

PENGARUH PENGETAHUAN, PERSONAL SELLING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN RAHN

Mir'atun Nabihah^{1*}, M. Shaiful Umam², Syamsir Alamsyah Harahap³,

^{1,2,3}Universitas Qomaruddin

Email : miratunnabihah@gmail.com*

Abstrak	Info Artikel
<p><i>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Pengetahuan, Personal Selling, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Rahn di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Respondennya adalah nasabah pembiayaan rahn di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik dengan populasi 397. Sedangkan total sampel yang digunakan adalah 80 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien Determinasi (R²), Uji t Dan Uji f dengan bantuan IBM SPSS Statistics 29. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan rahn sesuai dengan uji t yang menunjukkan t hitung 3,340 > t tabel 1,992 dengan taraf signifikan 0,001 < 0,05. Kemudian variabel personal selling (X2) secara parsial tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan rahn sesuai dengan uji t yang menunjukkan t hitung 1,811 < t tabel 1,992 dengan taraf signifikan 0,074 > 0,05. Dan variabel kualitas pelayanan (X3) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan rahn sesuai dengan uji t yang menunjukkan t hitung 4,180 > t tabel 1,992 dengan taraf signifikan kurang dari 0,001 < 0,05. Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1), personal selling (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan rahn sesuai dengan hasil uji f menunjukkan bahwa nilai F hitung 32,283 > F tabel 2,72 dengan taraf signifikan kurang dari 0,001 < 0,05. Dan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,560 yang berarti variabel pengetahuan, personal selling, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan rahn pada KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah sebesar 56% sedangkan sisanya 44% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.</i></p>	<p>Diajukan: 29-6-2024 Diterima: 23-8-2024 Diterbitkan : 25-09-2024</p>
<p>Abstract</p> <p><i>This research aims to find out how much influence Knowledge, Personal Selling, and Service Quality have on Customer Decisions in Choosing Rahn Financing Products at KSPPS BMT Surya Raharja Bungah Gresik Branch. This research is quantitative research. The respondents were rahn financing customers at KSPPS BMT Surya Raharja Bungah Gresik Branch with a population of 397. Meanwhile, the total sample used was 80 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling. Data analysis</i></p>	<p>Kata kunci: <i>Pengetahuan, Personal Selling, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah, dan Pembiayaan Rahn.</i></p> <p>Keywords: <i>Knowledge, Personal Selling, Service Quality, Customer Decisions, and Rahn Financing.</i></p>

techniques used in this research include: Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, Coefficient of Determination Test (R^2), t Test and f Test with the help of IBM SPSS Statistics 29. The results of the partial test (t test) show that The knowledge variable (X_1) partially has a positive and significant influence on customers' decisions in choosing Rahn financing products according to the t test which shows t count $3.340 > t$ table 1.992 with a significance level of $0.001 < 0.05$. Then the personal selling variable (X_2) partially has no influence and is not significant on customers' decisions in choosing rahn financing products according to the t test which shows t count $1.811 < t$ table 1.992 with a significance level of $0.074 > 0.05$. And the service quality variable (X_3) partially has a positive and significant influence on customers' decisions in choosing rahn financing products according to the t test which shows t count $4.180 > t$ table 1.992 with a significance level of less than $0.001 < 0.05$. The results of the simultaneous test (f test) show that the variables knowledge (X_1), personal selling (X_2), and service quality (X_3) simultaneously have a positive and significant effect on customers' decisions in choosing rahn financing products in accordance with the results of the f test showing that the F value count $32.283 > F$ table 2.72 with a significance level of less than $0.001 < 0.05$. And the coefficient of determination (R^2) is 0.560 , which means that the variables of knowledge, personal selling and service quality influence customers' decisions in choosing rahn financing products at KSPPS BMT Surya Raharja Bungah Branch by 56% while the remaining 44% is influenced by other variables not discussed in this research.

Cara mensitasi artikel:

Nabibah, M., Umam, M.S., & Harahap, S.A. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Personal Selling dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Rahn. *IJEN: Indonesian Journal of Economy and Education Economy*, 2(3), 490-499. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJEN>

PENDAHULUAN

Transaksi keuangan dalam interaksi sosial sehari-hari merupakan bagian yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari dan akan terus terjadi dalam berbagai aspek kehidupan. Terdapat berbagai bentuk dan jenis Transaksi keuangan yang sering digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat produktif maupun konsumtif. Beberapa bentuk dan jenis transaksi selain harus sah secara akad juga harus didasarkan pada dasar hukum muamalah yaitu tentang saling menolong dan membantu.

Agama Islam secara tegas memerintahkan umatnya untuk saling menolong dan membantu dalam segala hal, diantaranya dapat dilakukan dengan memberikan pinjaman (hutang dan kredit). Hukum islam mengatur pinjaman ini sedemikian rupa sehingga kedua belah pihak terutama pemberi pinjaman terlindungi dari kegiatan dan kerugian yang dilarang. Oleh karena itu, seorang kreditur dapat meminta barang dari debitur sebagai jaminan atas pinjaman yang diberikan kepadanya. Didalam Al-Qur'an terdapat beberapa ayat yang dapat dihubungkan dengan konsep pembiayaan, salah satunya terdapat dalam QS. Al-Baqarah (2):245. Ayat tersebut mengajarkan kepada kita tentang pentingnya pembiayaan yang adil dan bebas dari unsur riba, juga menegaskan tentang nilai-nilai keadilan dalam urusan finansial. Dalam islam Pemberian pinjaman yang

mensyaratkan adanya barang jaminan dikenal dengan istilah rahn (gadai). Rahn dalam konteks islam mengacu pada praktik memberikan agunan atau jaminan sebagai bagian dari transaksi keuangan seperti pinjaman, dimana barang berharga atau properti digunakan sebagai jaminan untuk memastikan pelunasan pinjaman. Sehingga jika peminjam tidak dapat mengembalikan pinjaman maka pemberi pinjaman memiliki hak atas jaminan tersebut.

Gadai syariah disosialisasikan setelah diterbitkannya fatwa DSN MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tentang rahn dan disambut baik oleh lembaga keuangan. Pada saat yang sama, sistem keuangan syariah mulai dilirik dan lebih diminati oleh para nasabah, agar tidak terjerumus dalam transaksi riba dan rentenir yang dilarang oleh agama. Salah satu lembaga keuangan mikro yang dikelola berdasarkan hukum syariah adalah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), salah satunya yaitu BMT Surya Raharja yang berpusat di Tuban yang bergerak dibidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya, dengan menyediakan berbagai produk pinjaman atau pembiayaan yang didasarkan pada hukum-hukum Islam, seperti Ar-Rahn (gadai), Murabahah (jual beli), Qordhul Hasan dan Mudharabah (usaha). Salah satu cabang BMT Surya Raharja adalah BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik yang telah banyak membantu masyarakat menengah kebawah dalam hal pemenuhan kebutuhan modal. Diantara produk pembiayaan berbasis jasa yang disediakan adalah Ar-Rahn (gadai), dimana produk tersebut termasuk produk pembiayaan yang berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di BMT Surya Raharja Cabang Bungah, produk pembiayaan Rahn lah yang paling mendominasi dibandingkan produk pembiayaan Murabahah, Qordhul Hasan, dan Mudharabah.

Jumlah nasabah pembiayaan rahn setiap tahunnya mengalami kenaikan. Pada tahun 2020 jumlah nasabah pembiayaan rahn terdapat 3 nasabah atau 1% kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebanyak 6 nasabah atau 2% pada tahun 2022 mengalami kenaikan yang cukup banyak yaitu sebanyak 58 nasabah atau 14% dan ditahun 2023 mengalami kenaikan yang sangat banyak yakni menjadi 330 nasabah atau 83%. Secara teoritis, dalam memilih suatu produk pembiayaan nasabah perlu memperhatikan faktor-faktor tertentu dan mempertimbangkannya sebelum memilih. Pengetahuan dan pemahaman konsumen terhadap Baitul Maal Wat Tamwil dan produk pembiayaannya dapat mempengaruhi cara pandang konsumen dalam memilih suatu produk tertentu. Pengetahuan yang dimiliki seseorang secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan.

Peran pengetahuan disini sangat penting bagi nasabah tersebut sebagai bahan pertimbangan untuk memilih produk tertentu. Selain itu, unsur personal selling sebagai salah satu sarana promosi juga dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam menentukan pilihan produk pembiayaan. Personal selling merupakan bentuk komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dengan calon nasabah untuk memperkenalkan produk kepada calon nasabah dan menciptakan pemahaman tentang produk tersebut sehingga nasabah bersedia untuk mencoba melakukan pembelian pada produk tersebut. Dengan adanya personal selling konsumen atau nasabah akan merasa diperhatikan dan menjadi lebih mudah untuk memahami produk yang ditawarkan. Faktor yang tidak kalah pentingnya adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa pembiayaan yang diberikan oleh perusahaan atau lembaga.

Nasabah dapat mengambil keputusan pembelian suatu produk atau jasa salah satunya didasarkan pada kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penawaran dalam memenuhi harapan nasabah. Kombinasi dari faktor-faktor tersebut menjadi landasan penting dalam menjalin interaksi yang mengarahkan pada keputusan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Melalui analisis yang mendalam, kita dapat mengetahui hubungan erat antara variabel-variabel tersebut dan keputusan akhir yang diambil oleh para nasabah dalam memilih produk pembiayaan rahn. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena didukung oleh beberapa literatur terdahulu yang relevan, seperti yang dilakukan oleh Oktavia Deva Sukmawati (2021) yang mengatakan bahwa pengetahuan nasabah tentang bank syariah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk mengambil keputusan. Nasabah perlu memahami keunggulan dari setiap produk, serta mengetahui tentang dasar hukumnya dalam islam sebagai pedoman untuk melakukan transaksi sesuai dengan syariah islam.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Robiatul Adawiyah (2020) yang mengatakan bahwa pelayanan sangat mempengaruhi keputusan nasabah diantaranya adalah pelayanan yang cepat serta ramah dan pegawai dapat memberikan informasi yang baik dan tepat kepada nasabah mengenai suatu produk. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian Dheana Nuckitasari (2019), pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan di hati nasabah dan merasa puas sehingga mempengaruhi minat untuk datang kembali.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pengetahuan, Personal Selling, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Rahn (Studi pada KSPPS BMT Surya Raharja cabang Bungah Gresik)".

METODE

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan gejala-gejala, fakta atau peristiwa secara sistematis dan akurat yang berkaitan dengan karakteristik suatu populasi atau wilayah tertentu.

Ruang lingkup dari penelitian ini akan membahas mengenai dua jenis variabel yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebasnya adalah pengetahuan (X1), personal selling (X2), dan kualitas pelayanan (X3). Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan rahn (Y). Penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT Surya Raharja cabang Bungah Gresik. Objek dari penelitian ini adalah nasabah pembiayaan rahn di KSPPS BMT Surya Raharja cabang Bungah Gresik. Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu 7 bulan yaitu mulai 10 November 2023 – 10 Juni 2024.

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data dibedakan menjadi dua kategori, antara lain :

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer merupakan hasil dari kuesioner yang diberikan kepada nasabah pembiayaan rahn di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah.

2. Data sekunder

Data sekunder berasal dari sumber-sumber seperti buku, brosur, jurnal, artikel, tesis, *website*, dan sumber lain yang relevan dengan topik penelitian.

Dalam pengambilan data penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Kuesioner

Metode pengumpulan data melalui penggunaan kuesioner dengan skala *Likert* memungkinkan responden untuk mengekspresikan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan yang diajukan. Berikut ini adalah beberapa item pertanyaan yang digunakan dalam instrumen skala *Likert* tersebut :

Tabel 1 Skala Pengukuran *Likert*

Kategori	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	Diberi skor 5
Setuju (S)	Diberi skor 4
Netral (N)	Diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	Diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Diberi skor 1

Sumber : Syofian Siregar, 2011

2. Dokumentasi

Dokumentasi juga merupakan metode pengumpulan data yang didasarkan pada pengumpulan data tentang sesuatu yang berupa foto, arsip (dokumen), dan sebagainya yang termasuk dalam data KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah, yang dijadikan objek penelitian.

3. Wawancara

Wawancara (*Interview*) adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan dialog langsung antara peneliti dan subjek penelitian atau orang yang memiliki pengetahuan tentang topik yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang peneliti lakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS 29 maka peneliti dapat menginterpretasikan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Pembuktian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t ditunjukkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas yang terdiri dari pengetahuan (X_1), *personal selling* (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) secara parsial terhadap variabel terikat keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn*.

a) Pengetahuan (X_1)

Diperoleh t_{hitung} sebesar 3,340 dengan taraf signifikan 0,001. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,992. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,340 > t_{tabel}$ sebesar 1,992. Yang berarti bahwa variabel pengetahuan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik.

Hasil ini sesuai dengan pendapat Philip Kotler yang mengatakan bahwa pentingnya pengetahuan konsumen terhadap produk atau layanan dalam proses pengambilan keputusan. Menurutnya, konsumen yang terinformasi dengan baik

lebih cenderung membuat keputusan yang lebih tepat dan memilih produk atau layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktavia Deva Sukmawati (2021) yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Dengan demikian, dari hasil hipotesis (H_1) yang diajukan didalam penelitian ini yakni pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik telah terbukti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima.

b) *Personal Selling* (X_2)

Diperoleh t_{hitung} sebesar 1,811 dengan taraf signifikan 0,074. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,992. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,074 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $1,811 < t_{tabel}$ sebesar 1,992. Yang berarti bahwa variabel *personal selling* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik.

Hasil ini sesuai dengan pendapat Daniel Kahneman dan Richard Thaler dalam bidang ekonomi perilaku menunjukkan bahwa keputusan konsumen seringkali dipengaruhi oleh faktor psikologis dan heuristik, yang bisa berarti bahwa pendekatan *personal selling* yang rasional tidak selalu efektif.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rohimatul Cahyani (2020) yang menyatakan bahwa variabel *personal selling* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah memilih produk *Tabarok* di BPRS SPM Pamekasan.

Dengan demikian, dari hasil hipotesis (H_2) yang diajukan didalam penelitian ini yakni *personal selling* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik tidak terbukti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak.

c) Kualitas Pelayanan (X_3)

Diperoleh t_{hitung} sebesar 4,180 dengan taraf signifikan $< 0,001$. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,992. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan kurang dari $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $4,180 > t_{tabel}$ sebesar 1,992. Yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik.

Hasil ini sesuai dengan pendapat Parasuraman, Zeithaml, dan Berry Mereka mengembangkan model SERVQUAL, yang merupakan salah satu model paling terkenal dalam mengukur kualitas layanan. Mereka mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Musyarofah (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Qordlu Bi Syarti Rahni* pada BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari.

Dengan demikian, dari hipotesis (H_3) yang diajukan didalam penelitian ini yakni kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik telah terbukti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima

2. Dalam pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, *personal selling*, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $F_{hitung} (32,283) > F_{tabel} (2,72)$ dengan tingkat signifikansi dibawah 5% ($< 0,001 < 0,05$). Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh dari *R Square* sebesar 0,560 atau 56% yang berarti keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan, *personal selling*, dan kualitas pelayanan sebesar 56% sedangkan sisanya 44% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan demikian, dari hipotesis (H_4) yang diajukan di dalam penelitian ini yakni pengetahuan, *personal selling*, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik telah terbukti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Pengetahuan (X_1) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih (Y) produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja cabang Bungah Gresik. Hal ini dikarenakan pengetahuan yang baik tentang produk atau layanan akan membuat nasabah untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi. Mereka dapat memahami fitur, manfaat, dan nilai dari produk tersebut, serta membandingkannya dengan alternatif lainnya.
2. Variabel *Personal Selling* (X_2) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih (Y) produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik. Hal ini dikarenakan Beberapa pelanggan merasa tidak nyaman atau tidak suka berinteraksi secara langsung dengan *salesperson*. Hal ini dapat membuat mereka lebih memilih untuk mencari informasi sendiri.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih (Y) produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik. Hal ini dikarenakan Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan citra merek atau perusahaan di mata konsumen. Merek yang dikenal dengan pelayanan yang baik cenderung memiliki reputasi yang positif dan lebih dipercaya oleh konsumen.
4. Variabel pengetahuan (X_1), *personal selling* (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih (Y) produk pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT Surya Raharja Cabang Bungah Gresik.

Selanjutnya hasil dalam penelitian ini diharapkan supaya dapat dijadikan sumber ide dan masukan, maupun referensi untuk pengembangan penelitian dan menambah wawasan, serta selanjutnya menjadi lebih baik lagi. Semoga peneliti selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel serta memperluas variabel agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai penelitian yang diteliti.

DAFTAR RUJUKAN

- Adawiyah, Robiatul. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Gadai di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. Thesis., Institut Agama Islam Negeri, Madura, 2021. diakses Desember 11, 2023, <http://etheses.iainmadura.ac.id/1043/>.*
- Assauri, S. *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi 4. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2009.
- Budiasih, Yanti. *Statistika Deskriptif Untuk Ekonomi & Bisnis*. Tangerang: Jelajah Nusa, 2012.
- Cahyani, Dwi Rohimatul. *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabarak di BPRS SPM Pamekasan. Thesis., Institut Agama Islam Negeri, Madura, 2021. diakses Desember 11, 2023, <http://etheses.iainmadura.ac.id/1012/>.*
- Denovita, Fanti. (Manager Cabang BMT Surya Raharja Cabang Bungah). *Interview*. Bungah, Desember 11, 2023.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 5. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Cet. Ke 4. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Fajar Pratama Offset, 2011.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. *Dasar – dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kel. Gramedia, 2009.
- . *Principles Of Marketing Global, Edition 17th Edition*. London: Pearson Education, 2018.
- . *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lupiyoadi, R. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Maghfiroh, Fitrotul. (Account Officer BMT Surya Raharja Cabang Bungah). *Interview*. Bungah, Desember 11, 2023.
- Mowen, Jhon C dan Micahel Minor. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2008.

- Musyarofah. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Lokasi, dan Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Qordlu Bi Syarti Rahni pada BMT Lisa Nusa Barokah Nalumsari*. Thesis., Institut Agama Islam Negeri, Kudus, 2021. diakses Desember 11, 2023, <http://repository.iainkudus.ac.id/3832/>.
- Nuckitasari, Dheana. *Pengaruh Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Di BMT Pahlawan Tulungagung*. Thesis., Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, 2019. diakses Desember 11, 2023, <http://repo.uinsatu.ac.id/13771/>.
- Nutisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000.
- Siegar, Syofian. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Sugianto. *Analisis Statistika Sosial*. Malang: Bayumedia Publishing, 2004.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sujarweni, V. Wiratna dan Poly Endrayanto. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Sukmawati, Oktavia Deva. *Pengaruh Pengetahuan Dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan*. Thesis., Institut Agama Islam Negeri, Madura, 2022. diakses Desember 11, 2023, <http://etheses.iainmadura.ac.id/2459/>.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.
- Sunyoto, Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- . *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi: Alat Statistik & Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: CAPS, 2011.
- . *Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Supranto. *Statistik: Teori dan Aplikasi*, Cet ke-6. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service, Citra Wisata dan Setixfaction*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- . *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media, 2005.
- . *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi, 2000.
- . *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset, 2009.
- Wangsawidjaja. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT. Garmedia Pustaka Utama, 2010.

Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.