



## Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi

Ana Sukma Aprilla<sup>1\*</sup>, Ahmad Syahrizal<sup>2</sup>, Saijun<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Email: [anasukmaaprilla@gmail.com](mailto:anasukmaaprilla@gmail.com)<sup>1</sup>, [ahmadsyahrizal@uinjambi.ac.id](mailto:ahmadsyahrizal@uinjambi.ac.id)<sup>2</sup>, [s\\_saijun@uinjambi.ac.id](mailto:s_saijun@uinjambi.ac.id)<sup>3</sup>

\*Penulis Korespondensi: [anasukmaaprilla@gmail.com](mailto:anasukmaaprilla@gmail.com)

**Abstract.** Trust and service quality are important factors that can influence customer decisions in using financing products at Islamic financial institutions. The BMT Al-Ishlah Cooperative in Jambi City, as one of the Islamic microfinance institutions, is required to be able to increase trust and provide quality services to attract customer interest. This study aims to determine the effect of trust and service quality on customer decisions in using financing products using a quantitative associative approach method and a sample of 76 respondents. The instruments used were observation and a questionnaire with a Likert scale. Data analysis techniques used in this study include descriptive analysis, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-tests), simultaneous tests (F-tests), and coefficients of determination ( $R^2$ ). The results show that partially trust has a positive but insignificant effect on customer decisions, while service quality has a positive and significant effect. Simultaneously, trust and service quality have a significant influence on customer decisions with a coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.662 or 66.2%, which means that the variables of trust and service quality are able to explain customer decisions by 66.2%, while the remaining 33.8% is influenced by other variables outside this study.

**Keywords:** Baitul Maal Wat Tamwil (BMT); Customer Decision; Service Quality; Sharia Financing; Trust.

**Abstrak.** Kepercayaan dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan pada lembaga keuangan syariah. Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi sebagai salah satu lembaga keuangan mikro syariah dituntut untuk mampu meningkatkan kepercayaan serta memberikan pelayanan yang berkualitas guna menarik minat nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan dengan metode kuantitatif pendekatan asosiatif dan jumlah sampel sebanyak 76 responden. Instrumen yang digunakan adalah observasi dan kuesioner dengan *skala Likert*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,662 atau 66,2%, yang berarti variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan keputusan nasabah sebesar 66,2%, sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini

**Kata kunci:** Baitul Maal Wat Tamwil (BMT); Kepercayaan; Keputusan Nasabah; Kualitas Pelayanan; Pembiayaan Syariah.

### 1. LATAR BELAKANG

Lembaga keuangan syariah memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian umat melalui kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana yang berlandaskan prinsip syariah. Di Indonesia perkembangan industri keuangan syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada akhir 2023, total aset keuangan syariah mencapai Rp2.582,25 triliun, atau tumbuh 9,04% dibandingkan tahun sebelumnya. Perkembangan tersebut didukung oleh

peningkatan aset perbankan syariah sebesar 11,21%, pasar modal syariah sebesar 7,43%, serta industri keuangan non-bank syariah sebesar 12,98%. Dengan pertumbuhan ini, industri keuangan syariah di Indonesia telah mencapai 10,95%, menunjukkan peran pentingnya dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional (OJK, 2023).

Salah satu bentuk lembaga keuangan mikro syariah yang berperan aktif dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat yaitu Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). BMT merupakan lembaga keuangan mikro berbasis syariah yang bertujuan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat menengah ke bawah melalui prinsip-prinsip syariah seperti akad *mudharabah*, akad *murabahah*, akad *ijarah*, dan akad *Qardh* (Ningsih, 2024). Dalam menjalankan operasionalnya, BMT memiliki dua fungsi utama yaitu sebagai lembaga sosial (*baitul maal*) yang mengelola dana zakat, infak, dan sedekah, serta sebagai lembaga bisnis (*baitul tamwil*) yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan pembiayaan (Febriyanti & Wahyudi, 2023). Keberhasilan BMT sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan nasabah serta kualitas pelayanan yang di berikan (Karimah & Fadhli, 2024).

Berdasarkan observasi awal, di Kelurahan Mayang Mengurai, terdapat dua koperasi syariah yang masih aktif, yaitu Koperasi Syariah Komunitas Jambi dan BMT Al-Ishlah Kota Jambi. Peneliti memilih BMT Al-Ishlah Kota Jambi sebagai lokasi penelitian karena lembaga tersebut menyediakan produk pembiayaan yang sesuai dengan fokus penelitian, berbeda dengan Koperasi Syariah Komunitas Jambi yang hanya menyediakan produk simpanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Desmawati selaku pengelola BMT, jumlah penggunaan produk pembiayaan mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Penurunan jumlah anggota tersebut diduga disebabkan oleh menurunnya partisipasi aktif anggota serta adanya persaingan dengan lembaga keuangan lain. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan.

Kepercayaan menjadi faktor yang paling penting dalam hubungan antara BMT dan nasabah, karena berkaitan dengan kredibilitas, integritas, dan komitmen BMT dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah (Masruroh & Sugiono, 2022). Selain kepercayaan, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan nasabah (Efendi, 2009). Kualitas pelayanan dalam BMT dapat diukur melalui lima dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (keandalan), dan *assurance* (jaminan). Layanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT (Irfany, 2022).

Dalam lembaga keuangan syariah, kepercayaan nasabah tidak hanya berkaitan dengan aspek pelayanan, tetapi juga kemampuan lembaga dalam menjaga amanah, transparansi, dan integritas dalam pengelolaan dana (Novianto & Nisa, 2024). BMT yang mampu memberikan pelayanan berkualitas tinggi serta membangun kepercayaan yang kuat akan lebih mudah dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Sebaliknya, jika kualitas layanan menurun dan kepercayaan nasabah melemah, maka keputusan mereka untuk tetap menggunakan produk pembiayaan BMT akan berkurang, yang dapat berdampak pada penurunan jumlah nasabah dan kepercayaan terhadap BMT itu sendiri (Febiyanti & Wahyudi, 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten, Yazid et al. (2023) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT NU Cabang Bantaran dengan citra perusahaan sebagai variabel tambahan. Sementara itu, penelitian Dewi & Agusdiwana, (2024) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan di KPPS Bakti Huria Syari'ah Makassar, tetapi pengaruhnya relatif lemah sehingga mengindikasikan adanya faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah (Andayani et al, 2024).

Perbedaan temuan tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah, khususnya pada lembaga keuangan mikro syariah di daerah. Selain itu, fluktuasi jumlah anggota pembiayaan di BMT Al-Ishlah Kota Jambi menunjukkan adanya permasalahan yang perlu segera dikaji agar lembaga dapat merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk pembiayaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi, menggunakan metode kuantitatif pendekatan asosiatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Di mana berupaya untuk mengetahui sejauh mana kepercayaan (*trust*) dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal koperasi, laporan tahunan BMT Al-Ishlah, jurnal ilmiah, serta sumber tertulis lain yang relevan dengan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota atau nasabah pembiayaan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi periode 2021–2023 yang berjumlah 309 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin penelitian ini akan melibatkan 76 orang responden yang merupakan anggota atau nasabah pembiayaan BMT Al-Ishlah Kota Jambi yang memenuhi kriteria *purposive sampling*.

Instrumen yang digunakan adalah observasi dan kuesioner dengan *skala Likert*. Tujuan dari observasi ini adalah untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi, situasi, serta aktivitas yang berhubungan dengan objek penelitian di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi. Sedangkan kuisisioner disebarakan secara langsung kepada responden yang merupakan anggota atau nasabah pembiayaan di BMT Al-Ishlah Kota Jambi. Melalui kuesioner ini, peneliti berharap dapat memperoleh data terkait kepercayaan, kualitas pelayanan, dan keputusan nasabah secara objektif berdasarkan tanggapan responden.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel. Variabel kepercayaan (X1) diukur melalui indikator kehandalan, kejujuran, kepedulian, dan kredibilitas berdasarkan teori Mayer et al. serta Morgan & Hunt. Variabel kualitas pelayanan (X2) diukur menggunakan indikator *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy*, dan *Responsiveness* berdasarkan model CARTER dari Othman dan Owen. Variabel keputusan nasabah (Y) diukur melalui indikator kesadaran kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan kepuasan pasca pembiayaan berdasarkan teori Kotler dan Keller.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan nilai  $> 0,60$ . Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi persyaratan statistik. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh

masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 76 responden yang merupakan pengguna produk pembiayaan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden berusia di atas 40 tahun dengan persentase sebesar 50,0%, diikuti usia 29-39 sebesar 27,6% dan usia 18-28 sebesar 22,4%. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 45 orang (59,2%). Sedangkan Responden laki-laki sebanyak 31 (40,8%). Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden yaitu pekerjaan swasta dan wiraswasta masing-masing berjumlah 20 (26,3%). Sementara IRT berjumlah 16 (21,1%), lainnya berjumlah 12 (15,8%), dan PNS berjumlah 8 (10,5%). Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah, mayoritas responden telah menjadi nasabah selama > 2-3 tahun sebanyak 41 (53,9%). Sementara responden dengan lama menjadi nasabah < 1 tahun sebanyak 19 (25,0%) dan > 1-2 tahun sebanyak 16 (21,1%).

#### Hasil Uji Analisis Data

##### *Uji Validitas*

Uji validitas ini menggunakan SPSS 27 dengan penjelasan kriteria Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut valid, namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut tidak valid.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas.

No	Variabel		$r_{hitung}$	$r_{tabel} (5\%)$	Ket
1	Kepercayaan	X1.1	0,573	0,226	Valid
2		X1.2	0,596	0,226	Valid
3		X1.3	0,738	0,226	Valid
4		X1.4	0,750	0,226	Valid
5		X1.5	0,640	0,226	Valid
6		X1.6	0,680	0,226	Valid
7		X1.7	0,793	0,226	Valid
8	Kualitas Pelayanan	X2.1	0,591	0,226	Valid
9		X2.2	0,770	0,226	Valid
10		X2.3	0,726	0,226	Valid

11		X2.4	0,582	0,226	Valid
12		X2.5	0,780	0,226	Valid
13		X2.6	0,727	0,226	Valid
14		X2.7	0,621	0,226	Valid
15		X2.8	0,435	0,226	Valid
16		X2.9	0,713	0,226	Valid
17		X2.10	0,586	0,226	Valid
18		X2.11	0,698	0,226	Valid
19		X2.12	0,457	0,226	Valid
20	Keputusan Nasabah	Y.1	0,603	0,226	Valid
21		Y.2	0,665	0,226	Valid
22		Y.3	0,588	0,226	Valid
23		Y.4	0,256	0,226	Valid
24		Y.5	0,692	0,226	Valid
25		Y.6	0,607	0,226	Valid
26		Y.7	0,771	0,226	Valid
27		Y.8	0,683	0,226	Valid
28		Y.9	0,623	0,226	Valid

Sumber: Data Output SPSS 27 diolah, 2026.

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan memiliki nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel sebesar 0,226 pada taraf signifikansi 5%. Maka pertanyaan penelitian ini telah memenuhi syarat uji validitas dan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui sebuah reliabilitas dari sebuah data penelitian menggunakan cronbach's alpha coefficients dengan menggunakan SPSS 27. Variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach's alpha* > 0.60, semakin nilai *alpha* nya mendekati satu maka nilai reabilitasnya semakin terpercaya.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas.

No	Kode Variabel	Cronchbach's Alpha	r tabel	Ket
1	Kepercayaan (X1)	0,799	> 0.60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0,872	> 0.60	Reliabel
3	Keputusan Nasabah (Y)	0,758	> 0.60	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS 27 diolah, 2026.

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, nilai cronbach's alpha memiliki nilai > 0,60 dari variabel kepercayaan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan variabel keputusan nasabah (Y) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam pengujian ini dinyatakan reliabel.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### *Uji Normalitas*

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dari variabel independen dan dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Pendeteksian normalitas data dapat dilakukan melalui analisis grafik, seperti uji Kolmogorov-Smirnov. Berikut ini merupakan hasil analisis data menggunakan SPSS 27 dengan metode uji Kolmogorov-Smirnov:

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89537663
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.042
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> Sig.		.293
	99% Confidence Interval Lower Bound	.282
	Upper Bound	.305

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data Output SPSS 27 diolah, 2026.

Berdasarkan dari tabel diatas, diperoleh nilai sig (2-tailed) 0,200 yang berarti nilai signifikan  $0,200 > 0,05$  maka uji kolmogrov – smirnov menunjukkan bahwa residul dari model regresi memiliki distribusi normal, jadi kesimpulannya bahwa uji normalitas dari kumpulan data responden berdistribusi normal.

### **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Jika terdapat korelasi antara variabel independen, maka akan terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya. Model regresi yang ideal seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi adanya

multikolinearitas, dapat diperiksa melalui nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF lebih dari 10, maka multikolinearitas terjadi.

**Tabel 4.** Hasil Uji Multikolinearitas.

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.514	2.611		1.729	.088		
1 Kepercayaan (X1)	.273	.153	.225	1.780	.079	.291	3.442
Kualitas Pelayanan (X2)	.471	.097	.615	4.876	.000	.291	3.442

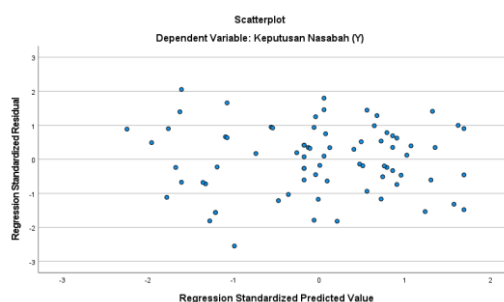
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber: Data Output SPSS 27 diolah, 2026.

Dapat dilihat dari tabel diatas, diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk setiap variabel independen. Secara keseluruhan semua nilai VIF dibawah 10 dan *tolerance* diatas 0,1 dimana hasil tolerance dan VIF dari kedua variabel independen yaitu Kepercayaan (X1) dengan nilai *tolerance*  $0,291 > 0,1$  dan Kualitas Pelayanan (X2) dengan nilai *tolerance*  $0,291 > 0,1$ , dan VIF Kepercayaan (X1) dengan nilai  $3,442 < 10$  dan Kualitas Pelayanan (X2) dengan nilai  $3,442 < 10$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah model regresi menunjukkan varians residual yang seragam antar observasi. Jika varians residualnya tetap konsisten, maka disebut homoskedastisitas. Namun, jika variansnya bervariasi, maka hal itu disebut heteroskedastisitas.



**Gambar 1.** Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Sumber: Data Output SPSS 27 diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas pada gambar di atas, terlihat bahwa titik - titik tersebar secara acak di atas dan di bawah sumbu Y tanpa membentuk pola yang jelas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang diuji menggunakan scatterplot dan tidak terjadinya heteroskedastisitas atau tidak homogen.

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui perubahan (peningkatan atau penurunan) pada variabel dependen. Regresi berganda dipilih karena penelitian ini menganalisis dua variabel independen (X).

**Tabel 5.** Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	4.514	2.611		1.729	.088		
1	Kepercayaan (X1)	.273	.153	.225	1.780	.079	.291	3.442
	Kualitas Pelayanan (X2)	.471	.097	.615	4.876	.000	.291	3.442

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber: Data Output SPSS diolah, 2026.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 4,514, koefisien variabel kepercayaan (X1) sebesar 0,273, dan koefisien kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,471, sehingga persamaan regresi yang terbentuk adalah  $Y = 4,514 + 0,273X_1 + 0,471X_2 + e$ . Nilai konstanta sebesar 4,514 menunjukkan bahwa apabila variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan bernilai nol, maka keputusan nasabah sebesar 4,514. Variabel kepercayaan memiliki koefisien positif sebesar 0,273 yang menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan nasabah, namun pengaruh tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansi sebesar  $0,079 > 0,05$ . Sementara itu, variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien positif sebesar 0,471 yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, karena nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

### Hasil Uji Analisis Penelitian

#### Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui hubungan antara masing-masing variabel bebas (X1 dan X2) dengan variabel (Y). Kriteria pengujian ini adalah Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak namun Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$   $H_0$  diterima.

**Tabel 6.** Hasil Uji T (Parsial).

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	4.514	2.611		1.729	.088			
1 Kepercayaan (X1)	.273	.153	.225	1.780	.079	.291	3.442	
Kualitas Pelayanan (X2)	.471	.097	.615	4.876	.000	.291	3.442	

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber: Data Output SPSS diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji t, variabel kepercayaan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar  $1,780 < 1,993$  dengan nilai signifikansi  $0,079 > 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, meskipun memiliki arah pengaruh positif dengan koefisien regresi sebesar 0,273 dan nilai beta 0,225. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar  $4,876 > 1,993$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,471 dan nilai beta 0,651.

### Uji F (Simultan)

Uji f digunakan memeriksa apakah faktor independen dapat berdampak pada variabel dependen. Hasil uji simultan (Uji f) pada penelitian ini yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 27 adalah sebagai berikut:

**Tabel 7.** Hasil Uji F (Simultan).

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	1232.246	2	616.123	71.535	.000 <sup>b</sup>	
Residual	628.740	73	8.613			
Total	1860.987	75				

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kepercayaan (X1)

Sumber: Data Output SPSS diolah, 2026.

Untuk menemukan apakah  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  atau sebaliknya, maka perlu untuk menentukan nilai  $f\text{-tabel}$ , yaitu sebagai berikut ini:

$$f_{\text{tabel}} = (k ; n - k - 1) \dots \dots \dots I$$

$$= (3 ; 76 - 2 - 1)$$

$$= (3 ; 73) = 3,12$$

Berdasarkan hasil uji F (simultan), diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung sebesar  $71,535 > F \text{ tabel } 3,12$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah ukuran statistik yang menunjukkan seberapa baik suatu model regresi dapat menjelaskan variabilitas dalam data dependen.

**Tabel 8.** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 <sup>a</sup>	.662	.653	2.935

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kepercayaan (X1)

Sumber: Data Output SPSS diolah, 2026.

Berdasarkan tabel Model Summary diperoleh nilai R Square sebesar 0,662. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mampu menjelaskan keputusan nasabah (Y) sebesar 66,2% sedangkan 33,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel kepercayaan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar  $1,780 < t \text{ tabel } 1,993$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,079 > 0,05$ . Selain itu, nilai koefisien regresi sebesar 0,273 dan nilai beta sebesar 0,225. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki arah hubungan yang positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi.

Secara teori, kepercayaan merupakan keyakinan konsumen terhadap integritas, kejujuran, dan kemampuan suatu lembaga dalam memberikan layanan yang dijanjikan (Mowen & Minor, 2017). Dalam konteks lembaga keuangan syariah, kepercayaan juga berkaitan dengan transparansi, amanah, serta kesesuaian dengan prinsip syariah. Semakin tinggi kepercayaan, seharusnya semakin besar kecenderungan nasabah dalam mengambil keputusan (Fadilah et al., 2025). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa dalam konteks koperasi syariah, kepercayaan telah menjadi faktor dasar (*basic factor*) yang dianggap melekat pada lembaga sehingga tidak lagi menjadi pembeda utama dalam pengambilan keputusan.

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa nasabah lebih mempertimbangkan faktor yang dirasakan secara langsung, seperti kualitas pelayanan, kemudahan prosedur, dan kecepatan proses pembiayaan. Kepercayaan dalam hal ini lebih berperan sebagai faktor pendukung dalam menjaga hubungan, bukan sebagai faktor utama yang mendorong keputusan. Selain itu, adanya alternatif lembaga keuangan lain juga membuat nasabah tidak hanya bergantung pada kepercayaan, tetapi turut mempertimbangkan aspek kenyamanan dan efisiensi layanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ningsih & Yesi, (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Maemunah & Nufaiz, (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki hubungan positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $4,876 > t$  tabel  $1,993$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Selain itu, nilai koefisien regresi sebesar  $0,471$  dan nilai beta sebesar  $0,615$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Secara teori, menurut Kotler & Armstrong, (2018), kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan dan mendorong konsumen dalam mengambil keputusan. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan konsep CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy*,

*Responsiveness*) yang menekankan pelayanan sesuai prinsip syariah serta profesionalitas dalam melayani nasabah (Sanuardi, 2021).

Dalam praktik di lapangan, kualitas pelayanan menjadi faktor yang dominan karena nasabah merasakan langsung proses pelayanan yang diberikan oleh pihak koperasi. Pelayanan yang cepat, mudah, tidak berbelit, serta sikap petugas yang ramah dan responsif memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan pembiayaan. Hal ini membuat nasabah lebih mempertimbangkan pengalaman pelayanan yang dirasakan dibandingkan faktor lain yang bersifat tidak langsung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kecenderungan nasabah dalam mengambil keputusan. Kualitas pelayanan menjadi faktor utama karena berkaitan langsung dengan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yazid et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Selain itu, penelitian Dewi et al. (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih pembiayaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, serta menjadi variabel yang paling dominan dalam penelitian ini.

### **Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah**

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar  $71,535 > F$  tabel 3,12 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,662 menunjukkan bahwa sebesar 66,2% keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Secara teori, menurut Indrasari (2019), keputusan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, sehingga pengaruh secara simultan lebih kuat dibandingkan pengaruh secara parsial. Kepercayaan dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang saling mendukung dalam mempengaruhi keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan, namun ketika dikombinasikan dengan kualitas pelayanan, keduanya mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ningsih & Yesi, (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Selain itu, penelitian Ningsih (2024) juga menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah (Ningsih, 2024). Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, yang menunjukkan bahwa kepercayaan saja belum cukup kuat dalam mendorong nasabah untuk memilih produk pembiayaan. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan. Secara simultan, kepercayaan dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan keputusan nasabah sebesar 66,2%, sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan kajian mengenai keputusan nasabah pada lembaga keuangan syariah. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, kemudahan, religiusitas, atau faktor lainnya agar memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif. Secara praktis, Koperasi BMT Al-Ishlah Kota Jambi diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan, seperti meningkatkan keramahan pegawai, kecepatan pelayanan, serta kemudahan proses pembiayaan karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Selain itu, upaya untuk meningkatkan kepercayaan nasabah juga tetap perlu dilakukan agar keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan dapat meningkat secara lebih optimal.

**DAFTAR REFERENSI**

- Abdullah, Z., Budiyanto, & Djawoto. (2024). *Upaya membangun loyalitas pelanggan*. PT Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Andani, D., Suarni, A., & Khalid, I. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan KPPS Bakti Huria Syaria'h Makassar. *International Conference on Actual Islamic Studies*, 3(1), 786–797.
- Efendi, L. (2009). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah pada Bank Muamalat Malang* (Undergraduate thesis). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Fadilah, N., Ardiansyah, M. Y., & Firdaus, M. (2025). Integrasi prinsip good corporate governance dalam meningkatkan efisiensi dan kepercayaan publik pada lembaga keuangan syariah di Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 7(1), 134–149. <https://doi.org/10.33367/at-tamwil.v7i1.7124>
- Febiyanti, A., & Wahyudi, A. (2023). Impact of service quality and trust on saving decisions at BMT Mazaya. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 4(2), 201–218. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v4i2.208>
- Irfany, A. N. (2022). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada produk pembiayaan gadai emas di BMT NU Cabang Proppo. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 128–142.
- Karimah, M. D., & Fadhli, K. (2024). Pengaruh relationship marketing dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BMT NU Cabang Jombang. *Jurnal Education and Development*, 12(2), 146–151. <https://doi.org/10.37081/ed.v12i2.5683>
- Maemunah, H., & Mauludin, M. N. (2021). Analisis pengaruh religiusitas dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah (Studi kasus pada BMT Beringharjo Cabang Ponorogo). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 4(1), 1117–1131. <https://doi.org/10.21111/jiep.v4i01.5669>
- Mahmudah, N. A., Asakdiyah, S., & Adhilla, F. (2024). Saving decisions as a consequence of product and service quality excellence in savings and loans cooperatives and sharia financing (Study on customers of BMT Bina Ihsanul Fikri, Bugisan Yogyakarta Branch). *International Conference on Economics and Business*, 2(1), 415–426. <https://doi.org/10.65246/aw500p52>
- Masrurroh, E., & Sugiono, S. (2022). Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah (Studi kasus: BMT NU Cabang Grugugan Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 561–570. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4339>
- Ningsih, D. G. (2024). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT At-Taqwa Muhammadiyah Padang Cabang Lubuk Buaya. *Jurnal Hukum, Administrasi Negara, Perbankan Syariah, Akuntansi*, 5, 177–190.
- Ningsih, H., & Elsandra, Y. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS BMT) Koto Lua. *Journal of Business Economics and Management*, 1(3).
- Novianto, S., & Nisa, F. L. (2024). Pengaruh kepercayaan nasabah terhadap minat menabung di bank syariah. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(3), 1177–1189. <https://doi.org/10.56672/tnrxep11>

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia*.
- Sanuardi. (2021). *Kualitas pelayanan Islami dan kepuasan konsumen: Teori dan praktik*. Sanabil.
- Yazid, M., Elly, M. I., & Hermawan, D. J. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian pada Kantor BMT NU Cabang Bantaran. *Journal Management, Accounting, and Digital Business*, 1(4), 551–560. <https://doi.org/10.51747/jumad.v1i4.1429>