

**PENGARUH FAKTOR PELAYANAN, SOSIAL, LOKASI, DAN AGAMA
TERHADAP PREFERENSI PEDAGANG PASAR WAGE PURWOKERTO
DALAM MEMILIH SUMBER PERMODALAN DI LEMBAGA
KEUANGAN SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
NAILA MUTI SYARIFA
NIM. 1817202031

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naila Muti Syarifa

NIM : 1817202031

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, dan Agama Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa Naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 17 Mei 2022
Saya yang menyatakan,



Naila Muti Syarifa
NIM. 1817202031



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH FAKTOR PELAYANAN, SOSIAL, LOKASI, DAN AGAMA
TERHADAP PREFERENSI PEDAGANG PASAR WAGE PURWOKERTO
DALAM MEMILIH SUMBER PERMODALAN
DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

Yang disusun oleh Saudara **Naila Muti Syarifa NIM. 1817202031** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **15 Juni 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Chandra Warsito, M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007

Sekretaris Sidang/Penguji


Mahardhika Cipta Raharja, S.E., M.Si.
NIDN. 2010028901

Pembimbing/Penguji


Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 23 Juni 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
 Di Purwokerto

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Naila Muti Syarifa NIM. 1817202031 yang berjudul:

Pengaruh Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, dan Agama Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto Dalam Memilih Sumber Permodalan Di Lembaga Keuangan Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum wr.wb

Purwokerto, 17 Mei 2022
Pembimbing,


Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

MOTTO

“Jangan kalah pada rasa takutmu karena hanya ada satu hal yang membuat mimpimu tak mungkin diraih yaitu perasaan takut gagal”

“Atasilah satu kesulitan, maka kamu akan bisa mengatasi ribuan kesulitan yang lain”

“Jangan mundur sebelum mencoba. Beban berat itu hanya ada pada pikrian. Coba dulu nanti akan terbiasa”

-Naila Muti Syarifa-



**PENGARUH FAKTOR PELAYANAN, SOSIAL, LOKASI, DAN AGAMA
TERHADAP PREFERENSI PEDAGANG PASAR WAGE PURWOKERTO
DALAM MEMILIH SUMBER PERMODALAN DI LEMBAGA
KEUANGAN SYARIAH**

NAILA MUTI SYARIFA

NIM. 1817202031

E-mail: nailasyarifa8@gmail.com

Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Preferensi nasabah merupakan hal yang penting dalam pengambilan keputusan karena berhubungan erat dengan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah terhadap suatu lembaga keuangan biasanya dipengaruhi oleh faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama. Pelayanan adalah suatu aktivitas yang tidak kasat mata atau tidak dapat diraba yang dimaksudkan untuk memberikan kepuasan. Sosial yaitu adanya hubungan antara masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi. Faktor agama, karena islam adalah agama yang mengatur segala aspek kehidupan manusia termasuk aspek ekonomi maka dalam penelitian ini faktor agama fokus pada aspek ekonomi islam yang melarang adanya transaksi haram, riba, dan gharar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama terhadap preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah. Fokus peneliti dalam penelitian ini kepada pedagang Pasar Wage Purwokerto yang menjadi nasabah di Lembaga Keuangan Syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dengan uji T dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah yaitu variabel pelayanan, lokasi, dan agama. Sedangkan, variabel sosial tidak berpengaruh terhadap preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah. Namun, variabel pelayanan, sosial, lokasi, dan agama bersama-sama secara simultan berpengaruh terhadap preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah.

Kata Kunci: *Pelayanan, Sosial, Lokasi, Agama, Preferensi*

**THE INFLUENCE OF SERVICE, SOCIAL, LOCATION, AND
RELIGIOUS FACTORS ON THE PREFERENCES OF PURWOKERTO
WAGE MARKET TRADERS IN CHOOSING SOURCES OF CAPITAL IN
ISLAMIC FINANCIAL INSTITUTIONS**

NAILA MUTI SYARIFA

NIM. 1817202031

E-mail: nailasyarifa8@gmail.com

Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business UIN
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Customer preference is important in decision making because it is closely related to the company's success in achieving its goals. Decision-making made by customers of a financial institution is usually influenced by service, social, location, and religious factors. Service is an invisible or intangible activity intended to provide satisfaction. Social is the existence of relationships between people who place certain parties. The location is where the company operates. Religious factors, because Islam is a religion that regulates all aspects of human life including economic aspects, in this study religious factors focus on the economic aspects of Islam that prohibit the existence of haram, usury, and gharar transactions.

The purpose of this study is to determine the influence of service, social, location, and religious factors on traders' preferences in choosing sources of capital in Islamic Financial Institutions. The focus of researchers in this study is on Purwokerto Wage Market traders who are customers in Islamic Financial Institutions. This research uses quantitative research methods. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis techniques use classical assumption tests. Data analysis uses multiple linear regression. Hypothesis testing with T test and F test.

The results showed that the variables that had a significant effect on traders' preferences in choosing sources of capital in Islamic Financial Institutions were the variables of service, location, and religion. Meanwhile, social variables do not affect traders' preferences in choosing sources of capital in Islamic Financial Institutions. However, the variables of service, social, location, and religion together simultaneously influence the preferences of traders in choosing sources of capital in Islamic Financial Institutions.

Keywords: *Service, Social, Location, Religion, Preferences*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158 Tahun 1987 Nomor 0543b/U/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	ṡ	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	kadan ha
د	dal	D	De
ذ	ḏal	Ḑ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	za	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	Es dan ye
ص	ṡad	ṡ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṡa	ṡ	te (dengan titik di bawah)

ظ	ẓa	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	Koma terbalik ke atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Ki
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wawu	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

B. Vokal

1. Vokal Pendek

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	damah	U	U

Contoh: نَاسٌ *naṣ*

السَّالِفُ *salaf*

صَحِيحٌ *Ṣaḥīḥu*

2. Vokal Rangkap

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

Tanda dan huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	<i>Ai</i>	A dan I
وَ	<i>Fathah dan wawu</i>	<i>Au</i>	A dan U

Contoh: كَيْفَ: *kaifa* التَّوْحِيدِيَّةَ: *tauḥīdīyyah*

3. Vokal Panjang

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
أَ...ا	<i>Fathah dan alif</i>	<i>Ā</i>	A dan garis di atas
إِ...ي	<i>Kasrah dan ya</i>	<i>Ī</i>	I dan garis di atas
أُ...و	<i>Ḍamah dan wawu</i>	<i>Ū</i>	U dan garid di atas

Contoh: إِصْلَاحٌ: *Iṣlāḥ* حُدُودٌ: *ḥudūd* مَجَازِي: *majāzī*

C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua:

1. Ta' Marbutah hidup

Ta' Marbutah yang hidup atau mendapatkan ḥarakat fathah, kasrah dan ḍammah, transliterasinya adalah /t/. contoh: نِعْمَةُ اللَّهِ: *ni'matullāh*.

2. Ta' Marbutah mati

Ta' Marbutah yang mati atau mendapat ḥarakat sukun, transliterasinya adalah /h/. Contoh: حِكْمَةٌ: *ḥikmah*.

3. Bila pada suatu kata yang akhir katanya *Ta' Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	<i>Rauḍah al-Aṭfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُتَوَرَّةُ	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
جَرِيمَةٌ	<i>Jarīmah</i>

D. Syaddah (*tasydid*)

Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh : مُحَمَّدِيَّةٌ : muḥammadiyyah كِتَابُ اللَّهِ : kitābullah

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh : الْجِهَادُ الْأَصْغَرُ : al-jihad al-aṣghar الْبَغْيُ : al-baġyī

الْأَحْوَالُ الشَّخْصِيَّةُ : al-aḥwāl al-syaḥṣiyah

F. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أَكَلَ	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تَأْخُذُونَ	<i>Ta'khuzūna</i>
Hamzah di akhir	النَّوْءُ	<i>an-nau'u</i>

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh : وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ : *wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn*

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : *fa aufū al-kailawaal-mīzan*

H. Huruf Kapital

Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	<i>Wa mā Muḥammadun illā rasūl.</i>
وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	<i>Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn</i>

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sangat dalam atas segala nikmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, melimpahkan rahmat dan hidayahnya, serta kesempatan kepada penulis untuk berproses dalam mengembangkan diri untuk terus belajar.
2. Bapak dan Ibuku tercinta, Bapak Muhayat dan Ibu Maryati yang selalu mencurahkan segala cinta, kasih dan sayangnya, motivasi, do'a serta pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan kepada Bapak dan Ibu serta senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
3. Dosen pembimbing, Ibu Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. yang telah membimbing skripsi saya dari awal hingga akhir. Semoga Ibu senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
4. Keluarga dan sahabat yang selalu memberikan do'a, semangat, dan motivasi kepada saya.
5. Seluruh keluarga besar Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto atas segala bentuk kerjasamanya.

KATA PENGANTAR

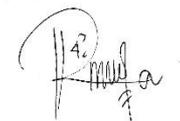
Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan kepada pengikutnya. Semoga kita senantiasa mengamalkan semua ajarannya dan kelak semoga mendapat syafa'atnya di hari akhir. Aamiin.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya petunjuk, arahan, bimbingan, serta bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag., Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M. Ag., Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim S. Ag, M.M., Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si. Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si. Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan, motivasi, waktu, dan pikiran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas segala kebaikan Ibu.

9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Purwokerto (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
11. Kedua orang tua tercinta Bapak Muhayat dan Ibu Maryati yang telah ikhlas merawat, membesarkan, dan mendidik dengan penuh cinta dan kasih sayang, serta doa-doanya yang tidak pernah putus selama ini. Beliau yang tidak pernah lelah mencari nafkah untuk membesarkan anak-anaknya. Segala jasanya tidak akan pernah bisa dibalas dengan apapun, semoga Bapak dan Ibu sehat dan bahagia selalu, serta senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
12. Terimakasih untuk teman terbaik penyusun Fera, Ngoro, Bibit, Anton, Mba Nisa, Muji, Kang Rachman, atas doa dan semangat yang diberikan untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah A 2018 terimakasih atas kebersamaan kita selama ini dalam keadaan suka maupun duka.
14. Semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Aamiin.

Purwokerto, Mei 2022



Naila Muti Syarifah
NIM. 1817202031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat	6
D. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Kajian Pustaka.....	9
B. Kajian Teori	13
C. Kerangka Berfikir.....	30
D. Rumusan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
D. Sumber Data.....	36
E. Variabel dan Indikator Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Teknik Analisis Data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Karakteristik Responden Penelitian	50
C. Hasil Penelitian	53
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1	: Variabel Indikator	37
Tabel 3.2	: Bobot Nilai Kuesioner	41
Tabel 3.3	: Kategori Koefisien Reliabilitas	43
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	51
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Permodalan Awal ..	51
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan LKS yang dipilih	52
Tabel 4.5	: Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.6	: Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7	: Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.8	: Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.9	: Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.10	: Hasil Analisis Regresi Berganda	59
Tabel 4.11	: Hasil Uji T	62
Tabel 4.12	: Hasil Uji F	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Data Lembaga Keuangan Syariah	2
Gambar 2.1	: Kerangka Berfikir	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi SPSS :

- Lampiran 1.1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 1.2 : Uji Validitas
- Lampiran 1.3 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 1.4 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 1.5 : Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 1.6 : Hasil Uji T Variabel X Terhadap Y
- Lampiran 1.7 : Hasil Uji F Variabel X Terhadap Y

Lampiran 2 Surat Pendukung :

- Lampiran 2.1 : Surat Permohonan Judul Skripsi
- Lampiran 2.2 : Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2.3 : Surat Pernyataan Kesediaan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 2.4 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2.5 : Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 2.6 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 2.7 : Daftar Riwayat Hidup

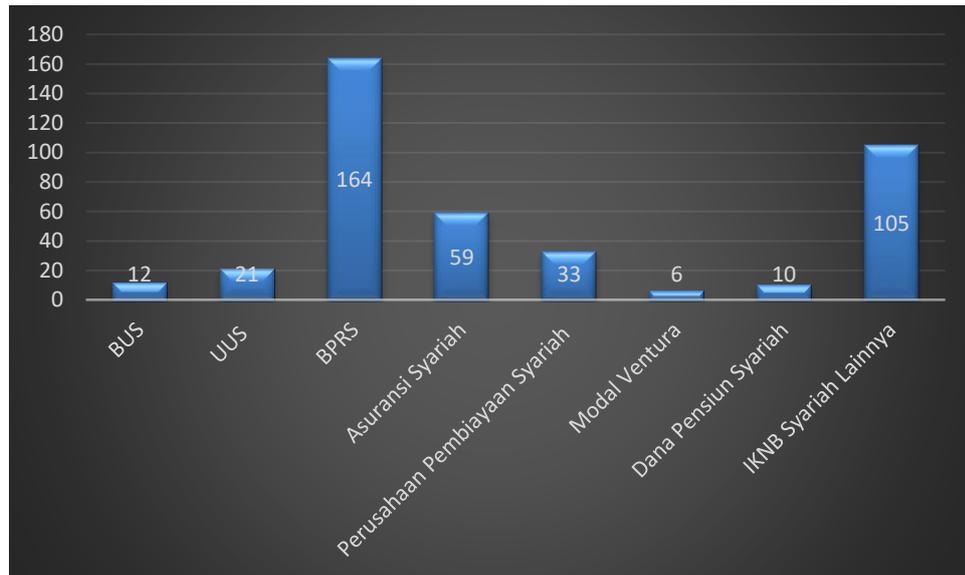
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lahirnya lembaga keuangan syari'ah di Indonesia disahkan secara resmi yaitu dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992. Berdirinya BMI yang diikuti dengan meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap lembaga keuangan berbasis syariah, memotivasi lahirnya lembaga keuangan syariah lainnya. Lembaga Keuangan Syari'ah dibangun dengan maksud untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah, dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan. Prinsip syariah yang dipercayai oleh lembaga keuangan syariah di dalamnya ada nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan (*rahmatan lil alamin*). Nilai-nilai keadilan tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin yang disepakati bersama antara kedua belah pihak yakni lembaga keuangan syari'ah dengan nasabah.

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan yang sangat menggembirakan. Pasalnya keterlibatan pelaku usaha dalam kegiatan ekonomi yang semakin meningkat merupakan salah satu pendorong pertumbuhan tersebut. Dapat dilihat, Menurut data statistik perkembangan keuangan syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Pada 2021, terdapat 12 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syari'ah (UUS), dan 164 BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah). Sedangkan, untuk jumlah Perusahaan Asuransi Syariah sebanyak 59, Perusahaan Pembiayaan Syariah sebanyak 33, Modal Ventura sebanyak 6, Dana Pensiun Syariah sebanyak 10, dan 105 IKNB Syariah lainnya (OJK.go.id 28 Agustus 2021). Detail statistik di atas digambarkan pada grafik di bawah ini.



Gambar 1.1
Data Lembaga Keuangan Syariah

Sebagai proses pengambilan keputusan, perilaku seseorang untuk menjadi nasabah suatu lembaga keuangan dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern seperti sikap, persepsi, motivasi. Sedangkan faktor ekstern seperti pengaruh kelompok referensi, pendidikan, kondisi sosial, dan keluarga. Di samping itu, dari pihak lembaga keuangan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi preferensi maupun perilaku nasabah untuk menjadi nasabah di suatu lembaga keuangan yaitu lokasi lembaga keuangan di kawasan strategis, segala sarana dan prasarana yang eksklusif yang memberikan kenyamanan, pelayanan yang cepat, ramah, dan memuaskan serta keuntungan yang akan diberikan. Dengan mengetahui alasan-alasan nasabah memutuskan untuk memilih menjadi nasabah lembaga keuangan. Pihak lembaga keuangan akan mendapatkan gambaran mengenai siapa nasabahnya, untuk keperluan apa, maupun siapa mereka (Amri, 2018).

Dalam dunia usaha, permodalan sangat penting karena kekurangan modal dapat membatasi ruang gerak aktivitas usaha bagi para pedagang kecil untuk mencapai tingkat pendapatan yang optimal guna menjaga kelangsungan hidup usahanya. Dan jika kondisi semacam ini berlangsung terus-menerus kemungkinan besar dapat menghambat pertumbuhan

UMKM khususnya pedagang kecil, karena pembiayaan atau permodalan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menumbuhkembangkan usaha (Waldelmi et al., 2019).

Pasar wage Purwokerto merupakan pasar induk terbesar di wilayah kabupaten Banyumas, dengan jumlah pedagang lebih dari 1500 orang. Tahun 2019 Dinperindagkop Kabupaten Banyumas melansir pasar wage sebagai pasar destinasi wisata seperti Pasar Bringharjo di Jl. Malioboro Yogyakarta. Dengan jumlah pedagang yang cukup banyak tentunya memiliki potensi pengembangan yang bisa dimaksimalkan menjadi destinasi wisata (Hilyatin, 2019). Selain itu, pedagang yang unik yakni pedagang dari latar belakang agama yang berbeda-beda. Namun demikian permasalahan yang terjadi terkait Pasar Wage cukup kompleks. Mulai dari sengketa kios, tatanan pasar yang tidak terarah, kumuh, manajemen yang kurang baik dan tentunya masalah yang jarang disentuh oleh para peneliti adalah preferensi sumber permodalan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sudono Yoso selaku UPTD Pasar Wilayah Purwokerto I, terkait preferensi pedagang Pasar Wage dalam memilih sumber permodalan menyebutkan bahwa pedagang lebih tertarik memilih sumber permodalan yang tata cara pengajuan dan pembayaran pinjamannya mudah seperti pinjaman yang ditawarkan oleh rentenir (koperasi abal-abal) meskipun para pedagang sering kali merasakan keterlibatan mereka dengan rentenir menyebabkan hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam hal ini, pedagang merasa bahwa hutangnya sudah lunas (Modal + Bunga) tetapi menurut catatan rentenir hutangnya masih cukup banyak. Melihat realita tersebut, padahal saat ini sudah banyak Lembaga Keuangan Syariah yang beroperasi di Purwokerto seperti Bank Syari'ah, Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah, Koperasi Syari'ah, dan Baitul Maal Wat Tamwil. Dimana Lembaga Keuangan Syariah tersebut menawarkan produk pembiayaan dengan system bagi hasil yang sesuai dengan ajaran agama islam. Selain itu, untuk kerugian dan keuntungan yang akan diperoleh dikemudian hari akan terkesan lebih adil dibandingkan dengan akses yang

ditawarkan oleh rentenir. Maka dari itu, kesejahteraan dan keadilan masyarakat khususnya para pedagang dapat terwujud.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Barna (2010), dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syari’ah”, penelitian tersebut mengangkat 8 faktor yang diduga kuat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim. Faktor-faktor tersebut adalah Faktor syariah, faktor merk, faktor fasilitas, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor produk, faktor sikap terhadap fatwa, dan faktor sosial. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk dan jasa Bank Mega Syariah adalah faktor pelayanan karena pelayanan pegawai Bank Mega Syariah yang cepat tanggap, ramah, memuaskan, dan adanya kesabaran yang tinggi dari pegawai saat melayani nasabah (Barna, 2010).

Berdasarkan penelitian terbaru yang dilakukan oleh Amri (2018), Dalam Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis yang berjudul Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh, penelitian tersebut mengangkat 7 faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Aceh Syari’ah. Faktor-faktor tersebut adalah manfaat ekonomi, lokasi bank, kesesuaian dengan keyakinan, konsep bagi hasil, pemahaman agama, informasi public, dan lingkungan nasabah. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor yang paling dominan adalah faktor lingkungan nasabah, karena pada umumnya mereka berasal dari kalangan keluarga yang tahu banyak tentang prinsip-prinsip syariah yang sesuai dengan ajaran islam. Situasi tersebut dapat mempengaruhi keputusan untuk memanfaatkan produk pembiayaan bank syariah karena dirasa tidak terlepas dari nilai-nilai fanatisme keislaman yang dianut oleh keluarga mereka, terutama dalam urusan ekonomi atau mu’amalah (Amri, 2018).

Pada kesempatan ini penulis ingin mengangkat 4 dari faktor diatas yaitu faktor pelayanan, faktor sosial, faktor lokasi, dan faktor agama. Yang

pertama yakni faktor pelayanan, karena pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam usaha yang bersifat jasa. Maka dari itu, dengan pelayanan yang diterapkan Lembaga Keuangan Syariah seperti pelayanan yang ramah, memuaskan, dan kesabaran yang tinggi dari pegawai saat melayani nasabah penulis menduga faktor tersebut dapat mempengaruhi preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah. Kemudian, dengan adanya interaksi sosial antar masyarakat dimana unsur pokok dari interaksi sosial adalah saling mempengaruhi antara dua orang atau dua kelompok sehingga penulis menduga bahwa pedagang yang membutuhkan modal kemungkinan besar akan dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga, maupun langsung dari pegawai bank. Sehingga, para pedagang yang tadinya belum mengetahui lembaga keuangan syariah akhirnya mulai mencari tau lembaga keuangan syariah dan akhirnya dengan berbagai pertimbangan mereka menggunakan produk atau jasa dari lembaga keuangan syariah. Kemudian, saat ini dengan banyaknya Lembaga Keuangan Syariah yang beroperasi di Purwokerto penulis menduga para pedagang akan cenderung memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah yang lokasinya dekat dengan mereka berjualan. Kemudian, agama islam adalah suatu pandangan atau cara hidup yang mengatur semua sisi kehidupan manusia, maka tidak ada satu aspek kehidupan manusia yang terlepas dari ajaran agama islam, termasuk aspek ekonomi. Dimana ekonomi islam melarang adanya transaksi yang haram, riba, gharar, dan lainnya. Maka dari itu, penulis menduga bahwa pedagang yang paham tentang ekonomi islam akan cenderung memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, Dan Agama Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto Dalam Memilih Sumber Permodalan Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus: Pedagang Pasar Wage Purwokerto)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Faktor Pelayanan Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?
2. Apakah Faktor Sosial Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?
3. Apakah Faktor Lokasi Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?
4. Apakah Faktor Agama Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?
5. Apakah Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, dan Agama Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Mengetahui Faktor Pelayanan Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?
2. Mengetahui Faktor Sosial Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?
3. Mengetahui Faktor Lokasi Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?
4. Mengetahui Faktor Agama Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?

5. Mengetahui Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, dan Agama Berpengaruh Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah?

Manfaat dari penelitian ini meliputi.

1. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berupa wawasan mengenai lembaga keuangan syariah baik bagi penulis maupun untuk peneliti berikutnya.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan pemahaman bagi masyarakat bahwa dalam memenuhi modal usaha, mereka dapat meminjam di Lembaga Keuangan Syariah sehingga terhindar dari jeratan rentenir.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa buku bacaan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

D. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini pada garis besarnya terdiri atas lima Bab, dan dari setiap Bab terdiri dari beberapa Sub Bab untuk memudahkan dalam pembahasan penelitian ini, secara garis besar penulis membaginya menjadi lima Bab. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini pembahasan awal yang dipaparkan secara global yakni berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang kajian pustaka, kajian teori, kerangka berfikir, dan rumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai hasil penelitian beserta analisisnya tentang pengaruh faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama terhadap preferensi pedagang pasar wage Purwokerto dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian tersebut dan berisi saran- saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah suatu kegiatan penelitian dengan melakukan kajian secara mendalam mengenai teori dan konsep yang berhubungan dengan topic yang akan diteliti sebagai dasar saat melangkah pada tahap penelitian selanjutnya. Setelah mengkaji beberapa penelitian, peneliti menemukan beberapa karya ilmiah yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti. Diantaranya sebagai berikut:

Abidin (2010), dalam jurnalnya yang berjudul "*Pengaruh Pelayanan, Keyakinan Agama, dan Lokasi terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT. Bank Mega Syariah di Makassar*", hasil penelitian menyatakan bahwa ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Mega Syariah di Makassar (Abidin, 2010).

Selanjutnya, Aisyah (2014) dalam jurnalnya yang berjudul "*Pengaruh Faktor Pelayanan, Produk, Agama, dan Didik terhadap Preferensi Usaha Kecil dan Mikro di Pasar Baru Cikarang Dalam Memilih Akses Pembiayaan*", dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hanya ada satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap preferensi Usaha Kecil Mikro (UKM) di Pasar Baru Cikarang dalam memilih akses pembiayaan yaitu faktor produk yang meliputi: bunga/margin/bagi hasil yang rendah, produk yang beragam, plafond yang sesuai dengan kebutuhan, dan terdapatnya bimbingan untuk pengembangan usaha. (Aisyah, 2014).

Penelitian ketiga dilakukan Fathurrahman (2018) dalam jurnalnya yang berjudul "*Analisis Faktor-faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*", dengan hasil penelitian menunjukkan yang pertama yakni faktor agama berpengaruh positif terhadap tingkat preferensi mahasiswa. Artinya, semakin tinggi keagamaan

mahasiswa maka akan semakin tinggi pula tingkat preferensi mahasiswa pada Perbankan Syariah. Kemudian faktor biaya berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap tingkat preferensi mahasiswa. Selanjutnya faktor manfaat berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap tingkat preferensi mahasiswa. Faktor yang keempat yakni faktor fasilitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor fasilitas berpengaruh positif terhadap tingkat preferensi mahasiswa. Faktor yang terakhir yaitu faktor pengetahuan. Hasil menunjukkan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap tingkat preferensi mahasiswa (Fathurrahman, 2018).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Dewi (2018) dalam jurnalnya yang berjudul *“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Bank Syariah di Kota Palopo”*, dengan hasil penelitian menunjukkan yang pertama yakni faktor religi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah. Selanjutnya, faktor produk berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah. Kemudian, faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah (Dewi, 2018).

Penelitian terakhir dilakukan oleh Sanjani & Sari (2021), dalam jurnalnya yang berjudul *“Preferensi Nasabah Pelaku UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus UMKM Kota Mataram Nusa Tenggara Barat)”*, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel niat dalam menjalankan syariat islam, bagi hasil yang diberikan, persyaratan pengajuan pembiayaan, pelayanan karyawan, dan kecepatan proses pemberian pembiayaan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap preferensi pelaku UMKM (Sanjani & Sari, 2021).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Zainal Abidin (2010)	Pengaruh Pelayanan, Keyakinan Agama, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT. Bank Mega Syariah di Makassar	Independen (X): Pelayanan, Keyakinan Agama, dan Lokasi Dependen (Y): Minat Menabung Nasabah pada PT. Bank Mega Syariah di Makassar	Ketiga variable berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Mega Syariah di Makassar	Perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang Minat Menabung Nasabah Pada PT. Bank Mega Syariah di Makassar. Sedangkan, penelitian saat ini lebih fokus membahas tentang Preferensi Pedagang Dalam memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah.
2.	Siti Aisyah (2014)	Pengaruh Pelayanan, Produk, Agama, Didik Terhadap Preferensi Usaha Kecil dan Mikro di Pasar Baru Cikarang Dalam Memilih Akses Pembiayaan	Independen (X): Layanan, Produk, Agama, dan Didik Dependen (Y): Preferensi Usaha Kecil dan Mikro di Pasar Baru Cikarang Dalam Memilih	Hanya ada satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap preferensi Usaha Kecil Mikro (UKM) di Pasar Baru Cikarang dalam memilih akses pembiayaan yaitu faktor produk yang meliputi: bunga/margin/ bagi hasil yang rendah, produk yang beragam, plafond yang	Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menganalisis akses pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah maupun Konvensional. Sedangkan, penelitian saat ini hanya Lembaga Keuangan Syariah tanpa Lembaga Keuangan Konvensional

			Akses Pembiayaan	sesuai dengan kebutuhan, dan terdapatnya bimbingan untuk pengembangan usaha	
3.	Ayif Fathurrahman & Umi Azizah (2018)	Analisis Faktor-faktor Preferensi Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)	Independen (X): Faktor Agama, Faktor Biaya, Faktor Manfaat, Faktor Fasilitas, Dan Faktor Pengetahuan Dependen (Y): Preferensi Mahasiswa	Hanya ada tiga faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi mahasiswa pada perbankan syariah yaitu faktor agama, faktor fasilitas, dan faktor pengetahuan. Sedangkan untuk faktor biaya berpengaruh negative dan tidak signifikan, serta faktor manfaat berpengaruh positif namun tidak signifikan.	Perbedaannya yakni pada penelitian terdahulu terdapat variable independen biaya, manfaat, fasilitas, dan pengetahuan. Sedangkan, penelitian saat ini membahas variable independen pelayanan, sosial, lokasi, dan agama. Selain itu, penelitian terdahulu fokus kepada mahasiswa. Sedangkan penelitian saat ini fokus kepada pedagang.
4.	Anggriani Dewi (2018)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah di Kota Palopo	Independen (X): Faktor Religi, Faktor Produk, Dan Faktor Kualitas Pelayanan Dependen (Y): Preferensi Nasabah	Hanya ada dua faktor yang berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah yaitu faktor religi dan faktor produk. Sedangkan faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan.	Perbedaannya penelitian terdahulu membahas tiga variabel independen yaitu variabel faktor religi, faktor produk, dan faktor kualitas pelayanan. Sedangkan, penelitian saat ini membahas empat variabel

					independen yaitu variabel faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama.
5.	Muhammad Rafi'i Sanjani & Indah Fitriana Sari (2021)	Preferensi Nasabah Pelaku UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus UMKM Kota Mataram Nusa Tenggara Barat)	Independen (X): Menjalankan syariat islam, Bagi Hasil, Persyaratan Pembiayaan, Pelayanan Karyawan, dan Kecepatan Proses Pemberian Pembiayaan Dependen (Y): Preferensi Nasabah Pelaku UMKM	Kelima variabel independen berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pelaku UMKM dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah Indonesia	Perbedaannya penelitian terdahulu membahas mengenai Preferensi Nasabah Pelaku UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia. Sedangkan, penelitian saat ini membahas tentang Preferensi Pedagang Pasar Wage Dalam Memilih Sumber Permodalan Di Lembaga Keuangan Syariah

B. Kajian Teori

1. Definisi Pelayanan, Sosial, Lokasi, Agama

a. Pelayanan

Menurut Gronroos (dalam Setyobudi, 2014). Definisi pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Selain definisi di atas Kotler pun ikut mendefinisikan pelayanan sebagai setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu

produk secara fisik (Setyobudi, 2014). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa pengertian pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain (KBBI.web.id 14 Desember 2021)

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang) (KBBI.web.id 14 Desember 2021). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain (Oliver, 2013).

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam suatu usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan apabila dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Dengan adanya kompetisi seperti itu menumbuhkan dampak positif dalam organisasi perusahaan untuk bersaing dalam pelaksanaan layanan melalui berbagai cara, teknik dan metode yang dapat menarik lebih banyak orang menggunakan jasa atau produk oleh organisasi perusahaan.

Maka dari itu, dengan pelayanan yang baik dan memuaskan, lembaga keuangan syariah diharapkan dapat mejadi contoh dan dapat memperluas pangsa pasar ke pedagang-pedagang yang masih menggunakan rentenir sebagai sumber permodalan.

Terdapat lima dimensi mengenai pelayanan (*customer service*), antara lain: (Mamun & Ningsih, 2021)

1) Dimensi Kehandalan (*Reliability*)

Dimensi kehandalan merujuk pada kemampuan memberikan layanan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2) Dimensi Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu keinginan *Customer Service* untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. *Customer Service* senantiasa membantu nasabah yang membutuhkan bantuan atau nasabah yang memiliki keluhan. Dalam menangani keluhan pelanggan, *Customer Service* akan mendengarkan apa yang terjadi ketidakpuasan nasabah, kemudian berusaha menjawab keluhan nasabah atau jika ada permasalahan yang tidak dapat ditangani sendiri maka meminta bantuan kepada atasannya (*one up level*) seperti *supervisor* atau *manager*.

3) Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Dimensi jaminan mencakup pengetahuan, keramahan *Customer Service* dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

4) Dimensi Empati (*Empathy*)

Dimensi empati merujuk pada sejauh mana tingkat pemahaman serta perhatian secara individual yang diberikan *Customer Service* kepada nasabahnya. *Customer Service* selalu berusaha untuk melakukan komunikasi yang terbuka dan transparan atau tidak ada yang ditutup-tutupi kecuali jika bersifat rahasia, juga untuk menghindari kebohongan.

5) Dimensi yang dapat Terlihat (*Tangibility Dimensi*)

Sebagai seorang *Customer Service*, penampilan seorang *Customer Service* sangat penting karena mereka langsung berhubungan dengan nasabah. Citra yang ditampilkan oleh

Customer Service mencerminkan citra diri perusahaan. Standar penampilan dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank sehingga dapat terlayani dengan baik dan membuat nasabah puas. Penampilan *Customer Service* diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan *image* positif bagi perusahaan.

b. Sosial

Definisi sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dari sebuah hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) didalam posisi-posisi sosial tertentu berdasarkan suatu system nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu (Ainun, 2017). Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup seorang diri karena akan selalu dihadapkan dengan berbagai permasalahan yang terkadang tidak dapat diatasi oleh seorang diri. Artinya, peranan sosial dalam kehidupan manusia menjadi penting karena kerap kali seorang individu menaruh harapan terhadap individu lainnya. Ketika individu sedang berhubungan dengan individu lain, berarti individu tersebut sedang berinteraksi. Menurut H. Bonner (dalam Gerungan, 2012), Interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu manusia, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya (Gerungan, 2012).

Dengan adanya kehidupan antar masyarakat, para pedagang yang tadinya belum mengetahui lembaga keuangan syariah akhirnya mulai mencari tahu lembaga keuangan syariah dan akhirnya dengan berbagai pertimbangan mereka menggunakan produk dan jasa tersebut.

Ada beberapa indikator faktor sosial, diantaranya sebagai berikut: (Silalahi & Purba, 2019)

- 1) Kelompok referensi, adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen.
- 2) Keluarga, merupakan kelompok referensi yang paling penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen.
- 3) Peranan sosial dan status, yaitu setiap peranan membawa status yang mencerminkan harga diri menurut masyarakat sekitarnya. Dalam hal ini, orang akan cenderung memilih produk yang mengkomunikasikan peran dalam masyarakat.

c. Lokasi

Menurut Kotler (2008) dalam penelitian Afrian Rachmawati dan Gusti Oka Widana (2019), menyatakan bahwa salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim, politik, dan sebagainya (Rachmawati & Widana, 2019). Selain itu, Lokasi juga dapat diartikan sebagai tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Riza, 2018).

Dengan pemilihan lokasi yang strategis, lembaga keuangan syariah dapat dengan mudah untuk mempromosikan suatu produk atau jasa kepada pedagang Pasar Wage guna memenuhi sumber permodalan mereka demi tercapainya kesejahteraan dan keadilan dalam masyarakat.

Ada 3 indikator variabel lokasi, diantaranya yaitu:
(Rachmawati & Widana, 2019)

- 1) Keterjangkauan lokasi
- 2) Kelancaran akses menuju lokasi
- 3) Kedekatan lokasi

d. Agama

Islam adalah satu-satunya agama yang sempurna yang mengatur seluruh sendi kehidupan manusia dan alam semesta. Ajaran islam tidak hanya terbatas pada masalah hubungan pribadi antara seorang individu dengan penciptanya (*hablum minallah*), namun mencakup pula masalah hubungan antarsesama manusia (*hablum minannas*), bahkan juga hubungan antara manusia dengan makhluk lainnya termasuk dengan alam dan lingkungan. Jadi, islam adalah suatu cara hidup, *way of life* yang membimbing seluruh aspek kehidupan manusia.

Agama islam memiliki tiga aspek utama, yakni aspek *aqidah*, aspek *syariah*, dan aspek *akhlak*. Akidah disebut juga *iman*, sedangkan syariah adalah *islam*, dan akhlak disebut juga *ihsan*. Aqidah menunjukkan kebenaran Islam, Syariah menunjukkan keadilan Islam, dan Akhlak menunjukkan keindahan Islam. Aspek-aspek tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut: (Karim, 2017)

- 1) Aspek akidah, adalah aspek yang berhubungan dengan masalah-masalah keimanan dan dasar-dasar agama (*ushuluddin*). Karena itu, sering kali kata '*aqidah dan iman* digunakan secara bergantian. Akidah memberikan visi dan makna bagi eksistensi kehidupan manusia di bumi. Akidah inilah yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan mengenai hakikat kehidupan, dari mana asal-muasalnya, apa maknanya, apa yang harus dilakukan manusia dalam hidupnya, ke mana hidup ini harus diarahkan, serta ke mana semuanya ini akan menuju atau berakhir. Karena itu, akidah adalah ruh bagi setiap orang, yang apabila dipegang teguh akan memberikan kehidupan yang baik dan menggembirakan bagi yang bersangkutan. Sebaliknya tanpa akidah, hidup ini akan kehilangan maknanya dan karenanya akan matilah semangat keruhanian manusia.

- 2) Aspek syariah, adalah hukum-hukum dan peraturan yang dibebankan oleh Allah swt. kepada hamba-hamba-Nya. Syariat ini berisi perintah-perintah dan larangan-larangan. Penafsiran ulama terhadap syariat ini dinamakan fiqih. Syariah terbagi menjadi dua yakni ibadah dan muamalah oeh karena itu fiqih pun terbagi menjadi dua yakni fiqih *ibadah* dan fiqih *muamalah*. Dengan demikian, para ulama telah merumuskan bahwa hukum asal ibadah adalah segala sesuatunya dilarang dikerjakan, kecuali yang ada petunjuknya dalam Qur'an atau Sunnah. Karena itu, masalah-masalah ibadat sudah diatur dengan rinci tata caranya, sehingga tidak dibolehkan lagi melakukan penambahan atau perubahan (*bid'ah*). Singkatnya tidak ada kreativitas dalam masalah-masalah ibadah. Dilain pihak, hukum asal muamalat menyatakan bahwa segala sesuatunya dibolehkan, kecuali ada larangan dalam Quran dan Sunnah. Jadi, sesungguhnya terdapat lapangan yang luas sekali dalam bidang muamalah. Yang perlu dilakukan hanyalah mengidentifikasi hal-hal yang dilarang (*haram*), kemudian menghindarinya. Selain yang haram-haram tersebut, kita boleh melakukan apa saja, menambah, menciptakan, mengembangkan, dan lain-lain, harus ada "kreativitas" dalam bidang muamalah. Kreativitas inilah yang akan terus-menerus mengakomodasi perubahan-perubahan dalam berbagai bidang yang terjadi di masyarakat.
- 3) Aspek akhlak, adalah bagaimana perilaku seseorang terhadap Allah dan juga terhadap sesama makhluk.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa islam adalah suatu pandangan atau cara hidup yang mengatur semua sisi kehidupan manusia, maka tidak ada satu aspek kehidupan manusia yang terlepas dari ajaran Islam, termasuk aspek ekonomi.

Menurut M.A Mannan (dalam Muhammad, 2008), Ekonomi Islam adalah suatu studi sosial yang mempelajari masalah ekonomi manusia berdasarkan nilai-nilai islam (Muhammad, 2008). Ekonomi islam melarang adanya transaksi yang haram, riba, gharar, dan lain-lain. Namun, pemahaman dan pengetahuan masyarakat khususnya pedagang Pasar Wage terhadap ekonomi islam khususnya lembaga keuangan syariah masih kurang. Dimana masih banyak pedagang Pasar Wage yang masih menggunakan rentenir (koperasi abal-abal) sebagai sumber permodalan padahal mayoritas mereka beragama islam. Tetapi, tidak sedikit pula pedagang Pasar Wage yang belum memahami ekonomi islam karena ternyata banyak pula dari mereka yang menggunakan lembaga keuangan syariah sebagai sumber permodalan.

Ada 3 indikator untuk variabel syariah compli, diantaranya sebagai berikut: (Sanjani & Sari, 2021)

- 1) Keadilan, yaitu dapat dilihat dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.
- 2) Kesederajatan, yaitu lembaga keuangan syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.
- 3) Ketentraman, yaitu produk-produk di lembaga keuangan syariah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah islam, antara lain tidak adanya unsur riba.

2. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Di dalam kamus Besar Bahasa Indonesia kata preferensi memiliki beberapa arti yaitu (hak untuk) didahulukan atau diutamakan dari pada yang lain; prioritas; pilihan; kecenderungan; kesukaan (KBBI.web.id 17 Desember 2021). Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada (Kotler, 2000). Preferensi juga diartikan sebagai suatu pilihan seseorang apakah suka atau tidak terhadap suatu produk atau jasa (Purba, 2021). Oleh karena itu, istilah preferensi secara umum dapat diartikan sebagai suatu sikap suka terhadap sesuatu lebih dari yang lainnya dan akan terlihat ketika seseorang menetapkan pilihannya. Akan tetapi preferensi atau pilihan seseorang tidaklah tetap, bisa berubah seiring berjalannya waktu dengan berbagai pengaruh situasi yang mungkin ada terhadap sikap dan perilaku konsumen.

b. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan. Selain itu, perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang dilakukan dalam memilih, menentukan, mendapatkan, menggunakan, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan serta dampak proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat.

Semua konsumen tentunya akan membuat berbagai macam keputusan untuk menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk ataupun jasa. Proses pengambilan keputusan oleh konsumen sering kali masih menjadi masalah yang kompleks yang mendasari pengambilan keputusan tersebut. Menurut Kotler (dalam Setyobudi

2014) seorang konsumen dalam menentukan pilihannya akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: (Setyobudi, 2014)

1) Faktor kebudayaan yang terdiri dari:

- a) Kebudayaan, ini merupakan faktor penentu yang sangat dasar dari perilaku konsumen.
- b) Sub-budaya, dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.
- c) Kelas sosial, yaitu kelompok yang relative homogen serta bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang telah tersusun secara hierarki dan anggota-anggotanya memiliki perilaku, minat, dan motivasi yang hamper sama atau serupa.

2) Faktor sosial yang terdiri dari:

- a) Kelompok referensi, yaitu kelompok yang memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap sikap maupun perilaku konsumen.
- b) Keluarga, ini akan membentuk sebuah referensi yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Peran suami dan istri dalam penelitian sangat bervariasi sesuai kategori produk atau jasa yang dibeli.
- c) Peran dan status, ini akan menentukan posisi seseorang dalam suatu kelompok. Setiap peranan membawa status yang mencerminkan harga diri menurut masyarakat sekitarnya. Disamping itu orang akan cenderung memilih produk yang mengkomunikasikan peran dalam masyarakat.

3) Faktor pribadi yang terdiri dari:

- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, ini akan menentukan selera seseorang terhadap produk atau jasa.
- b) Pekerjaan, hal ini akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

- c) Keadaan ekonomi, yaitu terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam.
 - d) Gaya hidup yaitu pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup ini menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan, disamping itu juga dapat mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang, misalnya kepribadian.
 - e) Kepribadian dan konsep diri, kepribadian ini adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relative konsisten.
- 4) Faktor psikologis yang terdiri dari:
- a) Motivasi, yaitu suatu dorongan yang menekan seseorang sehingga mengarahkan seseorang untuk bertindak.
 - b) Persepsi, orang yang sudah mempunyai motivasi untuk bertindak akan dipengaruhi persepsinya pada situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Persepsi itu sendiri memiliki arti yaitu suatu proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan sesuatu gambaran yang berarti.
 - c) Proses belajar, yaitu perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
 - d) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan ini akan membentuk citra produk dan merek, serta orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Sedangkan sikap akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku yang relative konsisten terhadap objek-objek yang sama.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor budaya dan sosial dapat bisa dikategorikan menjadi faktor eksternal. Sedangkan, faktor pribadi dan psikologis merupakan faktor internal. Faktor-faktor tersebut dikategorikan sebagai faktor eksternal dan internal yang menjadi penentu perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan, baik dalam hal mengkonsumsi produk atau jasa, melakukan pembiayaan, berasuransi, investasi, serta melakukan kegiatan ekonomi lainnya.

Menurut Husein (dalam Bentarti, 2021), ada beberapa indikator dalam membentuk preferensi konsumen seperti budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, motivasi, persepsi, serta kepercayaan.

3. Modal

a. Definisi Modal

Kata Modal dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan (KBBI.web.id 14 Desember 2021). Modal dalam pengertian ini dapat dipahami sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak orang yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah usaha. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan. Yang menjadi persoalan di sini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar.

b. Macam-macam Modal

1) Modal sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri seperti tabungan, sumbangan, hibah, saudara, dan lain-lain (Mardiyatmo, 2008).

Kelebihan dari modal sendiri, antara lain:

- a) Tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban perusahaan.
- b) Tidak tergantung pada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik dana.
- c) Tidak ada keharusan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan pemilik akan tertanam lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan pihak lain.

Kekurangan dari modal sendiri, antara lain:

- a) Jumlahnya terbatas, artinya untuk memperoleh dalam jumlah tertentu sangat tergantung dari pemilik dan jumlahnya relatif terbatas.
- b) Perolehan modal sendiri dalam jumlah tertentu dari calon pemilik baru (calon pemegang saham baru) sulit karena mereka akan mempertimbangkan kinerja dan prospek usahanya.

2) Modal asing (pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang biasanya diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Disamping itu, dengan menggunakan modal pinjaman biasanya timbul motivasi dari pihak manajemen untuk

mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh. Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari:

- a) Pinjaman dari dunia perbankan, baik dari perbankan swasta maupun pemerintah atau perbankan asing.
- b) Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan pegadaian, modal ventura, asuransi leasing, dana pensiun, koperasi atau lembaga pembiayaan lainnya.
- c) Pinjaman dari perusahaan non keuangan.

Kelebihan dari modal pinjaman, antara lain:

- a) Jumlahnya tidak terbatas, artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber. Selama dana yang diajukan perusahaan layak, perolehan dana tidak terlalu sulit. Banyak pihak berusaha menawarkan dananya ke perusahaan yang dinilai memiliki prospek cerah.
- b) Motivasi usaha tinggi. Hal ini merupakan kebalikan dari menggunakan modal sendiri. Jika menggunakan modal asing, motivasi pemilik untuk memajukan usaha tinggi, ini disebabkan adanya beban bagi perusahaan untuk mengembalikan pinjaman.

Kekurangan dari modal pinjaman, antara lain:

- a) Dikarenakan berbagai biaya seperti bunga dan biaya administrasi. Pinjaman yang diperoleh dari lembaga lain sudah pasti disertai berbagai kewajiban untuk membayar jasa seperti bunga, biaya administrasi, biaya privisi dan komisi, materai, dan asuransi.
- b) Harus dikembalikan. Modal asing wajib dikembalikan dalam jangka waktu yang telah disepakati. Hal ini bagi perusahaan yang sedang mengalami likuiditas merupakan beban yang harus ditanggung.

- c) Beban moral. Perusahaan yang mengalami kegagalan atau masalah yang mengakibatkan kerugian akan berdampak terhadap pinjaman sehingga akan menjadi beban moral atas utang yang belum atau akan dibayar (Kasmir, 2007).

4. Lembaga Keuangan Syariah

a. Definisi Lembaga Keuangan Syariah

Menurut Burhanuddin (2010), lembaga keuangan (finansial institution) adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak dibidang jasa keuangan baik itu menghimpun dana, menyalurkan, dan atau jasa-jasa keuangan lainnya. Lembaga-lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah disebut Lembaga Keuangan Syariah.

Lembaga keuangan syariah berfungsi menyediakan jasa perantara bagi pemilik modal dengan perusahaan yang membutuhkan dana tersebut. Kehadiran lembaga keuangan inilah yang memfasilitasi arus peredaran uang dalam dunia bisnis, sehingga uang dari masyarakat dapat dikumpulkan dalam berbagai bentuk produk penghimpunan dana sebelum disalurkan kembali kepada yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan.

Keberadaan lembaga keuangan syariah sekarang ini menunjukkan adanya perkembangan yang sangat menggembirakan. Hal ini sejalan dengan semakin meningkatnya kesadaran sebagian besar umat islam untuk melaksanakan syariat islam secara menyeluruh. Perkembangan ini tentu memberikan harapan baru bagi para pelaku usaha untuk menjalankan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan materiil semata, tetapi juga sesuai dengan spirit hukum syariah yang menjanjikan pemenuhan kebutuhan batiniyah (Burhanuddin, 2010).

b. Lembaga Keuangan Syariah Bank dan Non-Bank

Lembaga keuangan syariah tidak hanya terdiri dari perbankan syariah saja, namun lembaga keuangan yang berdasarkan

prinsip-prinsip syariah baik itu bank maupun bukan bank pun juga termasuk lembaga keuangan syariah, diantara lembaga keuangan syariah yang dapat memberikan akses pembiayaan adalah:

- 1) Perbankan Syariah, merupakan usaha perbankan yang menjalankan operasional bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, berupa ketentuan perikatan sesuai dengan hukum islam yang diberlakukan antara perusahaan bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana masyarakat dan membiayai aktivitas bisnis atau kegiatan-kegiatan lain yang telah memenuhi ketentuan syariat islam (Rismala et al., 2020).
- 2) Badan Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), merupakan bagian dari system perbankan di Indonesia yang berperan cukup besar dalam perekonomian. Kegiatan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) hampir sama dengan kegiatan Bank Umum Syariah (BUS), yaitu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat serta kegiatan di bidang jasa, namun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tidak diperkenankan memberikan jasa dalam lalu lintas, seperti kegiatan kliring, inkaso dan menerbitkan giro (Santosa, 2021).
- 3) Koperasi Syariah, adalah suatu perkumpulan atau organisasi yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang bekerja sama dengan penuh kesadaran untuk meningkatkan kesejahteraan anggota atas dasar suka rela secara kekeluargaan (Yuniar et al., 2021).
- 4) Baitul Maal Wat Tamwil, merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki tugas menghimpun sekaligus menyalurkan dana kepada para anggota. BMT ini tidak menuntut untuk mendapatkan keuntungan. Adapun contoh penerapan dari lembaga keuangan ini diantaranya adalah penghimpunan dan penyaluran infak, zakat, dan sedekah (Khikmatin & Setianingsih, 2021).

5) Pegadaian Syariah, adalah suatu lembaga keuangan syariah non-bank yang memberikan jasa pembiayaan kepada masyarakat, dimana jasa pegadaian ini berorientasi pada jaminan. Hal tersebut untuk mengatasi agar masyarakat yang membutuhkan uang tidak jatuh ke tangan para pelepas uang atau tukang ijon atau tukang rentenir yang bunganya relatif tinggi. Maka dari itu, Pegadaian Syariah menyediakan pinjaman uang dengan jaminan barang-barang berharga (Aisah et al., 2021).

c. Prinsip-prinsip Lembaga Keuangan Syariah

Dalam operasionalnya, lembaga keuangan syariah berada dalam koridor prinsip-prinsip: (Khikmatin & Setianingsih, 2021)

- 1) Keadilan, yakni prinsip berbagi atas keuntungan penjualan yang sebenar-benarnya berdasarkan dari kontribusi serta resiko dari setiap pihak.
- 2) Kemitraan, ialah prinsip dimana kesetaraan antara masing-masing pihak yang terlibat di dalam kerjasama tersebut. Posisi dari nasabah investor (penyimpanan dana), serta penggunaan dana, dan lembaga keuangan itu sejajar sebagai mitra usaha dan saling bersinergi agar dapat memperoleh sebuah keuntungan.
- 3) Transparansi, merupakan lembaga keuangan syariah yang mana harus memberikan sebuah laporan keuangan berkesinambungan kepada pihak nasabah investor atau setiap pihak yang terlibat didalamnya supaya dapat mengetahui kondisi nyata dari dana dan harus dilakukan secara terbuka.
- 4) Universal, ialah sebuah prinsip keharusan dari lembaga keuangan syariah untuk memberikan ras, agama, suku, serta golongan masyarakat dalam pemberian layanan harus sesuai prinsip islam.

Dalam proses transaksi, terdapat hal yang dilarang di dalam lembaga keuangan syariah, hal ini dikarenakan dalam bentuk

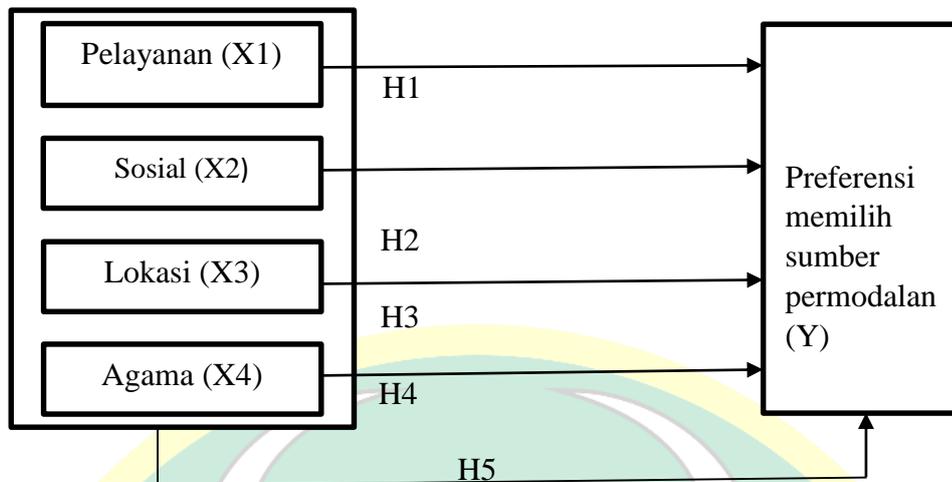
transaksi terdapat kemungkinan adanya unsur-unsur yang menjadikan suatu transaksi menjadi haram.

Berikut diantara bentuk transaksi yang dilarang baik di dalam Al-Qur'an maupun Hadits: (Karim, 2017)

- 1) Tadelis (penipuan), adalah situasi dimana adanya penipuan dari pihak penjual yang tidak diketahui oleh pihak pembeli.
- 2) Riba, adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun pinjam-meminjam, secara bathil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam islam.
- 3) Gharar, disebut juga taghrir adalah situasi dimana terjadi ketidakpastian dari kedua belah pihak yang bertransaksi.
- 4) Ikhtikar, adalah rekayasa pasar dalam supply dimana seorang penjual mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara mengurangi supply agar harga produk yang dijualnya naik.
- 5) Ba'i Najasy, adalah rekayasa pasar dalam demand dimana seorang pembeli menciptakan permintaan palsu, seolah-olah ada banyak permintaan terhadap suatu produk sehingga harga jual produk itu akan naik.
- 6) Maysir (perjudian), adalah suatu permainan yang menempatkan salah satu pihak harus menanggung beban pihak yang lain akibat permainan tersebut.
- 7) Risywah (suap-menyuap), adalah memberi sesuatu kepada pihak lain untuk mendapatkan sesuatu yang bukan haknya.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian pengaruh faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan dilembaga keuangan syariah, sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

D. Rumusan Hipotesis

Hipotesis atau kesimpulan yang sifatnya sementara dibuktikan kebenarannya mengidentifikasi bahwa.

1. Pengaruh Faktor Pelayanan Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain (Oliver, 2013).

Jurnal Muhammad Rafi'i Sanjani & Indah Fitriana Sari (2021), yang berjudul "Preferensi Nasabah Pelaku UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus UMKM Kota Mataram Nusa Tenggara Barat)", diperoleh hasil bahwa

variabel pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pelaku UMKM dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan teori dan penelitian di atas dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh antara faktor pelayanan terhadap preferensi memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.

2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Definisi sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dari sebuah hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) didalam posisi-posisi sosial tertentu berdasarkan suatu system nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu (Ainun, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Finna Putri Barna (2010), dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim)”, diperoleh hasil bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan produk dan jasa Bank Mega Syariah. Berdasarkan teori dan penelitian di atas dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₂: Terdapat pengaruh antara faktor sosial terhadap preferensi memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.

3. Pengaruh Faktor Lokasi Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Riza, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Finna Putri Barna (2010), dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang

Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim)”, diperoleh hasil bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan produk dan jasa Bank Mega Syariah. Berdasarkan teori dan penelitian di atas dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₃: Terdapat pengaruh antara faktor lokasi terhadap preferensi memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.

4. Pengaruh Faktor Agama Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Islam adalah satu-satunya agama yang sempurna yang mengatur seluruh sendi kehidupan manusia dan alam semesta. Ajaran islam tidak hanya terbatas pada masalah hubungan pribadi antara seorang individu dengan penciptanya, namun mencakup pula masalah hubungan antar sesama manusia bahkan juga hubungan antara manusia dengan makhluk lainnya termasuk dengan alam dan lingkungan. Jadi, islam adalah suatu cara hidup yang membimbing seluruh aspek kehidupan manusia (Karim, 2017).

Jurnal Ayif Fathurrahman & Umi Azizah (2018), dengan judul “Analisis Faktor-faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”, diperoleh hasil bahwa faktor agama berpengaruh positif terhadap tingkat preferensi mahasiswa pada Perbankan Syariah. Berdasarkan teori dan penelitian di atas dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₄: Terdapat pengaruh antara faktor agama terhadap preferensi memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.

5. Pengaruh Antara Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, dan Agama Secara Simultan Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Pada Lembaga Keuangan Syariah Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, Dan Agama akan selalu berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih lembaga keuangan syariah ini yang juga berhubungan dengan preferensi nasabah. Maka dari itu, penulis menduga bahwa faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi preferensi nasabah sehingga dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₅: Terdapat pengaruh antara faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama secara simultan terhadap preferensi memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner ke Pedagang Pasar Wage Purwokerto.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini di Pasar Wage Purwokerto, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, dengan waktu observasi pendahuluan pada 7 September 2021 dan dilanjutkan penelitian pada Januari 2022 sampai dengan Februari 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian". Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pedagang Pasar Wage Purwokerto yang menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah. Berdasarkan data pengajuan surat usaha yang diajukan oleh pedagang kepada pengelola pasar wage yang nantinya digunakan untuk mengajukan permodalan di lembaga keuangan syariah ada sebanyak 134 pedagang.

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling". Sampel pada penelitian ini adalah sebagian para pedagang pasar Wage yang diambil dari populasi pedagang secara keseluruhan. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan cara *Non Probability Sampling*. *Non*

Probability Sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah *Sampling Purposive* yakni ciri utama dari sampling ini ialah apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian (Hardani et al., 2020). Seperti dalam penelitian ini ialah responden yang merupakan pedagang yang menjadi nasabah Lembaga Keuangan Syariah.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dengan standar error 5%, dengan rumus sebagai berikut: (Sugiyono, 2018).

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

Dimana :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

E = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), Penulis menggunakan 5%

Berdasarkan rumus *slovin* di atas dapat dihitung jumlah sampel yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{134}{1 + 134 (0,05)^2} = 101$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh besaran sampel yang dijadikan sebagai responden adalah sebanyak 101 pedagang.

D. Sumber Data

1. Data Primer, mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung. Cara paling umum untuk mengumpulkan data primer untuk penelitian kuantitatif adalah penggunaan eksperimen dan survey

melalui penyebaran kuesioner (angket). Dalam penelitian ini data primer tersebut ialah hasil wawancara dan penyebaran kuesioner yang dibagikan dalam bentuk hardfile kepada pedagang Pasar Wage.

2. Data Sekunder, merupakan data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau sumber kedua. Data tersebut didapatkan dengan cara mempelajari buku, dokumen, jurnal, dan internet yang dapat mendukung penelitian yang berkaitan dan relevan dengan masalah penelitian serta untuk melengkapi data primer (Hardani et al., 2020). Data sekunder pada penelitian ini meliputi SPS (Statistik Perbankan Syariah) yang diperoleh dari situs resmi OJK, buku, dan jurnal terkait dengan faktor pelayanan, sosial, lokasi, agama, dan preferensi nasabah.

E. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variable yang akan dipengaruhi oleh variable lain. Variable terikat dalam penelitian ini yaitu preferensi pedagang Pasar Wage dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah. Variabel terikat dikonotasikan dengan symbol Y.

2. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel Bebas adalah variable yang akan mempengaruhi variable dependen (terikat). Variable bebas dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pedagang Pasar Wage dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah, yaitu: faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama. Variabel Bebas dikonotasikan dengan symbol X.

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Pelayanan (X ₁) Teori: Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap	<ul style="list-style-type: none"> - Keandalan - Cepat Tanggap - Jaminan - Empati 	1. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena pelayanannya cepat

<p>kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang) (KBBI.web.id 14 Desember 2021). Maka dari itu dimensi dari pelayanan (customer service) meliputi Keandalan (<i>Reliability</i>), Cepat Tanggap (<i>Responsiveness</i>), Jaminan (<i>Assurance</i>), Empati (<i>Empathy</i>), Bukti Fisik (<i>Tangibility</i>) (Mamun & Ningsih, 2021).</p>	<p>- Bukti Fisik</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena pelayanannya akurat 3. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena pelayanannya memuaskan 4. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena cepat tanggap dalam melayani nasabah 5. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena selalu menerapkan 3 S (Senyum, Sapa, Salam) 6. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena terbuka dengan complain 7. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena penampilan pegawainya rapi 8. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena penampilan pegawainya sopan
<p>Sosial (X₂) Teori: Sosial yaitu suatu tatanan dari sebuah hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) didalam posisi-posisi sosial tertentu berdasarkan suatu system nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu (Ainun, 2017). Maka dari itu, indicator dari faktor sosial antara lain: Kelompok Referensi, Keluarga,</p>	<p>- Kelompok referensi - Keluarga - Peran dan Status</p>	<ol style="list-style-type: none"> 9. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena mendapat saran dari teman 10. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena mendapat saran dari keluarga 11. Saya Memilih Lembaga Keuangan Syariah karena kenal dengan pegawainya

serta Perananan Sosial dan Status (Silalahi & Purba, 2019)		
<p>Lokasi (X₃)</p> <p>Teori: Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Riza, 2018). Maka dari itu, variabel lokasi lebih memakai indicator berikut: Keterjangkauan Lokasi, Kelancaran Akses Menuju Lokasi, Kedekatan Lokasi (Rachmawati & Widana, 2019).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Keterjangkauan Lokasi - Kelancaran Akses Menuju Lokasi - Kedekatan Lokasi 	<p>12. Saya Memilih Lembaga Keuangan Syariah karena lokasinya mudah dijangkau</p> <p>13. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena akses menuju lokasi lancar</p> <p>14. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena lokasinya dekat dengan saya berjalan</p>
<p>Agama (X₄)</p> <p>Teori: Islam adalah satu-satunya agama yang sempurna yang mengatur seluruh sendi kehidupan manusia dan alam semesta. Ajaran islam tidak hanya terbatas pada masalah hubungan pribadi antara seorang individu dengan penciptanya, namun mencakup pula masalah hubungan antar sesama manusia bahkan juga hubungan antara manusia dengan makhluk lainnya termasuk dengan alam dan lingkungan. Jadi, islam adalah suatu cara hidup yang membimbing seluruh aspek kehidupan manusia. Maka tidak ada satu aspek kehidupan manusia yang terlepas dari ajaran agama islam, termasuk aspek ekonomi. Dimana aspek ekonomi islam melarang adanya transaksi yang haram, riba, gharar, dan lainnya (Karim, 2017). Maka dari itu indicator dari faktor agama meliputi Keadilan, Kesederajatan, Ketentraman (Sanjani & Sari, 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Keadilan - Kesederajatan - Ketentraman 	<p>15. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena dalam praktiknya menerapkan imbalan atas dasar bagi hasil yang disepakati antara kedua belah pihak</p> <p>16. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan seimbang antara nasabah dengan bank.</p> <p>17. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena telah sesuai dengan prinsip islam</p> <p>18. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena tidak adanya unsur riba</p>

<p>Preferensi (Y)</p> <p>Teori: Di dalam kamus besar bahasa Indonesia kata preferensi memiliki beberapa arti yaitu (hak untuk) didahulukan dan diutamakan daripada yang lain; prioritas; pilihan; kecenderungan; kesukaan (KBBI.web.id 31 Juli 2021). Ada beberapa indikator dalam membentuk preferensi konsumen menurut Husein (dalam Bentarti, 2021) yaitu Budaya, Kelas Sosial, Pengaruh Pribadi, Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, serta Kepercayaan (Bentarti et al., 2021).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Budaya - Kelas Sosial - Pengaruh Pribadi - Motivasi - Persepsi - Pengetahuan - Kepercayaan 	<p>19. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena sesuai dengan syariat islam</p> <p>20. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena para pedagang menggunakan produk dan jasa Lembaga Keuangan Syariah</p> <p>21. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena produk dan jasanya sesuai dengan kebutuhan</p> <p>22. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena untuk memenuhi kebutuhan usaha</p> <p>23. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena lebih baik dari Lembaga Konvensional</p> <p>24. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena informasi yang saya dapatkan</p> <p>25. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena pengalaman yang saya rasakan</p> <p>26. Saya memilih Lembaga Keuangan Syariah karena pelayanannya dapat dipercaya</p>
---	--	--

F. Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

- a. Teknik Observasi, merupakan teknik evaluasi penelitian yang paling umum digunakan. Biasanya digunakan untuk mengevaluasi aspek kognitif dan non-kognitif responden dan digunakan untuk

evaluasi kinerja, minat, sikap, nilai-nilai terhadap masalah dan situasi responden (Hardani et al., 2020).

- b. Teknik Wawancara, merupakan tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu (Hardani et al., 2020). Wawancara dalam penelitian pendahuluan ini yakni dengan pengelola Pasar Wage dan pedagang Pasar Wage terkait dengan preferensinya dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Syariah.
- c. Teknik Kuesioner, teknik ini menggunakan daftar periksa (checklist) dan skala penilaian. Perangkat ini membantu menyederhanakan dan mengukur perilaku dan sikap responden. Daftar periksa (checklist) adalah daftar perilaku, karakteristik, atau entitas lain yang dicari peneliti. Baik peneliti atau peserta survei hanya memeriksa apakah setiap item dalam daftar diamati, hadir atau benar atau sebaliknya. Skala penilaian lebih berguna ketika suatu perilaku perlu dievaluasi biasanya menggunakan skala Likert. Kuesioner langsung dibagikan kepada pedagang Pasar Wage (Hardani et al., 2020).

Tabel 3.2
Bobot Nilai Kuesioner

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

- d. Teknik Dokumentasi, pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Hardani et al., 2020). Teknik dokumentasi yang penulis gunakan yaitu dengan mengumpulkan data sekunder

seperti data statistic perbankan syariah, data pedagang pasar wage, jurnal, dan buku-buku yang berkaitan dengan variabel.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menentukan sejauh mana suatu instrument mengukur apa yang sebenarnya diukur. Dalam penelitian yang sifatnya deskriptif (*eksplanatif*) yang menyertakan variable atau konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, alat ukur harus valid agar penelitian dapat dipercaya (Duli, 2019).

Pengujian validitas dilakukan dengan menguji setiap item pertanyaan yang mewakili indikator variable. Pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS, dengan ketentuan jika setiap indikator variabel memiliki nilai validitas $> 0,5$ berarti dapat dikatakan bahwa pertanyaan itu valid (Triuspitorini, 2019). Pengujian validitas juga dapat diketahuin dengan membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel. Jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka angket penelitian dinyatakan valid (Wijaya & Ariyani, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemah dari kata reliability yang mempunyai asal kata *rely* yang artinya percaya, sedangkan reliabel artinya dapat dipercaya. Keterpercayaan berhubungan dengan ketepatan dan konsistensi (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian ini menggunakan SPSS dengan menggunakan rumus *Alpha Cornbach* karena instrument penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat (Duli, 2019).

Tabel 3.3
Kategori Koefisien Reliabilitas

Interval	Kriteria
< 0.200	Sangat Rendah
0.200 – 0.399	Rendah
0.400 – 0.599	Cukup Tinggi
0.600 – 0.799	Tinggi
0.800 – 1.00	Sangat Tinggi

Menurut Sekaran (2006) angka *Cornbach Alpha* pada kisaran 0.70 yaitu dapat diterima, di atas 0.80 yaitu baik (Suryani & Hendryadi, 2016). Adapun menurut Wijaya & Ariyanti (2018), suatu angket dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistic dengan model regresi linier berganda dimana itu berfungsi untuk menguji pengaruh antara variable independen terhadap variable dependen dengan menggunakan program olah SPSS 16 (*Statistical Product and Service Solution*).

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *OLS* (*Ordinary Leas Square*). Tetapi tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linier, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linier sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross sectional* (Duli, 2019).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak, jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabelnya tetapi pada nilai residualnya (Duli, 2019). Menurut Basuki & Imamudin (2015) untuk menguji

normalitas dalam penelitian ini digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan jika nilai sig $> 0,05$ maka residual memiliki distribusi normal (Fathurrahman, 2018).

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, pengujian ini lakukan dengan mengukur besar korelasi antar-variabel independen. Selain itu, jika dua variabel independen terbukti berkorelasi secara kuat, maka dikatakan terdapat multikolinieritas pada kedua variabel tersebut (Santoso, 2019). Menurut Basuki & Imamudin (2015), uji multikolinieritas menggunakan metode *Variance Inflation Faktor* (VIF). Ketentuannya yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF > 10 , maka antar variabel bebas terjadi persoalan multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF < 10 , maka antar variabel bebas tidak terjadi persoalan multikolinieritas (Fathurrahman, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas yaitu salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linear menjadi bias, tidak efisien, dan akurat. Dalam persamaan regresi berganda perlu dilakukan uji mengenai sama atau tidaknya varian residual, apabila residual mempunyai varian yang sama data mengalami gejala homoskedastisitas. Jika varian tidak sama maka data tersebut mengalami heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah persamaan yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Yusuf & Daris, 2018). Menurut Basuki & Imamudin (2015) untuk menguji heteroskedastisitas digunakan uji Glejser. Ketentuannya apabila nilai sig menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara

semua variabel independen dengan nilai absolut residual maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi (Fathurrahman, 2018). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji Glejser dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig) > dari 0.05, maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig) < 0.05, maka terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi (Febry & Teofilus, 2020).

2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh ini melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yang dinamakan analisis regresi linier. Variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$), digunakan analisis regresi linier berganda, disebut linier karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus.

Dalam pengujian analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut $Y = a + bX_1 + bX_2 + \dots + b_nX_n + e$. dimana Y adalah variabel terikat, nilai a merupakan konstanta, nilai b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas, dan e adalah standar error. Semakin besar nilai koefisien regresi maka kontribusi perubahan semakin besar, sebaliknya akan semakinkecil kontribusi perubahan variabel bebas (X) juga ditentukan oleh koefisien regresi positif atau negatif.

Keadaan-keadaan bila nilai koefisien-koefisien regresi b_1 dan b_2 , adalah:

- a. Bernilai 0, maka tidak ada pengaruh X_1 dan X_2 , terhadap Y.
- b. Bernilai negative, maka terjadi hubungan yang berbalik arah antara variabel X_1 dan X_2 dengan variabel tak bebas Y.

- c. Bernilai positif, maka terjadi hubungan yang searah antara variabel bebas X_1 dan X_2 dengan variabel tak bebas Y (Sugiyono, 2017).

Rumus regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Preferensi memilih sumber pemodal

X_1 = Pelayanan

X_2 = Sosial

X_3 = Lokasi

X_4 = Agama

α = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Variabel Pelayanan

b_2 = Koefisien Regresi Variabel Sosial

b_3 = Koefisien Regresi Variabel Lokasi

b_4 = Koefisien Regresi Variabel Agama

e = error

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Uji t yaitu untuk menguji signifikan pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Langkah-langkah uji t ini yaitu, sebagai berikut:

1) Hipotesis

H_0 : $b_1 = 0$ artinya, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_1 : b_1 \neq 0$ artinya, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Pengambilan Keputusan

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $sig > 0.05$ (5%), maka H_0 diterima. Artinya, variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ (5%), maka H_0 ditolak. Artinya, variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

3) Nilai t table ditentukan dari tingkat signifikansi (α) = 0.05 dengan df (n-k-1). n = jumlah data, k = jumlah variabel independen.

b. Uji F (simultan)

Uji F yaitu digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1) $H_0 : b = 0$ artinya, variabel-variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_0 : \beta > 0$ artinya, variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) F_{tabel} (df pembilang = k, dan df penyebut = n-k-1)

3) Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis, yaitu:

Bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig \leq 0.05$ maka H_0 ditolak. Artinya, variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0.05$ maka H_0 diterima. Artinya, variabel X secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y (Riyanto & Hatmawan, 2020).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambara Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Pasar Wage Purwokerto

Pasar Wage Purwokerto didirikan pada jaman penjajahan Belanda kira-kira pada abad ke-19. Pasar wage lama terletak di perempatan tengah-tengah kota di Jalan Jendral Soedirman. Pasar wage dibangun oleh Belanda dengan maksud untuk memperlancar aktivitas perekonomian dan pemasaran Belanda yang saat itu masih menjajah Indonesia. Pada saat masih di Jalan Jenderal Soedirman, Pasar Wage lama berdekatan dengan kedemangan yang saat ini dibangun sebuah Klenteng di sebelah utara pasar. Pasar Wage yang saat ini berdiri, dulunya hanyalah sebuah lapangan yang digunakan untuk kegiatan olahraga ataupun yang lain. Pasar Wage lama terdapat sekitar 1600 pedagang yang menempati kurang lebih 1200 los dan 61 kios.

Nama “WAGE” dijadikan sebagai nama pasar karena pada saat Wage, pasar lebih ramai dikunjungi pembeli dari pada hari-hari biasa, seperti halnya pasar-pasar lain seperti pasar pon, pasar manis, pasar kliwon adalah nama-nama hari pasaran yang dijadikan nama pasar dan tentunya mempunyai sejarah yang sama dengan Pasar Wage. Namun, pada saat ini, hal tersebut tidak berpengaruh karena hampir setiap hari Pasar Wage Purwokerto ramai dikunjungi para pembeli yang mencari kebutuhannya.

Pasar Wage merupakan pasar tradisional yang letaknya di tengah kota tepatnya di Kecamatan Purwokerto Timur. Pasar ini dulunya menempati lahan sekitar 3.550 m². Namun, karena daya tampung pedagang yang sudah tidak memuat dan tidak layak lagi, Pemerintah Kabupaten Banyumas bekerja sama dengan pihak ketiga yaitu PT.

Pumas Basata membangun Pasar Wage baru dengan menempati lahan seluas 10.305,44 m².

Pasar Wage baru telah selesai dibangun dan diresmikan pemakaiannya pada tanggal 6 Maret 2002. Pasar Wage baru merupakan pasar tradisional yang menyediakan khusus untuk pakaian, alat-alat rumah tangga, dan aneka logam yang letaknya di Blok A. Kemudian, di Blok B menyediakan sembako, daging sapi, daging kambing, daging unggas, dan ikan air tawar. Selain itu, pasar wage juga menjual berbagai macam sayur mayur dan buah-buahan yang letaknya di Blok C. Sedangkan, di Blok D yakni lantai 2 yang menjual berbagai jenis barang.

Pasca kebakaran pada tanggal 5 Juli 2008 di Blok B-17 s.d. Blok B-21, Pemkab Banyumas melalui DCKKTR (Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Tata Ruang) telah membangun kembali bekas bangunan yang terbakar dengan bentuk bangunan model pasar tradisional modern dengan anggaran kurang lebih Rp. 680.000.000,-. Pada tahun 2009 Dinas Perindagkop Kabupaten Banyumas segera menata kembali pedagang korban kebakaran untuk menempati kembali lahan Blok B. Untuk meramaikan dan mengoptimalkan pemanfaatan lantai 2 Pasar Wage, maka pada tahun 2010 Pemerintah Kabupaten Banyumas melalui Dinas Perindagkop dan DCKKTR (Dinas Cipta Karya Kebersihan dan Tata Ruang) akan menata kembali pedagang di lantai 2 dan menambah beberapa fasilitas serta akses menuju lantai 2 berupa eskalator pada beberapa sisi. Selain itu, saat ini penataan Pasar Wage sudah dilengkapi dengan Mini Agro tanaman buah-buahan yang terletak di atap Blok C. Selain sebagai Mini Agro juga berfungsi untuk paru-paru pasar.

2. Identitas Pasar Wage

- a. Kelas Pasar : Kelas 1 (satu)
- b. Luas : 10.305,44 m²
- c. Alamat : Jalan Brigjend. Katamso No. 01 Purwokerto, Kelurahan Purwokerto Wetan, Kecamatan Purwokerto Timur. Telp. 0281-636823.

B. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu pedagang pasar wage sebanyak 101 responden, yang dilakukan pada tanggal 18 Januari s/d 11 Januari 2022, maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, jenis usaha, sumber awal permodalan, dan lembaga keuangan syariah yang dipilih. Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	38	38%
2	Perempuan	63	62%
	Jumlah	101	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data responden tersebut diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang dengan jumlah presentase sebesar 38%, dan jumlah responden perempuan sebanyak 63 orang dengan jumlah presentase sebesar 62%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin perempuan daripada laki-laki. Artinya, perempuan lebih banyak memilih lembaga keuangan syariah dalam memenuhi sumber permodalan.

2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Presentase (%)
1	Pakaian	13	13%
2	Sayuran/daging	19	19%
3	Sepatu/sandal	8	8%
4	Lain-lain	61	60%
Jumlah		101	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, maka diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis usaha yaitu usaha pakaian sebanyak 13 responden atau 13%, usaha sayuran/daging sebanyak 19 responden dengan jumlah presentase sebesar 19%, usaha sepatu/sandal sejumlah 8 responden dengan jumlah presentase sebesar 8%, dan usaha lain-lain (makanan, dll) sebanyak 61 responden dengan jumlah presentase 60%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak yaitu pedagang yang memiliki jenis usaha lain-lain (makanan, dll). Artinya, responden dengan jenis usaha lain-lain (makanan, dll) lebih banyak memilih lembaga keuangan syariah dalam memenuhi sumber permodalan mereka.

3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Sumber Awal Permodalan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Permodalan Awal

No	Sumber Modal	Jumlah	Presentase (%)
1	Modal sendiri	49	48%
2	Pinjaman dari saudara/kerabat	16	16%
3	Pinjaman dari lembaga keuangan	18	18%
4	Lain-lain	18	18%
Jumlah		101	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan sumber permodalan awal menunjukkan 49 responden dengan jumlah presentase 48% dengan modal sendiri, 16 responden dengan jumlah presentase 16% dengan pinjaman dari saudara/kerabat, 18 responden dengan jumlah presentase 18% dengan pinjaman dari lembaga keuangan, dan 18 responden dengan jumlah presentase 18% memilih lain-lain (rentenir, dll). Maka, dapat disimpulkan bahwa 49 responden dengan modal sendiri lebih banyak memilih lembaga keuangan syariah untuk memenuhi sumber permodalan selanjutnya.

4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lembaga Keuangan Syariah Yang Dipilih

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lembaga Keuangan Syariah Yang Dipilih

No	Lembaga Keuangan Syariah	Jumlah	Presentase (%)
1	Bank Syariah	36	35%
2	BPRS	14	14%
3	Koperasi Syariah	12	12%
4	Pegadaian Syariah	10	10%
5	BMT	29	29%
Jumlah		101	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan lembaga keuangan syariah yang dipilih menunjukkan 36 responden dengan jumlah presentase 35% memilih Bank Syariah, 14 responden dengan jumlah presentase 14% memilih Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), 12 responden dengan jumlah presentase 12% memilih Koperasi Syariah, 10 responden dengan jumlah presentase 10% memilih Pegadaian Syariah, dan 29 responden dengan jumlah presentase 29% memilih Baitu Maal wat Tamwil (BMT). Maka, dapat disimpulkan bahwa 36 responden lebih

banyak memilih Lembaga Keuangan Syariah di Bank Syariah dalam memenuhi sumber permodalan.

C. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu pelayanan, sosial, lokasi, dan agama terhadap variabel terikat yaitu preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah Pedagang Pasar Wage yang masih aktif. Sedangkan, sampel pada penelitian ini sebanyak 101 responden. Pengolahan variabel dalam penelitian ini menggunakan *Software* Program IBM SPSS 21. Adapun hasil dari analisis dari uji yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan menguji setiap item pertanyaan yang mewakili indikator variabel (Triuspitorini, 2019). Caranya yaitu dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dengan $df = (N-2)$, dimana N yaitu jumlah sampel. Maka dari itu, satu indikator dapat dinyatakan valid jika, $df = N-2$, $df = 101-2 = 99$ dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05, maka pada df ke-99 didapat nilai $r_{tabel} = 0,195$. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilainya positif maka instrumen penelitian dinyatakan valid.
- b. Jika nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka instrument penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas (101 Responden)

Variabel	No Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Pelayanan (X ₁)	X1.1	0,748	0,195	Valid
	X1.2	0,746	0,195	Valid
	X1.3	0,690	0,195	Valid
	X1.4	0,521	0,195	Valid
	X1.5	0,667	0,195	Valid
	X1.6	0,670	0,195	Valid
	X1.7	0,757	0,195	Valid
	X1.8	0,735	0,195	Valid
Sosial (X ₂)	X2.1	0,847	0,195	Valid
	X2.2	0,734	0,195	Valid
	X2.3	0,830	0,195	Valid
Lokasi (X ₃)	X3.1	0,869	0,195	Valid
	X3.2	0,823	0,195	Valid
	X3.3	0,834	0,195	Valid
Agama (X ₄)	X4.1	0,788	0,195	Valid
	X4.2	0,753	0,195	Valid
	X4.3	0,796	0,195	Valid
	X4.4	0,726	0,195	Valid
Preferensi (Y)	Y.1	0,654	0,195	Valid
	Y.2	0,670	0,195	Valid
	Y.3	0,708	0,195	Valid
	Y.4	0,708	0,195	Valid
	Y.5	0,611	0,195	Valid
	Y.6	0,740	0,195	Valid
	Y.7	0,732	0,195	Valid
	Y.8	0,722	0,195	Valid

Sumber: data diolah SPSS 21, 2022

Berdasarkan data yang telah diolah uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung pada masing-masing instrument Pelayanan (X₁), Sosial (X₂), Lokasi (X₃), Agama (X₄), dan Preferensi Nasabah (Y) lebih besar dari r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah penerjemahan dari kata reliability yang mempunyai asal kata *rely* yang artinya percaya, sedangkan reliabel

artinya dapat dipercaya. Keterpercayaan berhubungan dengan ketepatan dan konsistensi (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian ini menggunakan SPSS dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrument penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat (Duli, 2019). Suatu angket dapat dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ (Wijaya & Ariyanti, 2018). Uji reliabilitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas (101 Responden)

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Pelayanan (X ₁)	0,843	0,6	Reliabel
Sosial (X ₂)	0,727	0,6	Reliabel
Lokasi (X ₃)	0,795	0,6	Reliabel
Agama (X ₄)	0,757	0,6	Reliabel
Preferensi (Y)	0,843	0,6	Reliabel

Sumber: data diolah SPSS 21, 2022

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas, uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel yaitu Pelayanan (X₁), Sosial (X₂), Lokasi (X₃), Agama (X₄), dan Preferensi Nasabah (Y) lebih besar dari nilai *Alpha* 0,6. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut dinyatakan *reliabel*.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak, jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabelnya tetapi pada nilai residualnya (Duli, 2019). Menurut Basuki & Imamudin (2015) untuk menguji normalitas dalam penelitian ini digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan jika nilai sig $> 0,05$ maka residual memiliki distribusi normal (Fathurrahman, 2018).

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3197.884910
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		1.025
Asymp. Sig. (2-tailed)		.244

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data diolah SPSS 21, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan dengan uji non-parametris *Kolomogrov Smirnov* didapatkan nilai signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,244 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa uji tes residual pada penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, pengujian ini lakukan dengan mengukur besar korelasi antar-variabel independen. Selain itu, jika dua variabel independen terbukti berkorelasi secara kuat, maka dikatakan terdapat multikolinieritas pada kedua variabel tersebut (Santoso, 2019). Menurut Basuki & Imamudin (2015), uji multikolinieritas menggunakan metode Variance Inflation Faktor (VIF). Ketentuannya yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF > 10 , maka antar variabel bebas terjadi persoalan multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF < 10 , maka antar variabel bebas tidak terjadi persoalan multikolinieritas (Fathurrahman, 2018).

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2865.647	2625.742		1.091	.278		
	Pelayanan	.150	.074	.151	2.045	.044	.831	1.203
	Sosial	-.035	.154	-.016	-.229	.820	.980	1.020
	Lokasi	.590	.155	.267	3.801	.000	.921	1.086
	Agama	1.079	.129	.599	8.364	.000	.886	1.129

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

Sumber: data diolah SPSS 21, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen (Pelayanan, Sosial, Lokasi, Agama) memiliki nilai tolerance lebih besar dari ($>$) 0,10. Berdasarkan nilai tolerance maka indikasinya adalah tidak terjadi gejala multi. Sedangkan, nilai VIF pada masing-masing variabel kurang dari ($<$) 10,00. Maka dapat disimpulkan, model regresi dari keempat variabel terbebas dari persoalan multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas yaitu salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linear menjadi bias, tidak efisien, dan akurat. Dalam persamaan regresi berganda perlu dilakukan uji mengenai sama atau tidaknya varian residual, apabila residual mempunyai varian yang sama data mengalami gejala homoskedastisitas. Jika varian tidak sama maka data tersebut mengalami heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik

adalah persamaan yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Yusuf & Daris, 2018). Menurut Basuki & Imamudin (2015) untuk menguji heteroskedastisitas digunakan uji Glejser. Ketentuannya apabila nilai sig menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara semua variabel independen dengan nilai absolut residual maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi (Fathurrahman, 2018). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji Glejser dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig) > dari 0.05, maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig) < 0.05, maka terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi (Febry & Teofilus, 2020).

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-240.565	1690.777		-.142	.887
	Pelayanan	.059	.047	.133	1.252	.214
	Sosial	.134	.099	.131	1.347	.181
	Lokasi	.187	.100	.188	1.871	.064
	Agama	-.151	.083	-.186	-1.813	.073

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: data diolah SPSS 21, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas, menunjukkan bahwa semua variabel (Pelayanan, Sosial, Lokasi, Agama) tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Karena nilai signifikansi dari masing-masing variabel independent lebih dari (>) 0,05.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh ini melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yang dinamakan analisis regresi linier. Variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$), digunakan analisis regresi linier berganda, disebut linier karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama (variabel bebas) terhadap preferensi pedagang pasar wage (variabel terikat) dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.

Dalam pengujian analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut $Y = a + bX_1 + bX_2 + \dots + b_nX_n + e$. dimana Y adalah variabel terikat, nilai a merupakan konstanta, nilai b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas, dan e adalah standar error. Semakin besar nilai koefisien regresi maka kontribusi perubahan semakin besar, sebaliknya akan semakin kecil kontribusi perubahan variabel bebas (X) juga ditentukan oleh koefisien regresi positif atau negatif. Nilai-nilai konstanta dan koefisien regresi dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2865.647	2625.742		1.091	.278
	Pelayanan	.150	.074	.151	2.045	.044
	Sosial	-.035	.154	-.016	-.229	.820
	Lokasi	.590	.155	.267	3.801	.000
	Agama	1.079	.129	.599	8.364	.000

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

Sumber: data diolah SPSS 21, 2022

Berdasarkan data pada tabel tersebut, persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 28.656 + 0,150X_1 - 0,035 X_2 + 0,590 X_3 + 1,079X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Preferensi memilih sumber pemodalán
- X₁ = Pelayanan
- X₂ = Sosial
- X₃ = Lokasi
- X₄ = Agama
- α = Konstanta
- b₁ = Koefisien Regeresi Variabel Pelayanan
- b₂ = Koefisien Regeresi Variabel Sosial
- b₃ = Koefisien Regeresi Variabel Lokasi
- b₄ = Koefisien Regeresi Variabel Agama
- e = error

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta persamaan linier menunjukkan angka 28,656. Artinya, jika variabel Pelayanan (X₁), Sosial (X₂), Lokasi (X₃), dan Agama (X₄) sama dengan nol, maka preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah sebesar 28,656.
- b. Nilai koefisien regresi Pelayanan 0,150. Artinya, jika variabel Pelayanan (X₁) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel lainnya tetap dan α=0, maka preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah mengalami peningkatan sebesar 0,150. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pelayanan berkontribusi positif bagi preferensi

pedagang dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.

- c. Nilai koefisien regresi Sosial $-0,035$. Artinya, jika variabel Sosial (X_2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel lainnya tetap dan $\alpha=0$, maka preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah mengalami penurunan sebesar $-0,035$. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan yang berlawanan arah antara variabel sosial dengan preferensi, semakin naik variabel sosial maka semakin turun preferensi.
- d. Nilai koefisien regresi Lokasi $0,590$. Artinya, jika variabel Lokasi (X_3) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel lainnya tetap dan $\alpha=0$, maka preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah mengalami peningkatan sebesar $0,590$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi berkontribusi positif bagi preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.
- e. Nilai koefisien regresi Agama $1,079$. Artinya, jika variabel Agama (X_4) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel lainnya tetap dan $\alpha=0$, maka preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah mengalami peningkatan sebesar $1,079$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel agama berkontribusi positif bagi preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka dapat dilihat bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah adalah faktor agama yaitu sebesar $1,079$.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Uji t yaitu untuk menguji signifikan pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Tabel 4.11

Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2865.647	2625.742		1.091	.278
	Pelayanan	.150	.074	.151	2.045	.044
	Sosial	-.035	.154	-.016	-.229	.820
	Lokasi	.590	.155	.267	3.801	.000
	Agama	1.079	.129	.599	8.364	.000

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

Sumber: data diolah SPSS 21, 2022

Pengambilan keputusan terhadap uji t, sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $sig > 0.05$ (5%), maka H_0 diterima. Artinya, variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- 2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ (5%), maka H_0 ditolak. Artinya, variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- 3) Nilai t_{tabel} ditentukan dari tingkat signifikansi (α) = 0,05 dengan df (n-k-1). N = jumlah data, k = jumlah variabel independen.

Dapat dilihat dari tabel 4.17 di atas bahwa untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dengan menghitung t_{tabel} , dengan signifikansi $\alpha = 0,05$ (5%), karena digunakan hipotesis dua arah ketika mencari T tabel maka nilai α dibagi 2 menjadi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat kebebasan n-k-1 (101-4-1=96). Maka berdasarkan t_{tabel} diperoleh hasil sebesar 1,984.

Berdasarkan data pada tabel hasil Uji t, dapat diketahui nilai-nilai pada variabel adalah sebagai berikut:

1) Menguji signifikansi variabel Pelayanan (X_1)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien variabel pelayanan adalah sebesar 2,045, dari hasil yang telah diperoleh antara t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu $2,045 > 1,984$ dan nilai sig untuk pengaruh X_1 terhadap Y yaitu sebesar $0,044 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh X_1 terhadap Y.

2) Menguji signifikansi variabel Sosial (X_2)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien variabel sosial adalah sebesar -0,229, dari hasil yang telah diperoleh antara t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu $-0,229 < 1,984$ dan nilai sig untuk pengaruh X_2 terhadap Y yaitu sebesar $0,820 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh X_2 terhadap Y.

3) Menguji signifikansi variabel Lokasi (X_3)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien variabel lokasi adalah sebesar 3,801, dari hasil yang telah diperoleh antara t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu $3,801 > 1,984$ dan nilai sig untuk pengaruh X_3 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh X_3 terhadap Y.

4) Menguji signifikansi variabel Agama (X_4)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien variabel agama adalah sebesar 8,364, dari hasil yang telah diperoleh antara t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu $8,364 > 1,984$ dan nilai sig untuk pengaruh X_4 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh X_4 terhadap Y.

b. Uji F (simultan)

Uji F yaitu digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Hasil hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1325643703	4	331410925.8	31.111	.000 ^b
	Residual	1022646790	96	10652570.73		
	Total	2348290493	100			

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Agama, Lokasi, Sosial, Pelayanan

Sumber: data diolah SPSS 21, 2022

Pengambilan keputusan terhadap Uji F, sebagai berikut:

- 1) F_{tabel} (df pembilang = k, dan df penyebut = n-k-1).
- 2) Bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig \leq 0.05$ maka H_0 ditolak. Artinya, variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.
- 3) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0.05$ maka H_0 diterima. Artinya, variabel X secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Dari perhitungan pada tabel didapat nilai F_{hitung} pada model 1 sebesar 31,111 dengan signifikansi 5%, $df_1 = 4$ dan $df_2 = 96$, didapat nilai F_{tabel} sebesar 2,47. Dari hasil yang diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $31,111 > 2,47$ dan nilai signifikansi untuk pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Berarti dapat disimpulkan H_0 ditolak, artinya variabel independen (pelayanan, sosial, lokasi, dan agama) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (preferensi).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah melakukan pengolahan terhadap data yang diperoleh, maka pembahasan terhadap hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Pelayanan Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain (Oliver, 2013). Faktor pelayanan (customer service) meliputi keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibility*) (Mamun & Ningsih, 2021).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari Uji T pada faktor pelayanan, diketahui untuk X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,044 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} yaitu $2,045 > 1,984$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh faktor pelayanan terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah. Hal ini dibuktikan dengan realita yang terjadi bahwa pedagang pasar wage merasa pelayanan pegawai Lembaga Keuangan Syariah yang bersangkutan sangat ramah, sabar, cepat tanggap, dan sangat memuaskan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah dipengaruhi oleh item pernyataan 3,4, dan 5 pada variabel pelayanan yang menunjukkan

bahwa responden memilih lembaga keuangan syariah karena pelayanannya memuaskan, cepat tanggap dalam melayani nasabah, dan karena selalu menerapkan 3 S (Senyum, Sapa, Salam). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Rafi'i Sanjani & Indah Fitriana Sari (2021), yang menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pelaku UMKM dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah Indonesia bahwa semakin tinggi kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap calon nasabah, semakin tinggi juga preferensinya untuk mengambil pembiayaan syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) yang bersangkutan.

2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Definisi sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dari sebuah hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) didalam posisi-posisi sosial tertentu berdasarkan suatu system nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu (Ainun, 2017). Faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga, serta perananan sosial dan status (Silalahi & Purba, 2019).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari Uji T pada faktor sosial, diketahui untuk X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,820 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} yaitu $-0,229 < 1,984$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang artinya tidak terdapat pengaruh faktor sosial terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah, karena pada kenyataannya para pedagang pasar wage lebih cenderung memilih sumber permodalan dilembaga keuangan syariah karena faktor pribadi semata-mata karena mereka pribadi ingin tahu produk dan jasa Lembaga Keuangan Syariah yang sesuai untuk mengembangkan usahanya tanpa adanya rekomendasi dari keluarga maupun kerabat untuk menjadikan Lembaga Keuangan

Syariah sebagai sumber permodalan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Finna Putri Barna (2010), yang menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan produk dan jasa Bank Mega Syariah karena semakin banyak keluarga dan teman yang merekomendasikan Bank Mega Syariah maka semakin nasabah tertarik menggunakan produk dan jasa Bank Mega Syariah tersebut.

3. Pengaruh Faktor Lokasi Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Riza, 2018). faktor lokasi meliputi keterjangkauan lokasi, kelancaran akses menuju lokasi, kedekatan lokasi (Rachmawati & Widana, 2019).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari Uji T pada faktor lokasi, diketahui untuk X_3 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} yaitu $3,801 > 1,984$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh faktor lokasi terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang, mereka cenderung memilih sumber permodalan yang lokasinya dekat dengan mereka berjualan sehingga memudahkan mereka dalam melakukan pembayaran pinjaman. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah dipengaruhi oleh item pernyataan 3 pada variabel lokasi yang menunjukkan bahwa responden memilih lembaga keuangan syariah karena lokasinya dengan dengan responden berjualan. Artinya, semakin banyak lembaga keuangan syariah yang lokasinya dekat dengan pasar, maka akan berdampak pada meningkatnya preferensi nasabah dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang

dilakukan oleh Finna Putri Barna (2010), yang menyatakan bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan produk dan jasa Bank Mega Syariah. Penelitian tersebut menyatakan bahwa lokasi yang strategis dan mudah ditemukan, maka akan semakin menarik nasabah untuk menggunakan produk dan jasa Bank Mega Syariah.

4. Pengaruh Faktor Agama Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Islam adalah satu-satunya agama yang sempurna yang mengatur seluruh sendi kehidupan manusia dan alam semesta. Ajaran islam tidak hanya terbatas pada masalah hubungan pribadi antara seorang individu dengan penciptanya, namun mencakup pula masalah hubungan antar sesama manusia bahkan juga hubungan antara manusia dengan makhluk lainnya termasuk dengan alam dan lingkungan. Jadi, islam adalah suatu cara hidup yang membimbing seluruh aspek kehidupan manusia (Karim, 2017). Faktor agama meliputi keadilan, kesederajatan, ketentraman (Sanjani & Sari, 2021).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari Uji T pada faktor pelayanan, diketahui untuk X_4 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} yaitu $8,364 > 1,984$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh faktor agama terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang pasar wage terkait pengaruh faktor agama terhadap preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan, mereka menyatakan bahwa sebelumnya sudah pernah meminjam di koperasi dan mereka merasa bahwa hutangnya sudah lunas namun di catatan belum lunas. Hal tersebut membuat mereka sadar dan ingin menggunakan produk dan jasa yang menggunakan prinsip islam. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah dipengaruhi oleh item pernyataan 3 pada

variabel syariah compliance yang menunjukkan bahwa responden memilih lembaga keuangan syariah karena telah sesuai dengan prinsip islam. Artinya, semakin banyak produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip islam maka akan berdampak pada meningkatnya preferensi nasabah dalam memilih sumber permodalan dilembaga keuangan syariah. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayif Fathurrahman & Umi Azizah (2018), yang menyatakan bahwa faktor agama berpengaruh positif terhadap tingkat preferensi mahasiswa pada Perbankan Syariah. Penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin baik perbankan syariah dalam menerapkan prinsip islam maka semakin tinggi juga preferensi mahasiswa pada perbankan syariah.

5. Pengaruh Antara Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, dan Agama Secara Simultan Terhadap Preferensi Memilih Sumber Permodalan

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $31,111 > 2,47$ dan nilai signifikansi untuk pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Berarti dapat disimpulkan H_0 ditolak, artinya variabel independen (pelayanan, sosial, lokasi, dan agama) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (preferensi).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh faktor pelayanan, sosial, lokasi, dan agama terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah. Maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut:

1. Variabel pelayanan berpengaruh terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.
2. Variabel sosial tidak berpengaruh terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.
3. Variabel lokasi berpengaruh terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.
4. Variabel agama berpengaruh terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.
5. Variabel pelayanan, sosial, lokasi, dan agama secara bersama-sama terhadap preferensi pedagang pasar wage dalam memilih sumber permodalan di lembaga keuangan syariah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka diajukan beberapa saran:

Pelayanan pada lembaga keuangan syariah sebaiknya ditingkatkan. Lembaga keuangan syariah harus memiliki keandalan dalam melayani, cepat tanggap terhadap apa yang dibutuhkan nasabah, dan memberikan jaminan dengan cara menaruh kepercayaan kepada nasabah melalui prinsip 3 S (Senyum, Sapa, Salam), karena berdasarkan penelitian pelayanan memiliki pengaruh yang tinggi terhadap preferensi pedagang

pada lembaga keuangan syariah. Selanjutnya, untuk faktor sosial perlu dievaluasi, pegawai lembaga keuangan syariah harus lebih banyak berinteraksi dengan para pedagang sekaligus dengan tujuan mencari nasabah sehingga pengaruh faktor sosial akan berdampak langsung terhadap preferensi pedagang pada lembaga keuangan syariah. Kemudian, untuk lokasi lembaga keuangan syariah perlu diperhatikan. Lembaga keuangan syariah harus banyak mendirikan lembaga bank maupun non-bank yang lokasinya strategis dan dekat dengan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau pasar, karena berdasarkan penelitian lokasi yang dekat memiliki pengaruh yang tinggi terhadap preferensi pedagang. Selain itu, faktor agama pada lembaga keuangan syariah perlu ditingkatkan salah satunya pada sistem syariahnya, karena berdasarkan penelitian sistem syariah pada lembaga keuangan syariah memiliki pengaruh yang tinggi terhadap preferensi pedagang.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2010). *Pengaruh Pelayanan, Keyakinan Agama, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Pt. Bank Mega Syariah Di Makassar*. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 12(2), 320–329. <https://doi.org/10.37476/akmen.v12i2.453>
- Ainun. (2017). *Perancangan Media Promosi Lawang Agung Sebagai Group PT. Usaha Utama Bersaudara Melalui Media Sosial Instagram*. *Jurnal Islamiyah*. <http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2324/>
- Aisah, S., Anjelli, P., & Adhianto, R. D. (2021). *Pengaruh Tingkat Inflasi Dan Pendapatan Usaha Pegadaian Terhadap Pembiayaan Rahn Pada Pegadaian Syariah Tahun 2011-2020*. *Jurnal Eksisbank (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 5(2), 243–259. journal.sties-purwakarta.ac.id
- Aisyah, S. (2014). *Preferensi Usaha Kecil dan Mikro di Pasar Baru Cikarang Dalam Memilih Akses Pembiayaan*. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.15408/aiq.v6i1.1365>
- Amri, K. (2018). *Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh*. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 32. <https://ejournalunsam.ac.id>
- Barna, F. P. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim)*. <http://repository.uinjkt.ac.id>
- Bentarti, S., Aryandhana, D., Haris, M., & Hidayatullah, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi*. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 06(02), 197–198. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.247>
- Burhanuddin. (2010). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dewi, A. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Kota Palopo*. *Jurnal Akuntansi*, 04(02), 1–12.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fathurrahman, A. (2018). *Analisis Faktor-faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*. *IHTIFAZ Journal Of Islamic, Finance And Banking*, 1(1 & 2). <http://journal2.uad.ac.id>
- Febry, T., & Teofilus. (2020). *SPSS: Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Gerungan, W. A. (2012). *Psikologi Sosial*. Bandung: REFIKA.

- Hardani, H., Medica, P., Husada, F., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue April). <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hilyatin, D. L. (2019). *Preferensi Permodalan Pedagang Pasar Wage Purwokerto, Penguatan Destinasi Keuangan Dan Perbankan Syariah Vis a Vis Rentenir Di Pasar Tradisional*. *Journal El-JIZYA*, 7(2), 215–235.
- Karim, A. A. (2017). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2007). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khikmatin, A., & Setianingsih, P. (2021). *Analisis peluang dan tantangan lembaga keuangan syariah dalam upaya meningkatkan daya saing terhadap lembaga keuangan konvensional di indonesia*. *Al-Iqtihad Jurnal Ekonomi Syariaah*, 3(1), 49–63.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Mamun, S., & Ningsih, T. H. (2021). *Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Study kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang)*. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 06(02), 227.
- Mardiyatmo. (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: Yudisthira.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Oliver, J. (2013). Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Purba, A. I. (2021). *Preferensi Pegawai Negeri Sipil Kementerian Agama Tanjung Balai Dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah*. 2(1), 54–66. ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). *Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah*. *Jurnal Liquidity*, 8(2), 111–123. <http://ojs.itb-ad.ac.id/>
- Rismala, L. I., Triposa, T., Aprilianty, D., Elvina, D., & Sunardi, N. (2020). *Analisa Camel dan RGENC untuk mengukur tingkat Kesehatan Bank*. 5(1), 25–42. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Riza, U. (2018). *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Favorit Swalayan Kamulan*. 15–53. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9662/>

- Sanjani, M. R., & Sari, I. F. (2021). *Preferensi Nasabah Pelaku UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus UMKM Kota Mataram Nusa Tenggara Barat)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 360. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2242>
- Santosa, et al. (2021). *Analisis Komparatif Kinerja Keuangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dan Bank Perkreditan Rakyat Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Menghadapi Perlambatan Ekonomi*. 6(11). jurnal.syntaxliterate.co.id
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setyobudi, D. & I. (2014). *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Bintoro (ed.)). Penerbit Gava Media.
- Silalahi, R. Y. B., & Purba, M. P. (2019). *Online Shopping Consumer Behavior During Covid-19 Pandemic*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i1.876>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tripuspitorini, F. A. (2019). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah*. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Waldelmi, I., Aquino, A., & Nofrizal, N. (2019). *Analisis Permodalan Pedagang Pasar Syariah*. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i1.892>
- Wijaya, E., & Ariyani, P. M. (2018). *Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A.Yani Pekanbaru*. *Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 1(2), 283–296. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.263>
- Yuniar, A., Talli, A. H., & Kurniati, K. (2021). *Bisnis Koperasi Syariah di Indonesia*. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 3(2), 79–88. <https://doi.org/10.37146/ajie.V3i2.103>

Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. Diakses pada 31 Juli 2021 di www.kbbi.web.id.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. Diakses pada 14 Desember 2021 di www.kbbi.web.id.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. Diakses pada 17 Desember 2021 di www.kbbi.web.id.

Otoritas Jasa Keuangan Online. Diakses pada pada 28 Agustus 2021 di www.ojk.go.id.

Wawancara dengan Bapak Sudono Yoso selaku UPTD Wilayah Pasar Purwokerto I pada tanggal 7 September 2021

Dokumentasi Pasar Wage Purwokerto



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1. Tabulasi SPSS

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian

NO:

KUESIONER PENELITIAN
Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto dalam Memilih Sumber
Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah

Kepada responden yang terhormat,

Saya, Naila Muti Syarifah Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sedang melakukan penelitian tentang “*Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah*”. Penelitian ini merupakan salah satu bagian dari skripsi yang sedang saya kerjakan. Demi tercapainya hasil yang diinginkan, dimohon kesediaan saudara untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas bantuan dan kesediaan saudara dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

A. Profil Responden

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
 - (a) Laki-laki
 - (b) Perempuan
3. Apa jenis usaha saudara?
 - (a) Pakaian
 - (b) Kosmetik
 - (c) Sepatu/sandal
 - (d) Sayuran/daging
 - (e) Elektronik
 - (f) Lain-lain (sebutkan).....

4. Dari mana sumber permodalan awal usaha saudara?
 - (a) Modal sendiri
 - (b) Pinjaman dari saudara/kerabat
 - (c) Pinjaman dari lembaga keuangan
 - (d) Lain-lain (sebutkan).....
5. Apakah dalam memenuhi sumber permodalan saudara pernah meminjam/dibiayai oleh Lembaga Keuangan Syariah?
 - (a) Pernah
 - (b) Tidak pernah
6. Jika pernah Lembaga Keuangan Syariah apa yang dipilih dalam memilih sumber permodalan?
 - (a) Bank Syariah
 - (b) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)
 - (c) Koperasi Syariah
 - (d) Pegadaian Syariah
 - (e) Baitul Maal wat Tamwil (BMT)

B. Pertanyaan Responden

Jawablah pertanyaan dengan memberi tanda ceklis (√) pada kotak yang tersedia di bawah ini:

SS = Sangat Setuju **TS = Tidak Setuju**
S = Setuju **STS = Sangat Tidak Setuju**
N = Netral

NO.	A. FAKTOR PELAYANAN (X ₁)	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena pelayanannya cepat					
2	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena pelayanannya akurat					
3	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena pelayanannya memuaskan					
4	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena cepat tanggap dalam melayani nasabah					

5	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena selalu menerapkan 3 S (Senyum, Sapa, Salam)					
6	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena terbuka dengan complain					
7	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena penampilan pegawainya rapi					
8	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena penampilan pegawainya sopan					

NO.	B. FAKTOR SOSIAL (X₂)	SS	S	N	TS	STS
9	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena mendapat saran dari teman					
10	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena mendapat saran dari keluarga					
11	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena kenal dengan pegawainya					

NO.	C. FAKTOR LOKASI (X₃)	SS	S	N	TS	STS
12	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena lokasinya mudah dijangkau					
13	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena akses menuju lokasi lancar					
14	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena lokasinya dekat dengan saya berjalan					

NO.	D. FAKTOR AGAMA (X₄)	SS	S	N	TS	STS
15	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena dalam praktiknya menerapkan imbalan atas dasar bagi hasil yang disepakati antara kedua belah pihak					
16	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena hak, kewajiban, resiko, serta keuntungan seimbang antara nasabah dan bank					
17	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena telah sesuai dengan prinsip islam					
18	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena tidak adanya unsur riba					

NO.	E. PREFERENSI (Y)	SS	S	N	TS	STS
19	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena sesuai dengan syariat islam					
20	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena para pedagang menggunakan produk dan jasa lembaga keuangan syariah					
21	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena produk dan jasanya sesuai dengan kebutuhan					
22	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena untuk memenuhi kebutuhan usaha					
23	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena lebih baik dari lembaga konvensional					
24	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena informasi yang saya dapatkan					
25	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena pengalaman yang saya rasakan					
26	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena pelayanannya dapat dipercaya					

Lampiran 1.2 Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.702**	.548**	.166	.436**	.274**	.510**	.485**	.748**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.096	.000	.005	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.2	Pearson Correlation	.702**	1	.639**	.216*	.374**	.330**	.410**	.421**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.030	.000	.001	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.3	Pearson Correlation	.548**	.639**	1	.227*	.341**	.299**	.360**	.356**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.022	.000	.002	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.4	Pearson Correlation	.166	.216*	.227*	1	.368**	.418**	.228*	.235*	.521**
	Sig. (2-tailed)	.096	.030	.022		.000	.000	.022	.018	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.5	Pearson Correlation	.436**	.374**	.341**	.368**	1	.422**	.439**	.393**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.6	Pearson Correlation	.274**	.330**	.299**	.418**	.422**	1	.550**	.457**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.7	Pearson Correlation	.510**	.410**	.360**	.228*	.439**	.550**	1	.715**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.022	.000	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.8	Pearson Correlation	.485**	.421**	.356**	.235*	.393**	.457**	.715**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.018	.000	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Total_X1	Pearson Correlation	.748**	.746**	.690**	.521**	.667**	.670**	.757**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.470**	.570**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	101	101	101	101
X2.2	Pearson Correlation	.470**	1	.374**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101
X2.3	Pearson Correlation	.570**	.374**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101
Total_X2	Pearson Correlation	.847**	.734**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.599**	.595**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	101	101	101	101
X3.2	Pearson Correlation	.599**	1	.497**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101
X3.3	Pearson Correlation	.595**	.497**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101
Total_X3	Pearson Correlation	.869**	.823**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101

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



Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.461**	.660**	.351**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101
X4.2	Pearson Correlation	.461**	1	.460**	.402**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101
X4.3	Pearson Correlation	.660**	.460**	1	.371**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101	101
X4.4	Pearson Correlation	.351**	.402**	.371**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101
Total_X4	Pearson Correlation	.788**	.753**	.796**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.505**	.379**	.248	.462**	.375**	.369**	.311**	.654**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.012	.000	.000	.000	.002	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.2	Pearson Correlation	.505**	1	.307**	.295**	.456**	.386**	.499**	.223	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.003	.000	.000	.000	.025	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.3	Pearson Correlation	.379**	.307**	1	.657**	.272**	.391**	.361**	.611**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.006	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.4	Pearson Correlation	.248	.295**	.657**	1	.265**	.556**	.399**	.532**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.012	.003	.000		.007	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.5	Pearson Correlation	.462**	.456**	.272**	.265**	1	.236	.265**	.334**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.007		.017	.008	.001	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.6	Pearson Correlation	.375**	.386**	.391**	.556**	.236	1	.667**	.511**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.017		.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.7	Pearson Correlation	.369**	.499**	.361**	.399**	.265**	.667**	1	.514**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.008	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.8	Pearson Correlation	.311**	.223	.611**	.532**	.334**	.511**	.514**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.002	.025	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Total_Y	Pearson Correlation	.654**	.670**	.708**	.708**	.611**	.740**	.732**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Lampiran 1.3 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.843	.844	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.727	.728	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.795	.795	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.766	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.843	.846	8

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Pelayanan (X1)	0,843	0,6	Reliabel
Sosial (X2)	0,727	0,6	Reliabel
Lokasi (X3)	0,795	0,6	Reliabel
Agama (X4)	0,757	0,6	Reliabel
Preferensi (Y)	0,843	0,6	Reliabel

Lampiran 1.4 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3197.884910
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		1.025
Asymp. Sig. (2-tailed)		.244

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2865.647	2625.742		1.091	.278		
	Pelayanan	.150	.074	.151	2.045	.044	.831	1.203
	Sosial	-.035	.154	-.016	-.229	.820	.980	1.020
	Lokasi	.590	.155	.267	3.801	.000	.921	1.086
	Agama	1.079	.129	.599	8.364	.000	.886	1.129

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-240.565	1690.777		-.142	.887
	Pelayanan	.059	.047	.133	1.252	.214
	Sosial	.134	.099	.131	1.347	.181
	Lokasi	.187	.100	.188	1.871	.064
	Agama	-.151	.083	-.186	-1.813	.073

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 1.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2865.647	2625.742		1.091	.278		
	Pelayanan	.150	.074	.151	2.045	.044	.831	1.203
	Sosial	-.035	.154	-.016	-.229	.820	.980	1.020
	Lokasi	.590	.155	.267	3.801	.000	.921	1.086
	Agama	1.079	.129	.599	8.364	.000	.886	1.129

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

Lampiran 1.6 Hasil Uji T Variabel X Terhadap Variabel Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2865.647	2625.742		1.091	.278		
	Pelayanan	.150	.074	.151	2.045	.044	.831	1.203
	Sosial	-.035	.154	-.016	-.229	.820	.980	1.020
	Lokasi	.590	.155	.267	3.801	.000	.921	1.086
	Agama	1.079	.129	.599	8.364	.000	.886	1.129

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

Lampiran 1.7 Hasil Uji F Variabel X Terhadap Variabel Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1325643703	4	331410925.8	31.111	.000 ^b
	Residual	1022646790	96	10652570.73		
	Total	2348290493	100			

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Agama, Lokasi, Sosial, Pelayanan

Lampiran 2. Surat Pendukung

Lampiran 2.1 Surat Permohonan Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi Purwokerto, 24 September 2021

Kepada:
Yth. Dekan FEBI
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Naila Muti Syarif
2. NIM : 1817202031
3. Semester : 7
4. Prodi : Perbankan Syariah
5. Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah:

Pengaruh Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, dan Agama Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah

Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: Ibu Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu alaikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Hormat Saya,

Naila Muti Syarif
NIM. 1817202031

Menyetujui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Tembusan:

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag AKA
3. Arsip

Lampiran 2.2 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 1979/In.17/FEBIJ.PS/PP.009/VIII/2021 Purwokerto, 20 Agustus 2021
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada
Yth. Ibu Yotiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
Dosen Tetap IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 16 Agustus 2021 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 18 Agustus 2021 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa.

Nama : Naila Muti Syarifah
NIM : 1817202031
Semester : 7
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, Dan Agama Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto Dalam Memilih Sumber Permodalan Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus: Pedagang Pasar Wage Purwokerto)

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Yotiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 2.3 Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

**SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 1979/In.17/FEBI.J.PS/PP.009/VIII/2021 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama Naila Muti Syarifa NIM 1817202031

Judul Skripsi Pengaruh Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, Dan Agama Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto Dalam Memilih Sumber Permodalan Di Lembaga Keuangan Syaria'ah (Studi Kasus: Pedagang Pasar Wage Purwokerto)

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 20 Agustus 2021

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Catatan: *Coret yang tidak perlu

UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 2.4 Surat Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Nomor: 2000/In.17/FEBLJ.PS/PP.009/VIII/2021

Purwokerto, 24 Agustus 2021

Lamp: -

Hal: Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth. Ibu Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si
Dosen Tetap Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Ibu tandatangani atas nama

- | | |
|------------------|---|
| 1. Nama | Naila Muti Syarifa |
| 2. NIM | 1817202031 |
| 3. Semester | 7 |
| 4. Prodi | Perbankan Syariah |
| 5. Alamat | Tinggarjaya, RT 02/RW 05 Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas |
| 6. Judul Skripsi | Pengaruh Faktor Pelayanan, Lokasi, Sosial, Dan Agama Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus: Pedagang Pasar Wage Purwokerto) |

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alikum Wr. Wb.

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 2.5 Surat Keterangan Lulus Seminar



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 2759/In.17/FEBI.J.PS/PP.009/X/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Naila Muti Syarifah
NIM : 1817202031
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing : Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
Judul : Pengaruh Faktor Pelayanan, Sosial, Lokasi, dan Agama Terhadap Preferensi Pedagang Pasar Wage Purwokerto Dalam Memilih Sumber Permodalan di Lembaga Keuangan Syariah

Pada tanggal 01/11/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 4 November 2021
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 2.6 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1570/Un.19/FEBJ.PS/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Naila Muti Syarifa
NIM : 1817202031
Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 03/06/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : **78 / B+**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **6 Juni 2022**
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 2.7 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Naila Muti Syarifa
NIM : 1817202031
Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 28 April 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Nama Ayah : Muhayat
Nama Ibu : Maryati
Alamat : Tinggarjaya, RT 02/RW 05, Jatilawang, Banyumas
No. HP : 089608945972
E-mail : nailasyarifa8@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1) Pendidikan Formal

TK : TK Aisyiyah Tinggarjaya
SD : MI Muhammadiyah Tinggarjaya
SMP : SMP Muhammadiyah Jatilawang
SMA : SMA Negeri 1 Rawalo

2) Pendidikan Non Formal

-

C. Pengalaman Organisasi

1. KMPS (Komunitas Marketing Perbankan Syariah)
2. PMII Rayon FEBI
3. SEMA FEBI