

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel-variabel dari faktor pelayanan yang mendasari keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di KSPPS Airlangga Bakti Persada. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan *murabahah* di KSPPS Airlangga Bakti Persada yang berjumlah 81 nasabah (*update* terakhir April 2018). Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purpose random sampling* yaitu dengan mengambil 35 sample yang terdiri dari sebagian responden adalah nasabah pembiayaan *murabahah* dengan nilai pembiayaan terbesar, dan sebagian responden dipilih secara acak. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada para responden secara langsung. Analisis data menggunakan analisis faktor yang terdiri dari beberapa variabel dan indikator yang diteliti. Kemudian diolah dengan bantuan *software* komputer *Microsoft Office Excell* 2010. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis faktor pelayanan menunjukkan lima variabel yang mendasari keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di KSPPS Airlangga Bakti Persada yaitu (1) jaminan (*assurance*), (2) perhatian (*emphaty*), (3) ketanggapan (*responsiveness*), (4) keberwujudan (*tangibles*), dan (5) kehandalan (*realibility*). Variabel jaminan (*assurance*) merupakan variabel yang paling dominan dalam mendasari keputusan nasabah dengan rata-rata persepsi 3,49 dan indeks 87,43%.

Kata kunci : Pelayanan, Pembiayaan *murabahah*, Koperasi Syariah

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine variables of service factors that influence of customer behavior in choosing murabahah financing in KSPPS Airlangga Bakti Persada. The population in this research is all murabahah financing customers in KSPPS Airlangga Bakti Persada which amounted to 81 customers (last update April 2018). The sampling technique using purposive random sampling method by taking 35 samples consisting of some respondents are murabahah financing customers with the highest value of financing, and other respondents selected at random. The type of data used in this study is the primary data obtained through the distribution of questionnaires to the respondents directly. Data analysis using factor analysis consisted of several variables and indicators that were researched. And then the data was processed with Microsoft Office Excel 2010 computer software. The results show that service factor analysis have five variables that influence customer behavior in choosing murabahah financing in KSPPS Airlangga Bakti Persada namely (1) assurance, (2) empathy, (3) responsiveness, (4) tangibles, and (5) reliability. Assurance variable is the most dominant variable in service factor that influence customer behavior with average perception 3,49 and index up to 87,43%.

Keywords: Service, Murabahah Financing Product, Sharia Cooperative