

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBIAYAAN  
IJARAH MULTIJASA PADA LEMBAGA KEUANGAN NON BANK DI  
KOTA PALEMBANG**



**Skripsi oleh:**

**MUHAMMAD REZKY FARHANDI**

01021381722146

**EKONOMI PEMBANGUNAN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**2021**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBIAYAAN IJARAH  
MULTIJASA PADA LEMBAGA KEUANGAN NON BANK DI KOTA  
PALEMBANG**

Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Rezky Farhandi  
NIM : 01021381722146  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Ekonomi Pembangunan  
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

**Tanggal Persetujuan**

**Dosen Pembimbing**

21 JUNI 2021

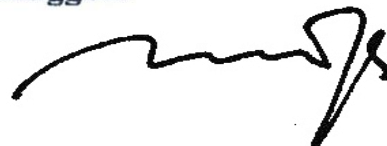
**Ketua**



**Ketua : Dr. Suhel, M. Si  
NIP. 196610141992031003**

28 Juni 2021

**Anggota**



**Ahmad Syathiri, SE.I., M.S.I  
NIP. 198205252009121003**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBIAYAAN IJARAH  
MULTIJASA PADA LEMBAGA KEUANGAN NON BANK DI KOTA PALEMBANG**

Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Rezky Farhandi  
NIM : 01021381722146  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Ekonomi Pembangunan  
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Telah diuji dalam Ujian Komprehensif pada tanggal 9 Juli dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Palembang, Juli 2021

Ketua

Anggota

Anggota



Dr. Suhel, S.E., M.Si  
NIP. 196610141992031003



Ahmad Syathiri, S.E.I., M.S.I.  
NIP. 198205252009121003



Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si.  
NIP. 1973060720021002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si  
NIP. 197304062010121001

**ASLI**

JUR. EK. PEMBANGUNAN 31-8-2021  
FAKULTAS EKONOMI UNSRI



## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Nama : Muhammad Rezky Farhandi  
NIM : 01021381722146  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Ekonomi Pembangunan  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembiayaan Ijarah Multijasa Pada Lembaga Keuangan non Bank di Kota Palembang”

Pembimbing :

Ketua : Dr. Suhel, SE., M.Si  
Anggota : Ahmad Syathiri, S.E.I., M.S.I.  
Tanggal diuji : 9 Juli 2021

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Bukan jiplakan hasil karya orang lain serta tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Palembang Juli 2021  
Saya yang menyatakan



Muhammad Rezky Farhandi  
NIM. 01021381722146

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang maha Pengasih lagi maha Penyayang serta shalawat dan salam tak lupa senantiasa kita curahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta para sahabat. Syukur Alhamdulillah atas nikmat dan karunia-Nya beserta niat yang kuat dan mantap saya dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembiayaan Ijarah Multijasa pada Lembaga Keuangan non Bank di Kota Palembang”.

Meskipun tak luput dari kendala yang dihadapi, semua ini tak lepas berkat dari Allah SWT dan dukungan dari beberapa pihak yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada saya. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Papa dan Mama, Kak yandi, Alan dan keluarga besar yang memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi sehingga saya bisa meraih gelar Sarjana Ekonomi.
2. Kepada Bapak Mukhlis, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Kepada Bapak Dr. Suhel, S.E., M.Si selaku Ketua Pembimbing skripsi, Kepada Bapak Ahmad Syathiri, S.E.I., M.S.I. selaku Pembimbing II, serta Bapak Dr. Imam Asngari S.E., M.Si selaku Penguji dan Pembimbing Akademik terimakasih telah memberikan kritik serta saran,

4. Kepada Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik serta memberi ilmu dan mengajarkan kepada mahasiswa dan Admin Ekonomi Pembangunan sekaligus Tenaga Pendidik di lingkungan Fakultas Ekonomi.
5. Vina Talia, S.Pd yang memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan skripsi sehingga penulis meraih gelar Sarjana Ekonomi.
6. Keluarga Besar IDT dan Orang Sukses Mie Sukses, yang saling menyemangati serta memberikan saran dikala bertemu dan berkumpul

Palembang, Juli 2021

Muhammad Rezky Farhandi

NIM. 01021381722146

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

	Nama : Muhammad Rezky Farhandi
	NIM : 01021381722146
	Tempat, Tanggal Lahir: Palembang, 13 November 1999
	Alamat : Jl. Lukman Idris No.1479 BC RT 15 RW 03 Sukodadi, Palembang
	Handphone : 089696353558
Agama	Islam
Jenis Kelamin	Laki-Laki
Status	Belum menikah
Tinggi Badan	164 cm
Berat Badan	77 Kg
Email	farhandirezky@gmail.com
<b>PENDIDIKAN</b>	
2005-2011	SD Negeri 156 Palembang
2011-2014	MTs Negeri 1 Palembang
2014-2017	SMK Negeri 2 Palembang
2017-2021	Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
<b>PENGALAMAN ORGANISASI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Anggota Palang Merah Remaja (2012-2014)</li><li>• Anggota Divisi Keilmuan IMEPA FE UNSRI (2021)</li><li>• Anggota IMASFEK (2021)</li></ul>

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBIAYAAN  
IJARAH MULTIJASA PADA LEMBAGA KEUANGAN NON BANK DI  
KOTA PALEMBANG**

Oleh:

**Muhammad Rezky Farhandi; Suhel; Ahmad Syathiri**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Preferensi konsumen terhadap pembiayaan ijarah multijasa pada lembaga keuangan non bank di kota palembang. Data yang digunakan di penelitian ini menggunakan data primer dengan sampel sebanyak 30 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda dengan uji t (Parsial), uji f (Simultan), dan uji r (Korelasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X3) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Preferensi Konsumen dengan Nilai t hitung – 1,549 lebih kecil dari t tabel. Namun pada uji f Semua variabel berpengaruh signifikan simultan terhadap Preferensi Konsumen dengan nilai Fhitung sebesar 18,638 lebih besar dari Ftabel.

**Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Pembiayaan Ijarah Multijasa, Ujrah**

Ketua



Dr. Suhel, S.E., M.Si  
NIP. 196610141992031003

Anggota



Ahmad Syathiri, S.E.I., M.S.I.  
NIP. 198205252009121003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si  
NIP. 197304062010121001



## ABSTRACT

### ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES TOWARDS MULTI-SERVICE IJARAH FINANCING IN NON-BANK FINANCIAL INSTITUTIONS IN PALEMBANG CITY

by:

**Muhammad Rezky Farhandi; Suhel; Ahmad Syathiri**

This study aims to analysing consumer preferences for multi-service ijarah financing at non-bank financial institutions in the city of Palembang. The data used in this study used primary data with a sample of 30 people. The analytical technique used in this research is Multiple Linear Regression with t test (partial), f test (simultaneous), and r test (correlation). The results showed that partially Service Quality (X3) had no effect and was not significant on consumer preferences with a t value of - 1.549 smaller than t table. However, in the f test, all variables have a simultaneous significant effect on consumer preferences with an Fcount of 18.638 which is greater than Ftable.

**Key word: *Consumer Preference, Multi-service Ijarah Financing, Ujrah***

Chair



Dr. Suhel, S.E., M.Si  
NIP. 196610141992031003

Member



Ahmad Syathiri, S.E.I., M.S.I.  
NIP. 198205252009121003

Acknowledged by,  
Head of Development Economics Department



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si  
NIP. 197304062010121001

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv-v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>7</b>
2.1 Teori Konsumsi Islam .....	7
2.1.1 Barang Halal, Haram, dan Analisis Kurva Indiferens .....	7
2.1.2 Preferensi Konsumen.....	10
2.2 Pembiayaan Syariah .....	11
2.2.1 Dasar Hukum Pembiayaan .....	12
2.2.2 Fungsi Pembiayaan .....	12
2.2.3 Jenis-Jenis Pembiayaan.....	12
2.3 Ijarah.....	13
2.3.1 Jenis Barang/Jasa yang dapat disewakan .....	14
2.3.2 Rukun akad Ijarah .....	14
2.3.3 Syarat akad sewa-menyewa .....	15
2.3.4 Jenis-Jenis Ijarah .....	15

2.3.5	Skema Pembiayaan Akad Ijarah .....	16
2.3.6	Dasar hukum ijarah .....	17
2.3.7	Penetapan Ujrah .....	18
2.4	Multijasa.....	18
2.4.1	Dasar Hukum Multijasa.....	19
2.5	Promosi.....	20
2.6	Kualitas Produk .....	21
2.7	Kualitas Pelayanan .....	22
2.8	Penelitian Terdahulu.....	23
2.9	Kerangka Penelitian .....	25
2.10	Hipotesis.....	25
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Sumber data penelitian.....	26
3.3	Populasi dan sampel.....	26
3.4	Teknik pengumpulan data.....	27
3.5	Definisi Operasional variable .....	28
3.6	Teknik Analisis data .....	30
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	30
3.6.2	Uji Validitas .....	30
3.6.3	Uji Reabilitas .....	30
3.6.4	Metode Succsesif Interval .....	31
3.6.5	Uji Asumsi Klasik .....	32
3.6.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.6.7	Uji Hipotesis.....	33
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
4.1.1	Sejarah Berdirinya UUS PT. BFI Syariah .....	35
4.1.2	Visi Misi PT BFI Syariah .....	35
4.1.3	Struktur Organisasi PT BFI Finance.....	36
4.1.4	Sejarah Berdirinya UUS Amitra Syariah.....	37

4.1.5	Visi Misi.....	37
4.1.6	Struktur Organisasi .....	38
4.1.7	Gambaran Umum PT Al Ijarah Indonesia Finance.....	39
4.1.8	Visi Misi.....	39
4.1.9	Struktur Organisasi .....	40
4.2.	Karakteristik Responden .....	41
4.2.1	Karakteristik Responden Usia/Umur.....	41
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.3	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	44
4.3	Uji Validitas .....	45
4.4	Uji Reabilitas .....	46
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	48
4.5.1	Uji Normalitas.....	48
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	49
4.5.3	Uji Heterokedastisitas .....	50
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.7	Uji Hipotesis.....	53
4.7.1	Uji F.....	53
4.7.2	Uji T .....	54
4.7.3	Uji R .....	56
4.8	Pembahasan .....	56
4.8.1	Pengaruh Ujrah terhadap Preferensi Konsumen .....	56
4.8.2	Pengaruh Promosi terhadap Preferensi Konsumen .....	57
4.8.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Preferensi Konsumen.....	58
4.8.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Preferensi Konsumen.....	59
4.8.5	Pengaruh Ujrah,Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Preferensi Konsumen.....	60
4.8.6	Sudut Pandang Ekonomi Islam .....	61

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin .....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas .....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	49
Tabel 4.7 Hasil Regresi linear Berganda.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji R .....	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	45

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kurva Indiferens barang halal dan haram.....	8
Gambar 2.2 Skema Pembiayaan Akad Ijarah .....	16
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT BFI.....	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT FIF .....	38
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT ALijarah.....	40
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin .....	43
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	48
Gambar 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Pada era saat ini, pertumbuhan dan praktik ekonomi Islam di dalam dan luar negeri semakin berkembang. Pesatnya perkembangan ekonomi Islam di Indonesia ditandai dengan banyaknya penelitian serta publikasi tentang prinsip dan praktik ekonomi Islam. (Dewi, 2018). Hal tersebut dapat dilihat dari cepatnya pertumbuhan dan perkembangan lembaga keuangan berlandaskan Syariah misalnya bank, asuransi koperasi, pegadaian dan lembaga keuangan lain yang berdasarkan prinsip syariah. Dan perkembangan yang terjadi pada industri perbankan syariah Indonesia secara umum tidak lepas dari sistem perbankan yang ada di Indonesia. Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia juga didukung mayoritas penduduk beragama Islam di Indonesia, hal tersebut karena bank dan lembaga keuangan syariah melakukan transaksi dengan prinsip syariah. Sehingga banyak orang yang merasakan sangat penting hidup sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yaitu terhindar dari unsur seperti Riba, Gharar dan Maysir.

Oleh karena itu lembaga keuangan syariah mendapatkan reaksi yang positif dari masyarakat muslim karena bank syariah serta lembaga keuangan syariah mempunyai karakter yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti tidak adanya bunga yang menyebabkan adanya riba, tidak adanya maysir ataupun

gharar, serta melakukan bisnis atau kerjasama untuk mendapatkan nisbah bagi hasil (Hernayanti dan Riani, 2013). Penerapan prinsip syariah yang dilakukan oleh bank ataupun lembaga keuangan syariah dilakukan untuk mendapatkan manfaat kebaikan kehidupan umat muslim terutama dan menghindarkan dari hal yang di haramkan oleh ajaran islam. Produk bank syariah dan lembaga keuangan syariah yang secara umum dapat diketahui adalah penyaluran dana dan penghimpunan dana (Maski, 2010).

Salah satu tugas dan fungsi Lembaga Keuangan Syariah memberikan atau mengadakan penyaluran dana dalam suatu bentuk Pembiayaan. Hal tersebut diutamakan kepada masyarakat yang mendadak dalam kebutuhan ekonomi yang harus di penuhi. Adapun akad pembiayaan yang ada di lembaga keuangan syariah serta lembaga lainnya yakni akad Ijarah (Farid, 2015). Pembiayaan yang paling diminati masyarakat untuk membantu kebutuhan mereka adalah Pembiayaan ijarah, pengertian dari ijarah adalah pembiayaan sewa dan menyewa dengan perpindahan hak guna untuk mendapatkan manfaat atau jasa yang di peroleh dari objek yang disewakan. Adapun pembiayaan ijarah yang memperoleh atas jasa mereka yakni ijarah multijasa. Pembiayaan multijasa ini yang paling banyak di minati oleh sebagian masyarakat dan alternatif bagi mereka yang ingin memenuhi kebutuhan atas jasa mereka. Menurut fatwa DSN-MUI pembiayaan ijarah multijasa hukumnya boleh atau jaiz dengan akad ijarah atau kafalah. Laba dari pembiayaan itu disebut fee atau upah, fee atau upah itu sendiri telah disepakati diawal akad yang berbentuk nominal (MUI, 2004).

Lembaga Keuangan Syariah non bank di kota Palembang yang memiliki produk pembiayaan ijarah multijasa adalah PT BFI Syariah Finance Cabang Palembang. Selain pembiayaan ijarah multijasa juga terdapat produk pembiayaan yang lain yaitu pembiayaan murabahah atau pembiayaan untuk jual beli, Pembiayaan ijarah multijasa yang ditawarkan PT BFI syariah cabang Palembang tidak menggunakan jaminan atau agunan, tidak ada biaya denda keterlambatan dan tanpa biaya provisi yang dimana dapat membantu konsumen dalam mempermudah mereka untuk melakukan pembiayaan. Aplikasi pembiayaan ijarah multijasa pada PT BFI Syariah Finance cabang Palembang juga mengalami peningkatan pada tahun terakhir ini, peningkatan yang terjadi sekitar 10% konsumen yang menggunakan pembiayaan ijarah multijasa. Adapun berbagai macam objek produk yang di pilih konsumen adalah My Hajat untuk membuka usaha baru dan biaya sewa ruko serta My Ta'lim untuk membantu pembiayaan pendidikan sekolah dan perguruan tinggi. Selain PT BFI Syariah Finance, ada lagi Lembaga Keuangan Syariah non bank di kota Palembang yang mempunyai pembiayaan Ijarah Multijasa adalah Amitra dan Al- Ijarah Indonesia Finance dengan objek produk pembiayaan Umrah dan Haji. Produk tersebut cukup di minati sebagian besar konsumen pembiayaan di Amitra dan Al - Ijarah Indonesia Finance karena dapat membantu memudahkan konsumen dalam melaksanakan ibadah umrah dan haji. Atas didasari dari banyaknya lembaga keuangan syariah yang menerapkan pembiayaan ijarah multijasa membuat masyarakat bingung akan melakukan pembiayaan pada lembaga mana yang paling cocok dengan pilihan mereka, suatu lembaga memiliki caranya masing masing dalam menarik



konsumen untuk melakukan pembiayaan di lembaga mereka, seperti pengadaan promosi yang menarik sehingga membuat calon konsumen tertarik untuk melakukan pembiayaan pada lembaga tersebut, dan dari segi kualitas produk serta kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan bagi konsumen yang baru akan melakukan pembiayaan tersebut, ataupun penetapan ujranya yang sangat kompetitif sehingga tidak membebankan konsumen. Preferensi konsumen adalah suatu sikap konsumen untuk menginginkan suatu barang atau jasa yang mereka butuhkan untuk memberikan suatu nilai kepuasan tersendiri terhadap apa yang mereka beli dan apa yang ditawarkan, sehingga orang tersebut menginginkan barang ataupun jasa yang telah mempunyai sikap perilaku konsumen (Isye dan Marwan, 2019).

Semua masyarakat mendapatkan banyak pilihan untuk memutuskan bank syariah sebagai penyaluran dana ataupun penghimpunan dana. Lembaga keuangan syariah serta lembaga lainnya harus menetapkan strategi yang tepat untuk mempengaruhi masyarakat untuk memilih lembaga keuangan ataupun bank syariah. Keputusan konsumen yakni suatu tindakan yang dilakukan seseorang untuk memilih pilihannya untuk melakukan pembiayaan atau penyaluran dana yang terdapat di lembaga keuangan atau bank syariah untuk memenuhi kebutuhan. Dalam membeli dan mengonsumsi suatu barang terlebih dahulu konsumen akan membuat keputusan mengenai produk yang dibutuhkan mereka. Dengan maksud diperlukan suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli dan mengonsumsi suatu produk barang dan jasa. Mengenai keputusan konsumen

adalah rangkaian aktivitas yang dilakukan seseorang untuk menetapkan berbagai pilihan yang dianggap rasional dalam lingkungan mereka. Proses keputusan pembelian konsumen terdiri lima tahapan, yakni pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2009). Pada tahap pengenalan masalah konsumen itu sendiri akan mencari masalah dan kebutuhan mereka dan selanjutnya akan mencari informasi mengenai produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Tahap selanjutnya setelah mereka mencari informasi yang tepat mereka akan menentukan pilihan mereka untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk barang maupun jasa yang mereka inginkan.

Pada saat konsumen pertama kali ingin melakukan pembiayaan, penilaian dengan pertimbangan akan mendasari mereka berbeda dengan pertimbangan yang telah berulang kali. Pertimbangan ini dapat dilihat oleh konsumen dari sudut pandang ekonomi mereka, berhubungan dengan orang sekitarnya sebagai dampak hubungan social, serta lebih ketidakpastian emosi. Pada saat mengambil keputusan, semua hal yang dipertimbangkan akan dialami oleh konsumen walaupun berbeda dari setiap individu.

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan diatas maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian tentang preferensi konsumen untuk melakukan pembiayaan ijarah multijasa, dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembiayaan Ijarah multijasa Pada Lembaga Keuangan Non Bank di kota Palembang”

## **1.2 Rumusan masalah**

Bagaimana Pengaruh Ujrah, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Preferensi konsumen Pembiayaan Ijarah Multi jasa pada lembaga keuangan non bank di kota Palembang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Pengaruh ujarah, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Preferensi konsumen Pembiayaan Ijarah Multijasa pada lembaga keuangan non bank di kota Palembang

## **1.4 Manfaat penulisan**

### 1. Manfaat akademis

Diharapkan dari penelitian ini untuk memberi kontribusi serta dapat digunakan menjadi acuan peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang sama tentang pembiayaan multijasa

### 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan untuk memberi masukan kepada lembaga keuangan syariah non bank di kota Palembang untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta dapat memberikan wawasan tentang preferensi konsumen terhadap pembiayaan ijarah multijasa, yang nantinya akan dapat dijadikan sarana untuk kedepannya membantu konsumen melakukan pembiayaan ijarah multijasa pada lembaga keuangan syariah non bank di kota Palembang.

## Daftar Pustaka

- Arif, M. N. R. Al (2010) 'Perilaku Konsumen Muslim Dalam Memaksimalkan Kepuasan', *Jurnal Sosio-Religia LinkSas Yogyakarta*, (2), pp. 1–16.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) (2000) *Fatwa DSN tentang Pembiayaan Ijarah, Himpunan Fatwa DSN MUI*.
- Dewi, A. (2018) 'Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Kota Palopo', *Jurnal Akuntansi*, 04(02), pp. 1–12.
- Fadhlor R, F., Rachma, N. and Slamet, Afi rachmat (2018) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Malang', *Riset Manajemen*, pp. 52–64.
- Farid, A. (2015) 'Pembiayaan Ijarah Multijasa pada Jasa Keuangan di KSU Syariah Usaha Mulia Probolinggo', *Iqtishoduna*, 6(2), pp. 77–88.
- Ghazaly, A. R., Ihsan, G. and Shidiq, S. (2018) *Fiqih Muamalat*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ginting, M. (2019) *Perilaku Konsumen*. doi: 10.31227/osf.io/pfjhz.
- Handayani, F. (2014) *Analisis Pembiayaan Ijarah Multijasa Pada BPR Syariah Artha Amanah Ummat Ungaran*. STAIN Salatiga.
- Herdiana, N. (2013) *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Hernayanti, P. and Riani, W. (2013) 'Faktor Manfaat Yang Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Bandung Terhadap Pegadaian Syariah'.
- Jannah, M. (2019) *Prefrensi Masyarakat Kuala Pembuang pada BMT Daarussalam*. doi: 10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178.
- Karim, A. A. (2014) *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Kelima. Jakarta:

Rajawali Pers.

- Karim, A. A. (2014) *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir (2008) *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. and Keller, Kevin Lane (2009) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati (2016) 'Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), pp. 45–52.
- Lolowang, I. R. A. (2019) 'Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tipe Premium (Studi Pada Konsumen Kawanua Emerald City Akrland Manado)', *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 7.
- Mardani (2012) *Fiqih Ekonomi Syariah: Fiqih Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- Maski, G. (2010) 'Analisis Keputusan Nasabah Menabung', *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1), pp. 43–57.
- Mirakhor, A. and Iqbal, Z. (2008) *Pengantar Keuangan Islam Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- MUI, D. S. N. (2004) *Fatwa DSN-MUI NO.44/DSN-MUI/VII/2004 tentang Pembiayaan Multijasa, Himpunan Fatwa DSN MUI*.
- Nurhayati, S. and Wasilah (2013) *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Pamungkas, B. A. (2017) 'Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)', *Jurnal Komunikasi*, 10(2), p. 145. doi: 10.21107/ilkom.v10i2.2518.



- Putro, S., Semuel, H. and Brahmana, R. (2014) 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), pp. 1–9.
- Ramadhani, F. P. (2017) *PENGARUH PRODUK DEPOSITO ISLAMIC BANKING*. UIN Raden Fatah.
- Septiana, A. (2015) 'Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam', *Dinar*, 1(1), pp. 1–17.
- Suharyono (2018) 'Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Al-Intaj*, 4.
- Suhendi, H. (2002) *Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S. (2013) *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2014) *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.
- Usman, R. (2009) *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Veithzal Rivai and Arifin, A. (2010) *Islamic Banking: Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksera.
- Windarti, T. and Ibrahim, M. (2017) 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu', *Python Cookbook*, p. 706.

## Lampiran

### Validitas X1

		Correlations							
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	,133	,235	,327	,486**	,487**	-,185	,614**
	Sig. (2-tailed)		,485	,211	,078	,007	,006	,327	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	,133	1	,375*	,127	,364*	,018	-,065	,484**
	Sig. (2-tailed)	,485		,041	,504	,048	,925	,733	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	,235	,375*	1	,473**	,701**	,550**	,123	,787**
	Sig. (2-tailed)	,211	,041		,008	,000	,002	,516	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	,327	,127	,473**	1	,477**	,526**	,071	,705**
	Sig. (2-tailed)	,078	,504	,008		,008	,003	,709	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_5	Pearson Correlation	,486**	,364*	,701**	,477**	1	,731**	,089	,879**
	Sig. (2-tailed)	,007	,048	,000	,008		,000	,640	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_6	Pearson Correlation	,487**	,018	,550**	,526**	,731**	1	,256	,773**
	Sig. (2-tailed)	,006	,925	,002	,003	,000		,172	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_7	Pearson Correlation	-,185	-,065	,123	,071	,089	,256	1	,070
	Sig. (2-tailed)	,327	,733	,516	,709	,640	,172		,713
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_TOTAL	Pearson Correlation	,614**	,484**	,787**	,705**	,879**	,773**	,646	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

## VALIDITAS X2

		Correlations							
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_TOTAL
X2_1	Pearson Correlation	1	,275	,441*	,558**	,597**	,384*	,220	,768**
	Sig. (2-tailed)		,142	,015	,001	,000	,036	,243	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	,275	1	,347	,295	,285	,175	,343	,550**
	Sig. (2-tailed)	,142		,061	,113	,127	,356	,063	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	,441*	,347	1	,643**	,621**	,479**	,009	,744**
	Sig. (2-tailed)	,015	,061		,000	,000	,007	,964	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	,558**	,295	,643**	1	,616**	,324	-,065	,722**
	Sig. (2-tailed)	,001	,113	,000		,000	,081	,734	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_5	Pearson Correlation	,597**	,285	,621**	,616**	1	,597**	,088	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,127	,000	,000		,000	,642	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_6	Pearson Correlation	,384*	,175	,479**	,324	,597**	1	,059	,667**
	Sig. (2-tailed)	,036	,356	,007	,081	,000		,757	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_7	Pearson Correlation	,220	,343	,009	-,065	,088	,059	1	,363*
	Sig. (2-tailed)	,243	,063	,964	,734	,642	,757		,049
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_TOTAL	Pearson Correlation	,768**	,550**	,744**	,722**	,825**	,667**	,363*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,049	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## VALIDITAS X3

		Correlations						
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_TOTAL
X3_1	Pearson Correlation	1	-,109	,411*	,035	-,102	,165	,344
	Sig. (2-tailed)		,566	,024	,856	,592	,384	,063
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_2	Pearson Correlation	-,109	1	-,097	,321	-,010	,161	,446*
	Sig. (2-tailed)	,566		,611	,083	,957	,395	,014
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_3	Pearson Correlation	,411*	-,097	1	,000	,106	,301	,470**
	Sig. (2-tailed)	,024	,611		1,000	,576	,106	,009
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_4	Pearson Correlation	,035	,321	,000	1	,252	,090	,671**
	Sig. (2-tailed)	,856	,083	1,000		,180	,638	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_5	Pearson Correlation	-,102	-,010	,106	,252	1	,011	,467**
	Sig. (2-tailed)	,592	,957	,576	,180		,952	,009
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_6	Pearson Correlation	,165	,161	,301	,090	,011	1	,565**
	Sig. (2-tailed)	,384	,395	,106	,638	,952		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3_TOTAL	Pearson Correlation	,483	,446*	,470**	,671**	,467**	,565**	1
	Sig. (2-tailed)	,007	,014	,009	,000	,009	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

## VALIDITAS X4

		Correlations						
		X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4_6	X4_TOTAL
X4_1	Pearson Correlation	1	-,120	,039	,086	,018	,254	,378*
	Sig. (2-tailed)		,528	,837	,650	,924	,175	,040
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4_2	Pearson Correlation	-,120	1	,273	,225	,380*	,265	,591**
	Sig. (2-tailed)	,528		,144	,232	,038	,157	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4_3	Pearson Correlation	,039	,273	1	,517**	,187	,000	,538**
	Sig. (2-tailed)	,837	,144		,003	,323	1,000	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4_4	Pearson Correlation	,086	,225	,517**	1	,182	,000	,562**
	Sig. (2-tailed)	,650	,232	,003		,335	1,000	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4_5	Pearson Correlation	,018	,380*	,187	,182	1	,269	,648**
	Sig. (2-tailed)	,924	,038	,323	,335		,151	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4_6	Pearson Correlation	,254	,265	,000	,000	,269	1	,604**
	Sig. (2-tailed)	,175	,157	1,000	1,000	,151		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4_TOTAL	Pearson Correlation	,378*	,591**	,538**	,562**	,648**	,604**	1
	Sig. (2-tailed)	,040	,001	,002	,001	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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



## VALIDITAS Y

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	YTOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,536**	,187	,389*	,295	,002	,590**
	Sig. (2-tailed)		,002	,321	,034	,113	,990	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,536**	1	,422*	,621**	,504**	,123	,788**
	Sig. (2-tailed)	,002		,020	,000	,005	,517	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,187	,422*	1	,418*	,569**	,053	,641**
	Sig. (2-tailed)	,321	,020		,022	,001	,781	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,389*	,621**	,418*	1	,594**	,049	,767**
	Sig. (2-tailed)	,034	,000	,022		,001	,798	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	,295	,504**	,569**	,594**	1	,027	,725**
	Sig. (2-tailed)	,113	,005	,001	,001		,888	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	,002	,123	,053	,049	,027	1	,413*
	Sig. (2-tailed)	,990	,517	,781	,798	,888		,023
	N	30	30	30	30	30	30	30
YTOTAL	Pearson Correlation	,590**	,788**	,641**	,767**	,725**	,413*	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,023	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## REABILITAS X1

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,746	,720	7

## REABILITAS X2

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,783	,772	7

## REABILITAS X3

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,783	,788	7

## REABILITAS X4

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,672	,601	6

## REABILITAS Y

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,693	,638	6

## REGRESI LINEAR DAN UJI T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,109	3,647		,304	,763
	UJRAH	,258	,119	,298	2,179	,039
	PROMOSI	,471	,111	,561	4,256	,000
	KUALITAS PELAYANAN	-,218	,141	-,158	-1,549	,133
	KUALITAS PRODUK	,324	,127	,272	2,551	,017

a. Dependent Variable: PREFERENSI

## UJI F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	248,219	4	62,055	18,638	,000 <sup>b</sup>
	Residual	86,567	26	3,329		
	Total	334,786	30			

a. Dependent Variable: PREFERENSI

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, UJRAH

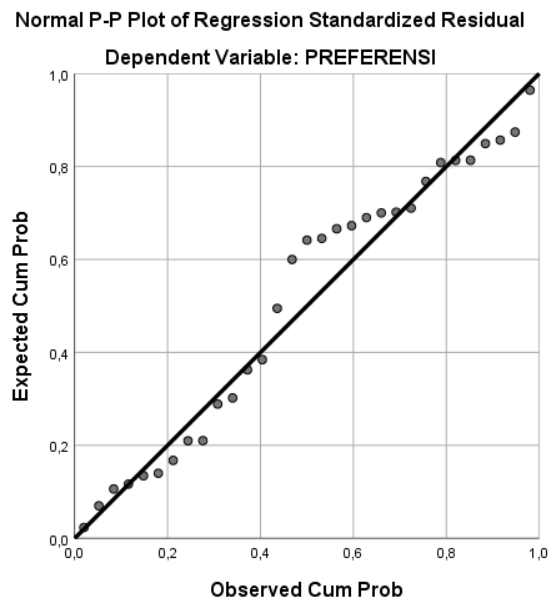
## UJI R

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,861 <sup>a</sup>	,741	,702	1,82469

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, UJRAH

## UJI NORMALITAS

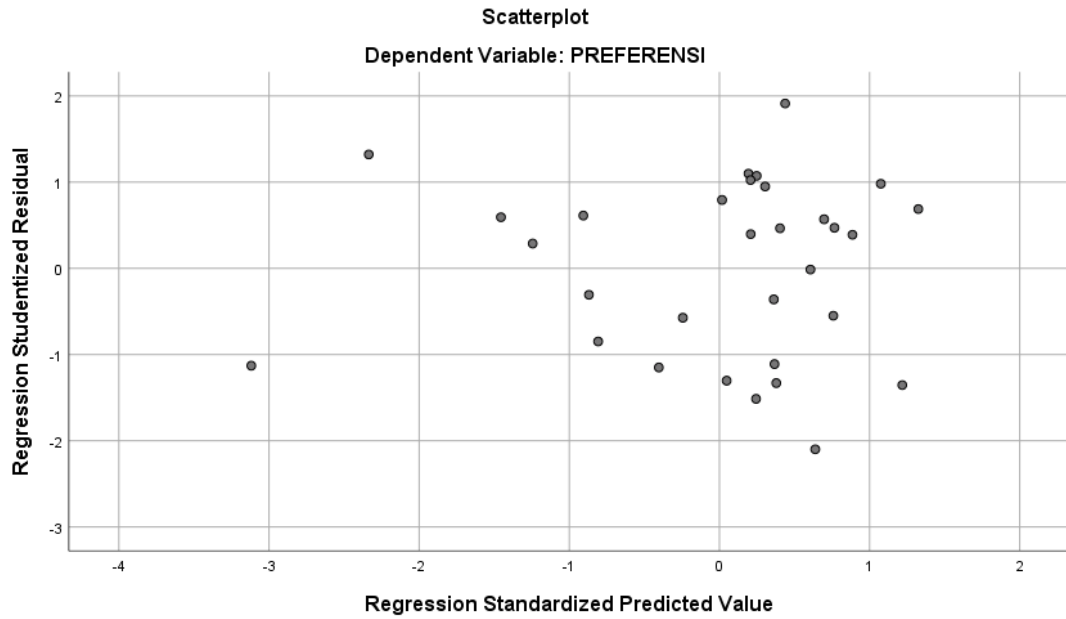


## UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	1,109	3,647		,304	,763			
UJRAH	,258	,119	,298	2,179	,039	,532	1,881	
PROMOSI	,471	,111	,561	4,256	,000	,573	1,746	
KUALITAS PELAYANAN	-,218	,141	-,158	-1,549	,133	,956	1,046	
KUALITAS PRODUK	,324	,127	,272	2,551	,017	,875	1,143	

a. Dependent Variable: PREFERENSI

## UJI HETEROKEDASTISITAS



## HETERO GLEJSER

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,950	1,758		1,110	,277		
UJRAH	,005	,057	,024	,089	,930	,532	1,881
PROMOSI	,012	,053	,059	,230	,820	,573	1,746
KUALITAS PELAYANAN	-,024	,068	-,071	-,357	,724	,956	1,046
KUALITAS PRODUK	-,025	,061	-,086	-,415	,682	,875	1,143

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## I. **Pertanyaan Profil Responden**

1. Nama:
  
2. Jenis kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Pekerjaan
  - a. Mahasiswa
  - b. Pegawai swasta
  - c. PNS
  - d. Wiraswasta
  - e. POLRI/TNI
4. Usia
  - a. <20 tahun
  - b. 21-30 tahun
  - c. 31-40 tahun
  - d. > 41 tahun
5. Pendapatan
  - a. < 2juta
  - b. 2-5 juta
  - c. 5-10 juta
  - d. > 10 juta
6. Pendidikan
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA/SMK
  - d. Diploma
  - e. Sarjana
  - f. Magister

Petunjuk pengisian:

- a. Isilah semua nomor dalam angket ini dan sebaiknya jangan ada yang terlewatkan.
- b. Pengisian jawaban cukup dengan memberi tanda (X atau  $\surd$ ) pada pernyataan yang dianggap sesuai dengan pendapat responden (satu jawaban dalam setiap nomor pernyataan).
- c. Pilihlah jawaban:
  1. Sangat Tidak Setuju (STS)
  2. Tidak Setuju (TS)
  3. Netral (N)
  4. Setuju (S)
  5. Sangat Setuju (SS)

### Kuisisioner Penetapan Ujrah

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Ujrah/fee yang ditetapkan oleh lembaga keuangan syariah kompetitif					
2.	Ujrah/fee terjangkau oleh nasabah					
3.	Ujrah/fee sesuai dengan akad					
4	Ujrah tetap (flat) tidak mengikuti suku bunga					
5	Ujrah/fee dijelaskan diawal akad pembiayaan					
6	Ujrah/fee yang ditetapkan tidak mengandung unsur riba					
7	Ujrah/fee yang ditetapkan tidak memberatkan konsumen					

### Kuisisioner Promosi

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Mendapatkan informasi tentang pembiayaan Ijarah Multijasa ini dari teman (Mulut ke mulut)					
2.	Iklan dan promosi mengenai produk pembiayaan multijasa ini sangat banyak					
3.	Mendapatkan informasi dan promosi pembiayaan multijasa ini dari media sosial					
4	Pihak lembaga keuangan syariah melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat					
5	Saya memilih lembaga keuangan syariah ini karena promosi yang ditawarkan sangat menarik					
6	Promosi Pembiayaan ijarah multijasa yang dilakukan lembaga ini membuat sedikit banyak memahami tentang pembiayaan multijasa					
7	Pihak lembaga keuangan syariah melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat					



### Kuisiener Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Fasilitas yang dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi					
2.	Pegawai memberikan pelayanan dengan baik, sabar, dan sopan					
3.	Pegawai menanggapi keinginan Konsumen dengan baik dan cepat					
4	Pegawai selalu merespon pertanyaan keluhan konsumen dengan cepat dan tepat					
5	Pegawai selalu tanggap dalam melayani konsumen					
6	Pegawai meminta maaf apabila pelayanan nya kurang baik dalam melaksanakan tugasnya					

### Kualitas Produk

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk Sesuai dengan kebutuhan dan tujuan nasabah dalam memilih pembiayaan Ijarah Multijasa					
2.	Persyaratan yang dilakukan cukup ringan dan mudah					
3.	Kemudahan dalam melaksanakan pencarian pembiayaan ijarah multijasa					
4	Merasa lebih nyaman dan memuaskan pelayanan jasa yang diberikan					
5	Lebih mudah dipahami memilih pembiayaan Ijarah Multijasa					
6	Produk pembiayaan Ijarah Multijasa lebih unggul dibandingkan Produk Pembiayaan lain					

### Kuisisioner Preferensi

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui Pembiayaan Ijarah Multijasa dengan baik					
2.	Saya memahami Akad Ijarah dengan baik					
3.	Saya yakin setiap transaksi dalam akad Ijarah Multijasa adalah halal dan aman					
4	Saya percaya Pembiayaan Syariah terutama Ijarah Multijasa bebas dari riba					
5	Saya memprioritaskan memilih pembiayaan syariah daripada pembiayaan konvensional					
6	Saya meyakini bahwa penggunaan kata syariah pada pembiayaan syariah berarti baik dari segi implementasi maupun pelayanan lembaga keuangan tersebut sudah sesuai syariah					