

## Pengaruh Religiusitas, Layanan, Kepercayaan, dan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bth Ummat Mandiri

Nasiratun Nisa, Abdul Majid, Moh. Mahrus

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

Email: [nasiratunnisa1997@gmail.com](mailto:nasiratunnisa1997@gmail.com)

### Abstrak

Pembiayaan murabahah merupakan skema paling populer di lembaga keuangan syariah Indonesia karena transparansi harga pokok dan margin, namun keputusan nasabah tidak hanya ditentukan oleh kepatuhan syariah, melainkan juga kualitas layanan, tingkat kepercayaan, pemahaman produk, serta persepsi terhadap tingkat keuntungan. Penelitian bertujuan ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas, kualitas layanan, kepercayaan, pemahaman produk, dan tingkat keuntungan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah di Baituttamwil Hidayatullah (BTH) Ummat Mandiri. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan Aplikasi SPSS. Sampel penelitian berjumlah 58 nasabah, dan berlokasi di BTH Ummat Mandiri Kota Balikpapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Tingkat Keuntungan, dan Pemahaman Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah di Baituttamwil Hidayatullah (BTH) Ummat Mandiri. Berdasarkan hasil uji t, variabel Religiusitas memiliki nilai thitung sebesar 2,104 (lebih besar dari t tabel 1,671) dengan nilai signifikansi 0,040, Kualitas Layanan memiliki nilai thitung 2,097 dengan signifikansi 0,041, Kepercayaan memiliki nilai thitung 2,355 dengan signifikansi 0,022, Tingkat Keuntungan menunjukkan nilai thitung -2,958 dengan signifikansi 0,005, dan Pemahaman Produk memiliki nilai thitung 2,288 dengan signifikansi 0,026, yang semuanya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Uji F menunjukkan nilai Fhitung 17,410 yang lebih besar dari Ftabel 3,16, menegaskan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah.

**Kata kunci:** Murabahah

### Abstract

*Murabahah financing is the most popular scheme in Indonesian Islamic financial institutions due to the transparency of cost of goods and margins, but customer decisions are not only determined by sharia compliance, but also service quality, trust level, product understanding, and perception of profit levels. The aim of this research is to examine the effect of religiosity, service quality, trust, product knowledge, and profitability on customer decisions in using Murabahah financing products at Baituttamwil Hidayatullah (BTH) Ummat Mandiri. This research is a descriptive quantitative study that uses data collection techniques through observation, documentation, and questionnaires. Data analysis was performed using SPSS. The research sample consisted of 58 customers, located at BTH Ummat Mandiri in Balikpapan. The results of the study indicate that Religiosity, Service Quality, Trust, Profitability, and Product Knowledge all partially have an impact on customers' decisions to use Murabahah financing products at Baituttamwil Hidayatullah (BTH) Ummat Mandiri. Based on the t-test results, the Religiosity variable has a t-value of 2.104 (greater than the t-table value of 1.671) with a significance value of 0.040, Service Quality has a t-value of 2.097 with a significance of 0.041, Trust has a t-value of 2.355 with a significance of 0.022, Profitability shows a t-value of -2.958 with a significance of 0.005, and Product Knowledge has a t-value of 2.288 with a significance of 0.026, all of which are less than the significance level of 0.05. The F-test shows an F-value of 17.410, which is greater than the F-table value of 3.16, confirming that all independent variables significantly affect customer decisions. This study provides strong evidence that these factors have a significant influence on customer decisions in choosing Murabahah financing products.*

**Keywords:** *Murabahah*

*\*Correspondence Author: Nasiratun Nisa*

*Email: nasiratunnisa1997@gmail.com*



## **PENDAHULUAN**

Industri perbankan syariah di Indonesia telah memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi umat Islam, khususnya dengan berkembangnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya bertransaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Apriyanti, 2019; Handayani et al., 2023; Ilmiah, 2020; Saputri, 2020; Vebiana, 2018; Werdi Apriyanti, 2018). Salah satu produk yang paling diminati dalam perbankan syariah adalah pembiayaan Murabahah, yaitu skema jual-beli di mana bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan menjualnya kembali dengan margin keuntungan yang telah disepakati. Skema ini menjadi alternatif yang lebih adil bagi nasabah, menghindari unsur riba yang terkandung dalam produk perbankan konvensional. Murabahah menawarkan kemudahan bagi nasabah untuk memperoleh barang yang dibutuhkan tanpa melanggar prinsip syariah (Lestari & Jayanti, 2020; Melina, 2020; Melina & Zulfa, 2022; Millah & Wahidin, 2023; Shalahuddin & Fauziah, 2023).

Pembiayaan Murabahah di Indonesia terus mengalami peningkatan, terutama di kalangan masyarakat yang mulai sadar akan pentingnya transaksi keuangan yang sesuai dengan ajaran agama. Salah satu keunggulan utama dari skema Murabahah di perbankan syariah Indonesia adalah transparansi yang lebih baik dalam transaksi (Kamal, 2022; Kambut, 2019; Nur Khusna et al., 2021). Nasabah dapat dengan jelas mengetahui harga pokok barang dan margin keuntungan yang dikenakan oleh bank, yang memungkinkan mereka untuk memahami keseluruhan transaksi tanpa adanya ketidakpastian atau unsur gharar, yang dilarang dalam syariah. Hal ini memberikan rasa aman bagi nasabah, karena mereka merasa bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah yang telah ditetapkan.

Sumber hukum yang menjadi dasar bagi perbankan syariah dalam menawarkan produk pembiayaan Murabahah berasal dari al-Qur'an, al-Hadis, dan ijma' para ulama. Sebagaimana yang diriwayatkan oleh Qotadah, dari Ibnu Abbas yang menyatakan bahwa utang yang jatuh tempo adalah hal yang dibolehkan oleh Allah (Hasibuan & Kaspia, 2023; Ismail, 2015; Nurhasanah et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa transaksi pembiayaan dengan Murabahah memiliki landasan yang kuat dalam hukum Islam. Pembiayaan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat, tetapi juga menjaga agar transaksi tetap berada dalam koridor yang sah secara syariah.

Meskipun produk Murabahah terus populer, keputusan nasabah dalam memilih produk ini tidak hanya dipengaruhi oleh aspek religius, tetapi juga faktor-faktor lain seperti pelayanan, kemudahan akses, dan keuntungan kompetitif. Nasabah seringkali mempertimbangkan efisiensi layanan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan inovasi produk agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar dan dapat bersaing dengan produk perbankan konvensional yang menawarkan keuntungan tinggi.

Penelitian terdahulu menunjukkan berbagai temuan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Hadija,

Nuriatullah, dan Nurfitriani (2022) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Di sisi lain, Fepti Nur Ismiyati (2021) justru menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan. Begitu pula dengan penelitian Dede Arseyani Pratamasyari (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif, sementara Muhamad Rafli dan Muhamad Yunanto (2022) menemukan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh langsung. Kontradiksi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor-faktor tersebut dapat bersifat kontekstual dan bergantung pada karakteristik lembaga serta nasabahnya.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, lembaga keuangan syariah harus berinovasi dan mengembangkan produk-produk yang lebih kompetitif, termasuk Murabahah. Hal ini tidak hanya melibatkan kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga manajemen risiko yang baik dan pengelolaan keuangan yang lebih efisien. Produk Murabahah harus terus disesuaikan dengan perkembangan pasar dan kebutuhan nasabah yang semakin dinamis. Dengan demikian, Murabahah dapat terus menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia yang ingin bertransaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya prinsip-prinsip syariah dalam keuangan menunjukkan bahwa sistem ekonomi Islam memiliki potensi besar untuk berkembang. Meskipun demikian, perbankan syariah di Indonesia masih menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan dan memperluas kepercayaan nasabah. Selain itu, pengembangan produk dan layanan yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar menjadi kunci untuk tetap relevan di pasar global.

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan Murabahah antara lain adalah tingkat literasi keuangan, di mana nasabah dengan pengetahuan yang lebih baik tentang keuangan cenderung memilih produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif dan mudah dipahami juga sangat penting dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan Murabahah. Profesionalisme dan citra merek lembaga keuangan syariah juga mempengaruhi keputusan nasabah, karena mereka lebih cenderung memilih lembaga yang memiliki reputasi baik dan dapat dipercaya.

Religiusitas nasabah juga mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk perbankan syariah, khususnya pembiayaan Murabahah. Bagi banyak individu yang memiliki pemahaman mendalam tentang agama, bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah dianggap sebagai tanggung jawab moral dan spiritual. Dengan meningkatnya literasi keuangan syariah dan keterlibatan aktif ulama, produk Murabahah akan terus mendapatkan tempat di hati masyarakat. Kualitas layanan yang baik, transparansi dalam transaksi, serta margin keuntungan yang kompetitif akan semakin menarik minat nasabah untuk memilih produk ini sebagai alternatif pembiayaan yang etis dan sesuai dengan prinsip Islam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Murabahah di BTH Ummat Mandiri, Balikpapan, dengan fokus pada variabel religiusitas, kualitas layanan, kepercayaan, pemahaman produk, dan tingkat keuntungan. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel tersebut secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah, serta untuk menguji pengaruh simultan dari kelima variabel tersebut. Manfaat penelitian ini secara teoritis adalah untuk memperkaya literatur dalam bidang

keuangan syariah, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Murabahah. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi BTH Ummat Mandiri untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi perguruan tinggi dalam mengembangkan kurikulum dan program pelatihan yang berkaitan dengan keuangan syariah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Murabahah. Variabel independen yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi religiusitas, kualitas layanan, kepercayaan, pemahaman produk, dan tingkat keuntungan, yang diperkirakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Murabahah. Penelitian ini mengandalkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner atau survei yang disebarakan kepada nasabah BTH Ummat Mandiri, dan dianalisis menggunakan teknik statistik, seperti analisis regresi, untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap keputusan nasabah sebagai variabel dependen.

Penelitian ini dilaksanakan di BTH Ummat Mandiri yang berlokasi di Jalan Sepinggan, Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kemudahan akses dan relevansi dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh religiusitas, kualitas layanan, tingkat keuntungan, kepercayaan, dan pemahaman produk terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Murabahah. Periode pelaksanaan penelitian dimulai pada Juni 2024 hingga April 2025.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh nasabah di BTH Ummat Mandiri yang menggunakan produk pembiayaan Murabahah. Karena jumlah pasti populasi nasabah sekitar 1000 orang, peneliti menggunakan metode perkiraan untuk menentukan ukuran sampel yang representatif. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, dengan margin of error 5%, menghasilkan ukuran sampel sekitar 44 responden. Estimasi populasi ini penting untuk memastikan sampel yang diambil cukup besar untuk dapat merepresentasikan karakteristik populasi secara akurat.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Google Form, yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert untuk setiap elemen pertanyaan dalam kuesioner. Selain itu, teknik pengumpulan data juga melibatkan observasi non-partisipan, survei, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memahami proses dan alat yang digunakan dalam pengumpulan data, sementara dokumentasi mendukung keabsahan hasil penelitian. Semua data yang terkumpul dianalisis secara teliti untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS. Sebelum analisis regresi, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel yang diteliti, seperti umur, jenis kelamin, dan tingkat religiusitas. Uji validitas dan reliabilitas juga dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat. Selain itu, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas

diterapkan untuk memastikan model regresi yang digunakan valid dan dapat memberikan hasil yang dapat diandalkan.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud, yaitu kualitas layanan, kepercayaan, pemahaman produk, religiusitas, dan keputusan nasabah. Proses ini dilakukan dengan menganalisis korelasi antara setiap item pertanyaan dan total skor variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya. Jika hasil validitas dan reliabilitas memenuhi standar yang ditetapkan, maka data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Sebelum melanjutkan ke regresi linier berganda, penelitian ini terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi asumsi yang diperlukan, seperti normalitas, tidak adanya multikolinearitas, dan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan untuk memverifikasi apakah distribusi data mengikuti distribusi normal. Uji multikolinearitas digunakan untuk memastikan tidak ada korelasi yang sangat tinggi antar variabel independen yang dapat mempengaruhi keakuratan estimasi koefisien regresi. Terakhir, uji heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan bahwa varians residual dari model regresi adalah konsisten di seluruh tingkat variabel bebas, sehingga model yang digunakan tetap valid dan efisien.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sejarah dan Latar Belakang Berdirinya BTH Ummat Mandiri Balikpapan**

Baitut-Tamwil Hidayatullah (BTH) Ummat Mandiri didirikan pada Juni 2006 oleh inisiatif Lembaga Amil Zakat Nasional BMH. Awalnya bernama Baitul Ma'wat Tamwil (BMT) Ummat Mandiri, lembaga ini berganti nama pada 2021 untuk mencerminkan hubungan dengan lembaga sosial Hidayatullah, yang dikenal dengan Baitul Wakaf. BTH Ummat Mandiri lahir untuk menyediakan akses permodalan syariah bagi masyarakat Balikpapan yang menghadapi kesulitan finansial dan rentan terhadap praktik pinjaman riba. Pada awalnya, lembaga ini dipimpin oleh Ruhyadi, Masdi Jamaluddin Malik, dan Ja'far, yang diberikan mandat untuk mendirikan lembaga keuangan berbasis syariah.

Tujuan berdirinya BTH Ummat Mandiri adalah untuk membantu masyarakat golongan ekonomi lemah yang sering terjatut utang riba dan rentenir dengan menyediakan akses permodalan berbasis syariah yang adil dan sesuai dengan ajaran Islam. Menyadari kurangnya akses permodalan dari bank syariah saat itu, BTH Ummat Mandiri memfokuskan diri untuk memberikan solusi keuangan yang memudahkan masyarakat kecil tanpa melibatkan bunga yang dilarang dalam Islam. Pada saat yang sama, lembaga ini juga berkomitmen untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya perbankan syariah dan prinsip-prinsip keuangan yang adil.

BTH Ummat Mandiri Balikpapan terdaftar sebagai koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah, dengan nama resmi KSPPS BTH Ummat Mandiri. Lembaga ini memiliki skala anggota yang mencakup wilayah nasional dan lintas provinsi, dengan kantor pusat di Balikpapan, Kalimantan Timur. Untuk keperluan administrasi dan legalitas, lembaga ini tercatat dengan nomor induk koperasi No. 6471050070073 dan memiliki izin usaha simpan pinjam serta NPWP yang sah.

Sebagai lembaga keuangan syariah, BTH Ummat Mandiri memiliki visi untuk menjadi lembaga yang amanah dalam melayani nasabah pemilik usaha mikro dan kecil (UMK), serta mematuhi prinsip syariah dalam setiap aspek operasional. Misinya adalah untuk terus mengembangkan lembaga keuangan yang berkeadilan, amanah, dan menentramkan bagi masyarakat, serta memberikan manfaat berkelanjutan kepada nasabah dan masyarakat secara umum. Dengan visi dan misi ini, BTH Ummat Mandiri bertujuan untuk terus memperbaiki dan mengembangkan layanan keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah.

Dalam hal legalitas, BTH Ummat Mandiri memiliki akta notaris yang sah dan diakui oleh Kemenkumham RI, serta izin usaha simpan pinjam yang dikeluarkan oleh OJK. Dengan dokumentasi legal yang lengkap, lembaga ini dapat beroperasi dengan aman dan sah di bawah regulasi yang berlaku, menjamin bahwa semua layanan yang diberikan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia. Selain itu, BTH Ummat Mandiri juga memiliki NPWP yang sah, yang memastikan transparansi dan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan.

Dengan berbagai inovasi dan pelayanan yang terus berkembang, BTH Ummat Mandiri menjadi salah satu lembaga keuangan syariah yang sangat berperan dalam pemberdayaan ekonomi umat di Balikpapan, terutama dalam membantu UMK dengan pembiayaan yang mudah diakses dan sesuai dengan prinsip syariah. Keberadaannya tidak hanya memberi alternatif finansial bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat sektor ekonomi mikro yang berkelanjutan dan inklusif di daerah tersebut.

### **Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki, dengan 40 orang (69%) dari total 58 responden, sementara sisanya adalah perempuan dengan 18 orang (31%). Dalam hal profesi, mayoritas responden bekerja sebagai karyawan swasta, sebanyak 25 orang (43%), diikuti oleh profesi lainnya sebanyak 15 orang (26%), guru dengan 12 orang, dan ibu rumah tangga dengan 6 orang (10%). Sebagian besar responden merupakan nasabah yang telah bergabung dengan BTH Ummat Mandiri selama lebih dari 8 tahun (45%), diikuti oleh 29% nasabah yang telah bergabung antara 3 hingga 4 tahun. Kategori lainnya mencakup nasabah yang telah bergabung selama 5-6 tahun sebanyak 14%, 9% selama 7-8 tahun, dan 3% kurang dari 2 tahun.

### **Variabel Religiusitas (X1)**

Hasil kuesioner indikator religiusitas menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan religiusitas yang diterapkan dalam produk pembiayaan Murabahah. Pada indikator X1.1, 47% responden memilih sangat setuju, diikuti 40% yang setuju. Indikator X1.2 menunjukkan bahwa 36% sangat setuju, dengan 31% setuju. Pada indikator X1.3 dan X1.4, mayoritas responden menunjukkan persetujuan positif, dengan persentase sangat setuju antara 29%-38%, dan setuju mencapai 38%-50%, menunjukkan tingkat religiusitas yang tinggi dalam keputusan mereka menggunakan produk pembiayaan Murabahah.

### **Variabel Kualitas Layanan (X2)**

Dalam hal kualitas layanan, sebagian besar responden merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh BTH Ummat Mandiri. Pada indikator X2.1, 38% responden memilih setuju, sedangkan 19% memilih sangat setuju. Indikator X2.2 dan X2.3 menunjukkan persetujuan yang

lebih tinggi, dengan 36%-50% responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap kualitas layanan. Kualitas layanan yang dianggap baik ini juga tercermin pada indikator X2.4 dan X2.5, di mana lebih dari 40% responden menunjukkan persetujuan positif terhadap kemudahan dan kenyamanan layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah ini.

### **Variabel Kepercayaan (X3)**

Kepercayaan terhadap BTH Ummat Mandiri juga mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Murabahah. Pada indikator X3.1 hingga X3.4, mayoritas responden merasa sangat setuju (24%-33%) dan setuju (36%-50%) dengan tingkat kepercayaan yang diberikan terhadap lembaga ini. Indikator X3.2 menunjukkan bahwa 50% responden setuju dengan kepercayaan yang dibangun oleh lembaga, sedangkan sebagian kecil (5%-7%) memilih tidak setuju, yang menunjukkan kepercayaan nasabah yang cukup tinggi terhadap lembaga keuangan ini.

### **Variabel Tingkat Keuntungan (X4)**

Tingkat keuntungan yang ditawarkan oleh BTH Ummat Mandiri juga menjadi faktor penting dalam keputusan nasabah. Pada indikator X4.1 hingga X4.4, 45%-47% responden setuju dan sangat setuju dengan margin keuntungan yang kompetitif yang ditawarkan oleh lembaga ini. Meskipun ada beberapa responden yang memilih netral atau tidak setuju, mayoritas responden merasa bahwa tingkat keuntungan yang ditawarkan sesuai dengan harapan mereka, terutama dengan mempertimbangkan prinsip syariah yang diterapkan oleh lembaga ini.

### **Variabel Pemahaman Produk (X5)**

Pemahaman produk juga berperan besar dalam keputusan nasabah. Mayoritas responden, yaitu 24%-45%, menunjukkan pemahaman yang baik tentang produk pembiayaan Murabahah, dengan 24%-45% memilih sangat setuju dan setuju pada indikator X5.1 hingga X5.4. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah memiliki pemahaman yang cukup jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh BTH Ummat Mandiri, yang menjadi faktor penting dalam membuat keputusan keuangan mereka.

### **Variabel Keputusan Nasabah Menggunakan Produk (Y)**

Keputusan nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan Murabahah dipengaruhi oleh faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya. Pada indikator Y.1 hingga Y.4, 24%-48% responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan keputusan mereka untuk menggunakan produk pembiayaan Murabahah. Ini menunjukkan bahwa kombinasi dari variabel-variabel seperti religiusitas, kualitas layanan, kepercayaan, pemahaman produk, dan tingkat keuntungan secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Murabahah yang sesuai dengan prinsip syariah.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
<b>Model</b>		<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
		<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		
1	(Constant)	7,597	1,277		5,951	,000
	Religiusitas	,142	,067	,282	2,104	,040
	Kualitas Layanan	,334	,159	,516	2,097	,041
	Kepercayaan	,447	,190	,516	2,355	,022
	Tingkat Keuntungan	-,710	,240	-,791	-2,958	,005
	Pemahaman Produk	,190	,083	,274	2,288	,026

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berasarkan tabel diatas dapat diuraikan persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 7,597 Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi X1 dan X2 bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai (Y) adalah 7,597.
2. Nilai koefisien regresi untuk (X1) yaitu sebesar 0.142 Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel (X1) dan (Y). Hal ini artinya jika (X1) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka sebaliknya variabel akan mengalami penurunan sebesar 0.142 Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
3. Nilai koefisien regresi untuk (X2) yaitu sebesar 0.334 Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel (X2) dan (Y). Hal ini artinya jika (X2) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka sebaliknya variabel akan mengalami penurunan sebesar 0.334 Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
4. Nilai koefisien regresi untuk (X3) yaitu sebesar 0.447 Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel (X3) dan (Y). Hal ini artinya jika (X3) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka sebaliknya variabel akan mengalami penurunan sebesar 0.447 Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
5. Nilai koefisien regresi untuk (X4) yaitu sebesar -0.710 Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel (X4) dan (Y). Hal ini artinya jika (X4) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka sebaliknya variabel akan mengalami penurunan sebesar -0.710 Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
6. Nilai koefisien regresi untuk (X5) yaitu sebesar 0.190 Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel (X5) dan (Y). Hal ini artinya jika (X5) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka sebaliknya variabel akan mengalami penurunan sebesar 0.190 Dengan asumsi bahwa 2479 variabel lainnya tetap konstan.

### Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,597	1,277		5,951	,000
	Religiusitas	,142	,067	,282	2,104	,040
	Kualitas Layanan	,334	,159	,516	2,097	,041
	Kepercayaan	,447	,190	,516	2,355	,022
	Tingkat Keuntungan	-,710	,240	-,791	-2,958	,005
	Pemahaman Produk	,190	,083	,274	2,288	,026

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas Hal ini berarti bahwa kita dapat menginterpretasikan hasil uji secara berikut ini:

1. Hasil uji T pada variabel Religiusitas menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 2,104 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $2,104 > 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.040 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
2. Hasil uji t pada variabel Kualitas Layanan menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 2,097 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $2,097 > 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.041 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
3. Hasil uji t pada variabel Kepercayaan menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 2,355 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $2,355 > 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.022 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
4. Hasil uji t pada variabel Tingkat Keuntungan menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar -2,958 yang lebih kecil daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $-2,958 < 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.005 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Tingkat Keuntungan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
5. Hasil uji t pada variabel Pemahaman Produk menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 2,288 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $2,288 > 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.026 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

### Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407,789	5	81,558	17,410	,000 <sup>b</sup>
	Residual	243,591	52	4,684		

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total	651,379	57			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah					
b. Predictors: (Constant), Pemahaman Produk, Tingkat Keuntungan , Religiusitas, Kepercayaan, Kualitas Layanan					

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 25 dari tabel di atas diperoleh  $F_{hitung} = 17,410$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000^b$  dan nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $17,410 > 3.16$ ) dimana nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dengan signifikansi 95% dan  $\alpha = 5\%$ . Karena nilai signifikansi  $0,05$  maka ( $0,000^b > 0,05$ ) dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,410 > 3.16$ ). Maka dapat disimpulkan terdapat Pengaruh X1, X2, X3, X4 dan X5 terhadap Y.

### Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,791 <sup>a</sup>	,626	,590	2,164	1,651
a. Predictors: (Constant), Pemahaman Produk, Tingkat Keuntungan , Religiusitas, Kepercayaan, Kualitas Layanan					
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah					

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa *R-Square* memiliki nilai sebesar 0,626 atau 62.6%. Hal ini menunjukkan bahwa X1, X2, X3, X4 dan X5 mempunyai pengaruh yang sama terhadap Y dan memberikan kontribusi sebesar 62.6% sisanya sebesar 37.4% kemungkinan dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

### Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BTH Umat Mandiri

Hasil menunjukkan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan Hasil uji T pada variabel Religiusitas menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 2,104 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $2,104 > 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.040 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Artinya makin tinggi tingkat keagamaan nasabah semakin semakin besar pengaruhnya terhadap keputusannya dalam memilih produk pembiayaan. Orang yang religius cenderung memilih atau memutuskan menggunakan suatu produk yang sesuai dengan keilmuan agama yang dimiliki. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hadija, Nuriatullah, dan Nurfitriani bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan Nasabah. Lalu penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Fepti Nur Ismiyati yang menyatakan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan.

### **Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BTH Umat Mandiri**

Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil uji t pada variabel Kualitas Layanan menunjukkan bahwa nilai hitung sebesar 2,097 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $2,097 > 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.041 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Artinya kualitas layanan yang di berikan oleh BTH umat mandiri kepada nasabahnya mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk yang ada di BTH umat Mandiri. Kualitas layanan yang baik meliputi Kecepatan layanan dan efisiensi waktu, responsif dan komunikasi, konsisten dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dede Arseyani Pratamasyari bahwa bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise. Sedangkan Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Muhamad Rafli dan Muhamad Yunanto, menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah maupun loyalitas nasabah pengguna mobile banking Livin Mandiri.

### **Pengaruh kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BTH Umat Mandiri**

Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil uji t pada variabel Kepercayaan menunjukkan bahwa nilai hitung sebesar 2,355 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $2,355 > 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.022 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Artinya bahwa kepercayaan nasabah terhadap BTH Umat Mandiri berpengaruh terhadap keputusan mereka sehingga mereka memutuskan menggunakan produk yang ada di BTH Umat Mandiri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ilyas dimana penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah, yang terdiri dari transparansi, akuntabilitas, dan fairness kebijakan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan perbankan pada PT. BRI (Persero) Tbk, Cabang Sinjai. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyati dimana penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tanjung.

### **Pengaruh Tingkat Keuntungan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BTH Umat Mandiri**

Hasil menunjukkan bahwa Tingkat Keuntungan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil uji t pada variabel Tingkat Keuntungan menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar -2,958 yang lebih kecil daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $-2,958 < 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.005 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Tingkat Keuntungan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Artinya Margin Keuntunga yang di berikan BTH Umat mandiri dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk yang di tawarkan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Herman Saputra dan Nur Winda Apriyani dimana

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat margin keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di BMT An-Naafi Boyolali. Sedangkan Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ridwan Nurdin dimana penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, tingkat margin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman nasabah terhadap prosedur penetapan margin yang bersifat personalisasi.

### **Pengaruh Pemahaman Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BTH Umat Mandiri**

Hasil menunjukkan bahwa Pemahaman Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil uji t pada variabel Pemahaman Produk menunjukkan bahwa nilai hitung sebesar 2,288 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1.671 ( $2,288 > 1.671$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.026 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riski Walidaini Ulfa dimana Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile di kalangan Generasi Z di Kota Banda Aceh. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wildan dimana penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan pensiun. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk tersebut.

### **Pengaruh Religiusitas, Kualitas layanan, Kepercayaan, Tingkat Keuntungan dan Pemahaman Produk secara Simultan terhadap keputusan Nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Murabahah di BTH Umat Mandiri**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Religiusitas, Kualitas layanan, Kepercayaan, Tingkat Keuntungan dan Pemahaman Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah berdasarkan hasil Uji F  $17,410 > 3.16$ . Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siswadhi, Ahmad, dan Sarmigi, dimana penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Nagari. Sedangkan Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arief Rahman Chakim dimana penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Religiusitas dan pemahaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Kabupaten Blora dalam menggunakan layanan Bank Syariah. Tetapi, variabel Pelayanan ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di BTH Ummat Mandiri Balikpapan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh religiusitas, kualitas layanan, kepercayaan, serta pemahaman produk, sementara tingkat keuntungan (margin) berpengaruh signifikan negatif; secara simultan kelima variabel terbukti berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hasil ini menegaskan bahwa kesesuaian nilai syariah dan pengalaman layanan yang unggul memperbesar peluang pemilihan murabahah, sedangkan

sensitivitas harga menuntut pengelolaan margin yang lebih transparan. Keterbatasan riset meliputi desain potong lintang, ukuran sampel terbatas, satu lembaga, dan potensi bias laporan diri sehingga kehati-hatian dalam generalisasi tetap diperlukan. Manajerialnya, lembaga perlu memperkuat value-based marketing berbasis prinsip syariah, menstandarkan SOP layanan dan pelatihan frontliner, membangun transparansi margin melalui simulasi angsuran dan penjelasan biaya, meningkatkan literasi produk lewat edukasi tersegmentasi, serta mengukuhkan *trust* melalui tata kelola dan respons keluhan yang terukur; pemantauan berkala kepuasan nasabah dan penyesuaian kebijakan margin berbasis data disarankan. Keilmuan, riset lanjutan sebaiknya menggunakan sampel lebih besar, multisitius, desain longitudinal atau campuran, serta memasukkan variabel moderator/mediator (mis. pendapatan, persepsi risiko, reputasi, pengaruh sosial) dan perbandingan lintas akad (mis. musyarakah, ijarah) agar bukti yang dihasilkan lebih kuat dan aplikatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, H. W. (2019). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *MAKSIMUM*, 7(1). <https://doi.org/10.26714/mki.7.1.2017.16-23>
- Handayani, R. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(01). <https://doi.org/10.47080/jmb.v5i01.2285>
- Hasibuan, R. R. A., & Kaspia, Y. (2023). Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah pada Pembiayaan Murabahah di Bank Aceh Syariah Cabang Kutacane. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.56832/edu.v2i2.199>
- Ilmiah, D. (2020). Peran Perbankan Syariah Dalam Implementasi Wakaf Uang Untuk Pengembangan Industri Halal Di Jawa Timur. *Dinamika : Jurnal Kajian Pendidikan Dan Keislaman*, 5(2). <https://doi.org/10.32764/dinamika.v5i2.925>
- Ismail, M. (2015). Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Islam. *Pendidikan Dan Pranata Islam*, 10(2).
- Kamal, J. (2022). Problematika Pada Perbankan Syari'ah (Kontrak Pembiayaan Murabahah). *Jurnal An-Nahl*, 9(1). <https://doi.org/10.54576/annah.v9i1.44>
- Kambut, A. (2019). Analisis Penerapan Azas Keadilan , Studi Kasus Pelunasan Dipercepat Pembiayaan Murabahah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/jabi.v2i1.y2019.p039-058>
- Lestari, U. P., & Jayanti, F. D. (2020). Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *Stability: Journal of Management and Business*, 3(1). <https://doi.org/10.26877/sta.v3i1.6430>
- Melina, F. (2020). Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2). [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5878](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5878)
- Melina, F., & Zulfa, M. (2022). Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2). [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10448](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10448)

- Millah, A. S., & Wahidin, K. (2023). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Pemberdayaan UMKM di BMT El Arbah Kabupaten Kuningan. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(1).
- Nur Khusna, F., Rio Pane, A., & Mufida, R. (2021). Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Pelaksanaan Akad Murabahah Pada Perbankan Syariah. *Kunuz: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2). <https://doi.org/10.30984/kunuz.v1i2.49>
- Nurhasanah, N., Trihantana, R., & Kusumaningrum, R. (2022). Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Dan Mudharabah Di Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Ikhlasul Ummah, Kabupaten Bogor. *Sahid Banking Journal*, 2(01). <https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v2i01.71>
- Saputri, O. B. (2020). Pemetaan potensi indonesia sebagai pusat industri halal dunia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2).
- Shalahuddin, M. A., & Fauziah, N. S. (2023). Implementasi Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah di Indonesia: Studi Literatur. *Journal of Fiqh in Contemporary Financial Transactions*, 1(1). <https://doi.org/10.61111/jfct.v1i1.432>
- Vebiana, V. (2018). Perbankan Digital , Pengalaman Pelanggan, dan Kinerja Keuangan Bank Syariah. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 9.
- Wardi Apriyanti, H. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1). <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.16-23>



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).