januari 2026

#### Keyword:

location, Islamic product attributes, Islamic service quality and financing decisions

#### \* Corresponding author

e-mail: [mahdah@unisnu.ac.id](mailto:mahdah@unisnu.ac.id)

Page: 25 - 38

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of independent variables of location, Islamic product attributes, and Islamic service quality on Financing Decisions at KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. This study uses a quantitative research method. The population of this study was 4,512 members of KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. And the sample size was 96. The sampling technique in this study used purposive sampling. Data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis tool used in hypothesis testing was multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially location, Islamic product attributes, and Islamic service quality have a significant positive effect on Financing Decisions at KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara, while simultaneously it is concluded that the variables of location, Islamic product attributes, and Islamic service quality jointly influence Financing Decisions at KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara*

ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen lokasi, atribut produk islam dan kualitas pelayanan islam terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah anggota KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sebanyak 4.512. Dan sampel berjumlah 96. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Alat analisis data yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial lokasi, atribut produk islam dan kualitas pelayanan Islam berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara, sedangkan secara simultan disimpulkan bahwa variabel lokasi, atribut produk islam dan kualitas pelayanan Islam secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara

**Kata kunci:** lokasi, atribut produk islam, kualitas pelayanan islam dan keputusan pengambilan pembiayaan

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang semakin maju ini, tantangan dalam dunia bisnis semakin tidak menentu dan sulit untuk diprediksi. Tantangan yang kompleks harus dihadapi suatu organisasi untuk mengembangkan usahanya, terutama pada lembaga-lembaga keuangan yang memiliki peran penting bagi kehidupan masyarakat dalam mengembangkan perekonomian. Salah satu lembaga keuangan syariah yang dapat membantu perekonomian masyarakat terutama golongan menengah kebawah yaitu koperasi syariah.

Koperasi syariah ini berhimpun dengan tujuan mengentaskan kemiskinan. Pelaku usaha mikro yang menjadi anggota koperasi umumnya adalah mereka yang tergolong ekonomi lemah, sehingga hanya mampu menjalankan usaha berskala mikro. Untuk itu peran koperasi sangat diperlukan dalam peningkatan kualitas usaha anggotanya yang berstatus mikro (Lindiawatie & Shahreza, 2018). Hal ini membuktikan bahwa melalui peranan pembiayaan yang diberikan oleh koperasi syariah telah disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku. Penentuan angsuran juga disesuaikan dengan ketentuan lembaga koperasi dan kesepakatan anggota dengan pihak koperasi. Oleh karena itu, antara pengelola keuangan koperasi syariah dan anggotanya akan memiliki tingkat kepercayaan satu sama lain agar proses pembiayaan dapat terlaksana sesuai dengan yang diharapkan.

Di Kabupaten Jepara tahun 2023 tercatat sejumlah 685 koperasi namun tinggal 316 yang masih aktif. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Berkah Abadi Gemilang yang berkantor pusat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara adalah salah satu dari 316 Koperasi di Kabupaten Jepara yang masih aktif ([nik.depkop.go.id](http://nik.depkop.go.id)). KSPPS ini beroperasi menggunakan prinsip syari'ah baik produk simpanan maupun pembiayaannya. Adapun usaha pokok Berkah Abadi Gemilang yaitu pengelolaan Baitul Tamwil yakni mengelola dana simpanan dan investasi anggota juga menyalurkan pembiayaan berdasarkan pola dan prinsip syariah islam. Simpanan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang menggunakan akad Wadi'ah Yad Dhamanah dan pembiayaan menggunakan akad Murabahah, Ba'i Bitsaman Ajil, dan Mudharabah.

KSPPS Berkah Abadi Gemilang merupakan salah satu koperasi yang menunjukkan trend perkembangan yang cukup baik, berikut adalah jumlah pembiayaan KSPPS Berkah Abadi Gemilang Selama 4 tahun terakhir:

Tahun	Jumlah Pembiayaan
2020	1.641.331.820
2021	2.293.598.363
2023	2.872.705.474
2024	3.120.282.499

Sumber: KSPPS Berkah Abadi Gemilang

**Tabel 1. Jumlah Pembiayaan KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara  
Tahun 2020-2024**

Berdasarkan tabel 1 jumlah pembiayaan KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara mengalami kenaikan, pada Tahun 2020 jumlah pembiayaan sebesar 1,6 miliar, kemudian pada Tahun 2021 meningkat menjadi 2,2 miliar, selanjutnya 2,8 miliar di Tahun 2023 dan yang terakhir di Tahun 2024 menjadi 3,1 miliar. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa KSPPS Berkah Abadi Gemilang mampu untuk berkembang dan menjadi KSPPS yang cukup terkenal di Jepara.

Dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya, koperasi syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh. Setiap konsumen (anggota koperasi) memiliki pandangan yang berbeda-beda, sehingga mempengaruhi perilakunya dalam mengambil keputusan. Pengambilan keputusan menjadi konsumen (anggota koperasi) adalah proses pengintegrasian yang memadukan pengetahuan dan mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dalam memilih salah satu diantaranya.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang paling dipertimbangkan masyarakat atau calon anggota untuk menggunakan produk jasa koperasi. Lokasi sangat mempengaruhi proses transaksi simpan pinjam, dimana proses penyampaian jasa atau produk kepada konsumen akan terjadi di suatu tempat yang strategis (Tarikotillah, 2017). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nopitasari (2017), menunjukkan adanya pengaruh positif variabel lokasi terhadap keputusan nasabah mengajukan pembiayaan. Sejalan dengan hasil penelitian Azmi & Riyaldi, (2019) yang membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM mengajukan pembiayaan pada bank syaria'h. Hal ini dimungkinkan dengan semakin bagus dan strategisnya lokasi penyedia jasa pembiayaan, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat terkhusus pengusaha UMKM menggunakan produk pembiayaan di koperasi syariah.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan minat anggota adalah atribut produk islam yang ditawarkan oleh sebuah lembaga keuangan. Produk dapat dirumuskan sebagai sekumpulan atribut berwujud ataupun tidak, yang meliputi warna, harga, kemasan, serta pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan anggota. Anggota tentunya memiliki harapan akan memperoleh produk berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan.

Penelitian Livandi & Hartati (2024) menunjukkan bahwa variabel atribut produk islami berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya semakin tinggi nilai atribut produk islami maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pasya & Widyaningsih (2024) bahwa atribut produk Islami berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT Bank Syariah

Indonesia, yang berarti bahwa jika atribut produk Islami meningkat atau menurun, maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Kualitas pelayanan dalam islam diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang tentunya berdasarkan dengan kaidah-kaidah islam, kualitas pelayanan dalam islam memberikan pelayanan yang pada dasarnya setiap aktifitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika (Rizki, 2021). Dalam hasil penelitian Katika dan Komang (2023), kualitas layanan memiliki hubungan positif terhadap peningkatan jumlah anggota koperasi. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan kepada para anggotanya sangat memuaskan. Hal ini menjadi relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rinaldi (2017) dan Rizki (2021), yang memberikan hasil bahwa kualitas layanan islam pada lembaga syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah. Namun berbeda dengan hasil penelitian Rahmawati & Widodo (2023), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kredit berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada keputusan pengambilan kredit.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait keputusan UMKM dalam pengambilan pembiayaan serta beberapa faktor yang mempengaruhinya, memberikan hasil yang sejalan maupun bertentangan maka dalam penelitian ini akan menganalisa kembali mengenai hal tersebut. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Lokasi, Atribut Produk Islam dan Kualitas Pelayanan Islam terhadap Keputusan UMKM Melakukan Pengambilan Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara”.

## **KAJIAN TEORI**

Menurut Sutisna (2001) keputusan konsumen untuk membeli suatu produk diawali oleh adanya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Sementara, definisi keputusan pembelian menurut Drummond dan Ensor (2005), adalah mengidentifikasi semua pilihan dan menilai pilihan tersebut secara sistematis dan obyektif berdasarkan keuntungan dan kerugiannya masing-masing. Dalam hal ini, keputusan pengambilan pembiayaan mengacu pada proses pemilihan beberapa alternatif pembiayaan (Suardika, 2019).

Definisi lokasi menurut Kotler & Armstrong (2014), adalah tempat dimana aktivitas usaha dilakukan yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Dalam bisnis lokasi merupakan

pemilihan suatu tempat yang menentukan suatu usaha produksi atau penyedia jasa berdasarkan pertimbangan tertentu dan sering kali menentukan kesuksesan suatu usaha, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu usaha (Nasution, 2004). Tjiptono (2014), menjelaskan bahwa indikator lokasi adalah akses, visibilitas, lingkungan dan kompetitor.

Atribut produk islam adalah atribut produk khas yang ada pada bank syariah, berupa fitur produk yang sesuai dengan sistem keuangan Syariah (Prastiwi, 2018). Sedangkan menurut Tjiptono (2008) menjelaskan atribut produk Islam adalah beberapa hal yang melekat pada suatu produk perbankan syariah. Indikatornya meliputi: menghindari unsur riba, hasil investasi dibagi menurut bagi hasil, menghindari unsur ketidak pastian (gharar), menghindari unsur gambling/judi (maisir) dan melakukan investasi yang halal.

Istilah pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai perihal atau cara melayani atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Pelayanan dalam penelitian ini dimaknai sebagai cara yang disampaikan oleh lembaga ataupun organisasi calon pelanggan. Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan (Kasmir, 2005).

Kualitas pelayanan dalam islam diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang tentunya berdasarkan dengan kaidah-kaidah islam, kualitas pelayanan dalam islam memberikan pelayanan yang pada dasarnya setiap aktifitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika (Rizki, 2021). Othman & Owen (2001), juga mengemukakan pentingnya bank Islam untuk mengadopsi kualitas jasa. Dari hasil penelitiannya ia mengusulkan penggunaan model baru dalam mengukur kualitas jasa bank Syariah yang disebut CARTER.

## **METODE**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data melibatkan penerapan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang

telah dirumuskan. Populasi dari penelitian ini adalah anggota pembiayaan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Berkah Abadi Gemilang Jepara yang berjumlah 4.512 UMKM pada tahun 2024. Untuk sampel menggunakan rumus slovin dengan toleransi kesalahan 10% ditemukan sampel berjumlah 96 responden. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian kriteria yang ditentukan yakni UMKM yang mengambil pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang selama 1-5 tahun. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, kemudian di analisis menggunakan statistik deskriptif untuk menyimpulkan hipotesis yang ditetapkan. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara penyebaran kuesioner melalui *google form* yang telah diisi responden yang mengambil pembiayaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya pernyataan dalam kuesioner yang telah dibuat. Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 96 responden. Untuk melihat rtabel dapat dilakukan dengan cara  $df = 96 - 2 = 94$  sehingga dapat diperoleh nilai rtabel 0,1689 dengan tingkat signifikansinya 5%. seluruh butir pertanyaan kuesioner pada kuesioner ini dinyatakan valid, dapat dilihat dari perbandingan nilai rtabel dengan nilai *Correlated item- Total correlation*. Nilai rtabel yang digunakan yaitu 0,1689, sedangkan nilai *Correlated item-Total correlation* dari masing-masing butir pertanyaan kuesioner yaitu lebih besar dari 0,1689. Sehingga dari masing-masing butir pertanyaan kuesioner tersebut dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah pengujian yang dilakukan untuk menguji keandalan dari suatu butir pertanyaan kuesioner sebuah penelitian. Dalam penelitian dilakukan dengan cara membandingkan bilai *Reliability Corfficient* (Alpha) dengan nilai Cronbach Alpha dari perhitungan menggunakan SPSS. setiap variabel pada penelitian ini mempunyai hasil Cronbach's Alpha yang  $> 0,6$  artinya pada item-item pertanyaan dari semua variabel dinyatakan reliable serta dapat dipakai pada sebuah penelitian. Nilai Cronbach Alpha lokasi 0.674, atribut produk islam 0.773, kualitas pelayanan islam 0.802, keputusan pengambilan pembiayaan 0.808.



## **Analisis Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas data merupakan sebuah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui variabel apakah residual secara terstandarisasi yang diteliti secara distribusi normal atau tidak. Jika nilai pengujian melebihi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal. Sebaliknya, jika nilai pengujian kurang dari 0,05 maka data dianggap tidak normal (Ghozali, 2021). Nilai kolmogorov-smirnov test sebesar 0,085 dengan nilai signifikannya sebesar 0,081. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang digunakan berdistribusi normal, karena nilai signifikannya  $> 0,05$ .

### **2. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolinieritas merupakan sebuah pengujian apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai  $> 0,10$  dan sebaliknya  $VIF < 10$  maka dinyatakan tidak terdapat gangguan multikolinieritas pada model regresi (Ghozali, 2021). Jika nilai tolerance dari masing-masing variabel  $> 0,10$ . Sedangkan nilai VIF dari masing-masing variabel  $< 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas dari model regresi tersebut. Lokasi nilai VIF 1.882, Atribut produk islam nilai VIF 3.217, keputusan pengambilan pembiayaan nilai VIF 4.244.

### **3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamat residual lainnya (Ghozali, 2021). Pengujian ini menggunakan uji glejser. Dalam uji glejser, apabila nilai antara variabel independen dengan absolut residual  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji glejser, dapat diketahui bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian dapat dibuktikan dengan hasil pengujian dengan nilai signifikansi dari masing-masing variabel  $> 0,05$ . Literasi Keuangan Syariah  $0.134 > 0,05$ , Kemanfaatan  $0.246 > 0,05$ , Risiko  $0.079 > 0,05$ .

## **Uji Hipotesis**

### **1. Uji T (Parsial)**

Tabel 1.1

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1.(Constant)	.435	1.501		.290	.773
Lokasi	.302	.117	.212	2.581	.011
Atribut Produk Islam	.558	.181	.332	3.085	.003
Kualitas Pelayanan Islam	.343	.116	.364	2.948	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat uji hipotesis dapat dilakukan sebagai berikut :

**a. Pengaruh Lokasi (X1) terhadap Keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 2,581 yang memiliki arah positif dengan nilai probabilitas sebesar 0,011. Diketahui nilai probabilitas  $< 0,05$  ( $0,011 < 0,05$ ) dan mempunyai thitung lebih besar dari ttabel sebesar  $2,581 > 1,66177$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**b. Pengaruh atribut produk islam (X2) terhadap Keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 3,085 yang memiliki arah positif dengan nilai probabilitas sebesar 0,003. Diketahui nilai probabilitas  $< 0,05$  ( $0,003 < 0,05$ ) dan mempunyai thitung lebih besar dari ttabel sebesar  $3,085 > 1,66177$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

**c. Pengaruh kualitas pelayanan islam (X3) terhadap Keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 2,948 yang memiliki arah positif dengan nilai probabilitas sebesar 0,005. Diketahui nilai probabilitas  $< 0,05$  ( $0,004 < 0,05$ ) dan mempunyai thitung lebih besar dari ttabel sebesar  $2,948 > 1,66177$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 2. Uji Koefisien Determinasi



Uji koefisien determinasi merupakan uji untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,670 atau 67,0% yang artinya bahwa variabel dependen Keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara (Y) dipengaruhi oleh variabel independen lokasi (X1), atribut produk islam (X2), kualitas pelayanan islam (X3). Sedangkan sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Tabel 1.2  
 Uji koefisien determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,818 <sup>a</sup>	,670	,659	1,734

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Islam, Lokasi, Atribut Produk Islam

b. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan

### 3. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan sebuah pengujian yang digunakan untuk mengukur ketepatan model yang digunakan. Model yang signifikan memiliki nilai signifikanssi < nilai probabilitas dan memiliki nilai Fhitung > Ftabel. Untuk mencari Ftabel menggunakan rumus nilai  $df1 = k-1$  dan  $df2 = n-k$ , dimana n adalah jumlah sampel sedangkan k adalah jumlah variabel bebas maupun variabel terikat. Jadi, pada uji F penelitian ini diketahui  $df1 = k-1 = 5-1 = 4$  dan  $df2 = 96-5 = 91$ , dengan demikian nilai Ftabel sebesar 2,47. dalam penelitian ini mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai Fhitung sebesar 62,180. Secara simultan variabel lokasi, atribut produk islam dan kualitas pelayanan islam terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara dengan perolehan Fhitung > Ftabel ( $62,180 > 2,47$ ) beserta nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ .

Tabel 1.3  
 Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	561.103	3	187.034	62.180	.000 <sup>b</sup>
Residual	276.730	92	3.008		
Total	837.833	95			

- a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan
- b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Islam, Lokasi, Atribut Produk Islam

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang berarti lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Dari hasil uji t tersebut lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Hasil uji regresi parsial menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki t hitung sebesar 2,581 dan nilai signifikansi 0,011. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,581 > 1,66123$ ) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,011 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik lokasi maka keputusan pengambilan pembiayaan akan meningkat begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian penelitian yang dilakukan oleh Nopitasari (2017), menunjukkan adanya pengaruh positif variabel lokasi terhadap keputusan nasabah mengajukan pembiayaan. Hasil penelitian Azmi & Riyaldi (2019), telah membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM mengajukan pembiayaan pada bank syariah. Hal ini dimungkinkan dengan semakin bagus dan strategisnya lokasi penyedia jasa pembiayaan, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat terkhusus pengusaha UMKM menggunakan produk pembiayaan di koperasi syariah.

### **2. Pengaruh Atribut Produk Islam Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara atribut produk islam terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Hasil uji regresi parsial menunjukkan bahwa variabel Atribut Produk Islam memiliki t hitung sebesar 3,085 dan nilai signifikansi 0,003. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,085 > 1,66123$ ) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa Atribut Produk Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.

Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik dan sesuai produk koperasi dengan prinsip-prinsip Islam, maka semakin besar pula keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS. Atribut produk syariah seperti kejelasan akad, keterbukaan pengelolaan dana, bebas riba, transparansi, serta kesesuaian dengan fatwa syariah menjadi faktor penting yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi anggota dalam bertransaksi. Semakin lengkap dan konsisten atribut-atribut ini dijalankan, maka tingkat kepercayaan anggota terhadap koperasi akan semakin tinggi.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Livandi & Hartati, (2024) menunjukkan bahwa variable atribut produk islami berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Anggota cenderung lebih tertarik untuk memutuskan pengambilan pembiayaan ketika mereka merasa yakin bahwa seluruh aktivitas keuangan yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama dan bebas dari unsur yang dilarang dalam Islam. Oleh karena itu, koperasi perlu terus meningkatkan pemahaman anggota terkait keunggulan produk syariah yang dimiliki, serta menjaga integritas dalam penerapan prinsip syariah secara konsisten untuk meningkatkan keputusan pengambilan pembiayaan.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang berarti kualitas pelayanan islam berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Dari hasil uji t tersebut kualitas pelayanan islam berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikan ( $\text{Sig.} = 0,004$ ), semakin baik kualitas pelayanan islam maka keputusan pengambilan pembiayaan akan meningkat begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian penelitian yang dilakukan oleh Katika & Komang (2023), kualitas layanan memiliki hubungan positif terhadap peningkatan jumlah anggota koperasi. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan kepada para anggotanya sangat memuaskan. Hasil penelitian Rizki (2021), membuktikan bahwa kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah. Selain itu penelitian oleh Rinaldi (2017), juga menyatakan adanya pengaruh positif kualitas pelayanan islam terhadap loyalitas

anggota pada BMT

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian adalah:

1. Pengaruh Lokasi (X1) terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara dengan adanya dampak yang signifikan antara lokasi terhadap terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara, dapat pada probabilitas tingkat signifikansinya  $< 0,05$  yaitu  $(0,011 < 0,05)$ .
2. Pengaruh Atribut Produk Islam (X2) terhadap terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara dengan adanya dampak yang signifikan antara atribut produk islam terhadap terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara, dapat pada probabilitas tingkat signifikansinya  $< 0,05$  yaitu  $(0,003 < 0,05)$ .
3. Pengaruh kualitas pelayanan islam (X3) terhadap terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara dengan adanya dampak yang signifikan antara kualitas pelayanan islam terhadap terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara, dapat pada probabilitas tingkat signifikansinya  $< 0,05$  yaitu  $(0,004 < 0,05)$ .

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Arif, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah akan Perbankan Syariah terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1980.
- Azmi, N., & Riyaldi, M. H. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1), 71–90.
- Cahyadi, M. A., & Diatmika, I. P. G. (2021). Pengaruh Layanan, Prosedur Kredit dan Promosi terhadap Keputusan Umkm Melakukan Pinjaman Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 1, 895–905.
- Coulter, R. A., Price, L. L., Feick, L., & Micu, C. (2005). The evolution of consumer knowledge and sources of information: Hungary in transition. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(4), 604–619.

- Faizah, N., & Sa'diyah, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah. UMMagelang Conference Series, 253–266.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godwin, J. (2015). *Development of service quality to enhance customers satisfaction*.
- Jogiyanto, H. . (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A., Hapsari, Y., & Ichi. (2020). Pengaruh Pengetahuan (Knowledge), Keyakinan (Confidence), Keterampilan (Skill) dan Religiusitas Intrinsik tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas*, 2(1), 95–128.
- Lindiawatie, L., & Shahreza, D. (2018). Peran Koperasi Syariah BMT BUMI dalam Meningkatkan Kualitas Usaha Mikro. *Al-Urban*, 2(1), 1–12.
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207. <https://doi.org/10.26858/jm.v2i2.42329>
- Nahak, M. A., Ballo, F. W., & Tiwu, M. I. H. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Retensi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 77–86. <https://doi.org/10.55681/armada.v2i1.1151>
- Rizki, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 1(2), 1–7.
- Safe'i, A. (2012). Koperasi syariah: Tinjauan terhadap kedudukan dan peranannya dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan. *Media Syari'ah: Wahana Kajian Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 14(1), 39–64.
- Sanurdi. (2021). *Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Konsumen Teori dan Praktik* (1st ed.). Sanabil.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Kumar, S. R. (2010). *Consumer. Marketing*.
- Sumarwan. (2014). *Definisi Perilaku Konsumen, Buku Perilaku Konsumen (Kedua)*. GI, Ghaila Indonesia.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, kuesioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sutono, Wismar'ain, D., & Fitri, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Atribut Produk dan Religiusitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus. *Jurnal Baabu Al -Ilmi*, 9(1).
- Thoharudin, M., Suriyanti, Y., & Huda, F. A. (2020). The Effect of Service Quality on Financing Decisions at BPD Kal-bar Syariah, Sintang Branch. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 6(2), 100–115.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Wulandari, S., & Kamal, A. H. (2018). Pengaruh Lokasi, Pelayanan, dan Prosedur Pencairan Pembiayaan terhadap Keputusan Anggota Koperasi Mengambil Pembiayaan. *Iqtisad*, 5(1). h