

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT INDRAGIRI CABANG PEKANBARU**

**Muhammad Nazzal 'Adani, Rika Septianingsih, Muhammad Lisman,**  
Universitas Muhammadiyah Riau  
[nazzaladani623@gmail.com](mailto:nazzaladani623@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat Muslim terhadap layanan keuangan yang tidak hanya memberikan kemudahan pembiayaan, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah. Dalam praktiknya, nasabah mempertimbangkan berbagai faktor seperti transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan prinsip non-riba sebelum memutuskan memilih pembiayaan murabahah. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen Muslim dalam pengambilan keputusan keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh nilai spiritual dan kepatuhan terhadap syariat Islam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan non-riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada BMT Indragiri Cabang Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan nasabah pembiayaan murabahah di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara parsial, variabel kepatuhan syariah memberikan pengaruh paling dominan. Temuan ini mendukung Islamic Consumer Behavior Theory, di mana aspek spiritual dan kepatuhan terhadap syariah menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan keuangan oleh konsumen Muslim. Berdasarkan temuan tersebut, BMT Indragiri perlu memperkuat implementasi dan komunikasi prinsip-prinsip syariah dalam layanan pembiayaan guna meningkatkan kepercayaan dan keputusan nasabah dalam memilih produk murabahah.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen Muslim, Pembiayaan Murabahah, Transparansi Harga, Kepatuhan syariah, Non-riba

### **PENDAHULUAN**

Permasalahan ekonomi yang bersifat struktural masih menjadi tantangan utama bagi masyarakat Indonesia, khususnya kelompok berpenghasilan tidak tetap seperti buruh, petani, dan pelaku usaha mikro. Ketidakstabilan pendapatan, keterbatasan modal, serta meningkatnya harga kebutuhan pokok menyebabkan kelompok ini rentan terhadap kemiskinan dan kesulitan mengakses lembaga keuangan formal (Badan Pusat Statistik, 2023). Kondisi tersebut mendorong berkembangnya lembaga keuangan mikro

syariah sebagai alternatif pembiayaan yang lebih inklusif dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan lembaga keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap transaksi keuangan yang sesuai dengan syariah (Alamsyah, 2023; Sembiring, 2023). Salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang berperan penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah Baitul Maal wa Tamwil (BMT). BMT mengintegrasikan fungsi sosial (baitul maal) dan fungsi komersial (tamwil) sehingga mampu mendukung pembiayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui skema pembiayaan yang relatif mudah diakses (Mardiyati, 2023; Tasrif, 2023).

Akad murabahah merupakan salah satu akad pembiayaan yang paling dominan digunakan dalam lembaga keuangan syariah, termasuk BMT. Akad ini menekankan transparansi harga, kepastian margin keuntungan, serta kepastian angsuran yang disepakati di awal, sehingga memberikan kejelasan bagi nasabah (Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000). Selain itu, akad murabahah memiliki landasan hukum yang kuat dalam Al-Qur'an, khususnya Q.S. Al-Baqarah ayat 275, yang menegaskan perbedaan antara jual beli yang halal dan praktik riba yang diharamkan.

Provinsi Riau, sebagai wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim (90–95% dari total populasi), memiliki potensi besar dalam pengembangan lembaga keuangan syariah, termasuk BMT (BPS Riau, 2023). Salah satu BMT yang beroperasi aktif di wilayah ini adalah BMT Indragiri Cabang Pekanbaru, yang menawarkan pembiayaan murabahah untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dan produktif anggota. Namun demikian, keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan finansial semata, melainkan juga oleh faktor-faktor lain seperti transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta keyakinan terhadap prinsip non-riba (Arifin, 2019; Kurniawati, 2019; Kusuma, 2020).

Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat Muslim terhadap layanan keuangan yang tidak hanya memberikan kemudahan pembiayaan, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah. Dalam beberapa tahun terakhir, pembiayaan murabahah menjadi salah satu produk yang paling diminati pada lembaga keuangan syariah karena dianggap memberikan kepastian angsuran, transparansi akad, serta bebas dari unsur riba.

Penelitian oleh Fichta Melina dan Marina Zulfa dalam jurnal *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* tahun 2020 menyebutkan bahwa produk pembiayaan murabahah di BMT Kota Pekanbaru sangat diminati oleh masyarakat karena dinilai sesuai dengan prinsip muamalah Islam. Selain itu, penelitian M. Rizky Kurniawan dkk. dalam *Jurnal Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau* tahun 2023 juga menunjukkan bahwa pembiayaan murabahah menjadi produk dominan yang digunakan nasabah pada BMT di Pekanbaru, terutama untuk kebutuhan konsumtif masyarakat. Kondisi

tersebut memperlihatkan bahwa BMT Indragiri Cabang Pekanbaru memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan masyarakat berbasis syariah, sehingga relevan dijadikan lokasi penelitian.

Dalam praktiknya, nasabah mempertimbangkan berbagai faktor seperti transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan prinsip non-riba sebelum memutuskan memilih pembiayaan murabahah. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen Muslim dalam pengambilan keputusan keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh nilai spiritual dan kepatuhan terhadap syariat Islam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan non-riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada BMT Indragiri Cabang Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan nasabah pembiayaan murabahah di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara parsial, variabel kepatuhan syariah memberikan pengaruh paling dominan. Temuan ini mendukung Islamic Consumer Behavior Theory, di mana aspek spiritual dan kepatuhan terhadap syariah menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan keuangan oleh konsumen Muslim. Berdasarkan temuan tersebut, BMT Indragiri perlu memperkuat implementasi dan komunikasi prinsip-prinsip syariah dalam layanan pembiayaan guna meningkatkan kepercayaan dan keputusan nasabah dalam memilih produk murabahah.

Berbagai studi menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman nasabah terhadap mekanisme akad murabahah, kualitas pelayanan, keterbatasan promosi, serta isu kepercayaan terhadap kesyariahan dan transparansi lembaga masih menjadi hambatan utama dalam meningkatkan minat pembiayaan syariah (Suyanto, 2018; Salim, 2018; Khoirul, 2022; Zainuddin, 2019).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan prinsip non-riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru, baik secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya terkait perilaku nasabah lembaga keuangan mikro syariah, serta memberikan implikasi praktis bagi BMT dan lembaga keuangan syariah lainnya dalam merumuskan strategi pelayanan dan pemasaran pembiayaan murabahah yang lebih efektif dan sesuai dengan prinsip syariah.

## **LANDASAN TEORI**

Penelitian ini berlandaskan pada Islamic Consumer Behavior Theory (ICBT) sebagai kerangka teoretis utama dalam menjelaskan perilaku konsumen Muslim dalam pengambilan keputusan keuangan. Teori ini

menempatkan keputusan konsumsi tidak hanya pada pertimbangan rasional-ekonomis, tetapi juga pada dimensi spiritual, etika, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah (Kurniati, 2017). Pemikiran klasik Al-Ghazali dan Ibn Taymiyyah menekankan konsep masalah, keadilan, transparansi, serta larangan eksploitasi dalam transaksi, yang kemudian dikembangkan dalam ekonomi Islam modern oleh Chapra (1992) dan Khan (2014) dengan tujuan akhir konsumsi berupa pencapaian *falah*. Dalam konteks kontemporer, ICBT memandang religiusitas, etika, dan kepatuhan syariah sebagai determinan utama perilaku konsumen Muslim (Chapra, 1992; Khan, 2014; Alam, 2022; Zakiah et al., 2024).

Berdasarkan ICBT, penelitian ini memposisikan transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan prinsip non-riba sebagai manifestasi nilai-nilai inti Islam dalam praktik pembiayaan murabahah. Transparansi harga merefleksikan prinsip kejujuran dan amanah, serta menghindarkan transaksi dari unsur gharar (Ibn Taymiyyah; Zakiah et al., 2024). Kepastian angsuran mencerminkan nilai masalah dan keadilan karena memberikan perlindungan finansial serta kepastian kewajiban bagi nasabah (Al-Ghazali; Chapra, 1992). Kepatuhan syariah menjadi faktor fundamental dalam keputusan konsumen Muslim karena berkaitan langsung dengan konsep halal dan tazkiyah, yang dijamin melalui penerapan fatwa DSN-MUI dan pengawasan Dewan Pengawas Syariah (Khan, 2014). Sementara itu, prinsip non-riba merupakan pilar utama ekonomi Islam yang menegaskan perbedaan antara margin murabahah dan bunga konvensional, serta bertujuan menghindari ketidakadilan ekonomi dan dampak sosial negatif riba (Chapra, 1992).

Kajian ini juga menempatkan Baitul Maal wat Tamwil (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang berperan strategis dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di Provinsi Riau. Perkembangan BMT di Riau menunjukkan kontribusi signifikan dalam penyediaan akses pembiayaan berbasis syariah bagi UMKM, pengelolaan dana sosial, serta penguatan ekonomi umat melalui pendekatan komunitas ([bmtamanahriau.co.id](http://bmtamanahriau.co.id); [repository.uir.ac.id](http://repository.uir.ac.id); [bmtindragiri.co.id](http://bmtindragiri.co.id); [laznasphr.id](http://laznasphr.id)). BMT Indragiri, sebagai salah satu BMT utama di wilayah tersebut, menjalankan fungsi ekonomi dan sosial secara terintegrasi melalui pembiayaan murabahah serta pengelolaan zakat, infak, dan sedekah.

Secara konseptual, akad murabahah dipahami sebagai akad jual beli dengan pengungkapan harga pokok dan margin keuntungan yang disepakati bersama, sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000. Karakteristik utama murabahah meliputi transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan bebas dari unsur riba, gharar, serta maysir. Karakteristik tersebut menjadikan murabahah sebagai akad yang relatif mudah dipahami, memberikan kepastian hukum dan finansial, serta sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah dipengaruhi oleh

berbagai faktor, antara lain kepercayaan, transparansi, kepastian pembayaran, kepatuhan syariah, pelayanan, dan persepsi bebas riba (Saefullah, 2019; Muis & Irwan, 2019; Putra, 2022; Matondang, 2023; Madinah, 2023). Namun demikian, masih terdapat celah penelitian terkait pengujian simultan faktor transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan non-riba dalam satu model empiris yang berbasis ICBT, khususnya pada konteks BMT di Provinsi Riau.

Berdasarkan kerangka berpikir yang disusun, penelitian ini mengajukan empat hipotesis utama yang menyatakan bahwa transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan prinsip non-riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru, baik secara parsial maupun simultan. Kerangka ini menegaskan bahwa keputusan nasabah merupakan hasil interaksi antara pertimbangan rasional dan nilai-nilai spiritual, sebagaimana ditegaskan dalam Islamic Consumer Behavior Theory (Chapra, 1992; Khan, 2014; Hassan, Chachi, & Latiff, 2008).

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan tujuan menganalisis pengaruh transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan prinsip non-riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk mengukur hubungan dan pengaruh antarvariabel secara objektif dan terukur melalui analisis statistik, sedangkan pendekatan asosiatif digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Metode pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada nasabah pembiayaan murabahah di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru, dengan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS.

Untuk memperjelas bagaimana variabel diukur, penulis menambahkan keterangan mengenai indikator dari masing-masing variabel penelitian. Variabel transparansi harga diukur melalui keterbukaan informasi mengenai harga pokok, margin keuntungan, serta kejelasan biaya administrasi dalam akad murabahah. Variabel kepastian angsuran diukur melalui kestabilan jumlah cicilan, kejelasan jangka waktu pembayaran, dan kemudahan nasabah dalam memahami skema angsuran. Variabel kepatuhan syariah diukur berdasarkan kesesuaian akad dengan prinsip syariah, penerapan fatwa DSN-MUI, serta keyakinan nasabah terhadap kehalalan transaksi yang dilakukan. Sementara itu, variabel prinsip non-riba diukur melalui persepsi nasabah terhadap ketiadaan unsur bunga, keadilan transaksi, dan penerapan sistem bagi keuntungan yang sesuai syariat. Adapun variabel keputusan nasabah diukur melalui keyakinan dalam memilih pembiayaan murabahah, kesesuaian produk dengan kebutuhan, serta kecenderungan nasabah untuk menggunakan kembali produk pembiayaan tersebut. Penelitian dilaksanakan di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru pada periode Juli hingga Agustus 2025. Pemilihan

lokasi didasarkan pada peran aktif BMT Indragiri dalam menyediakan pembiayaan murabahah serta keberagaman karakteristik nasabah. Selain penyebaran kuesioner, penelitian ini juga didukung oleh observasi langsung terhadap aktivitas operasional BMT guna memperoleh gambaran empiris terkait implementasi pembiayaan murabahah.

Populasi penelitian mencakup seluruh nasabah aktif pembiayaan murabahah di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru pada periode 2023–2025 yang berjumlah 300 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 8,16%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden.

Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan:

- $n$  = jumlah sampel yang akan dicari (100)
- $N$  = jumlah populasi (300)
- $e$  = tingkat kesalahan (margin of error) dari jumlah populasi ( 0,0816 ( $\approx 8,16\%$ ))

$$100 = \frac{300}{1 + 300e^2}$$

$$1 + 300e^2 = \frac{300}{100} = 3$$

$$300e^2 = 2 \Rightarrow e^2 = \frac{2}{300} = 0,0067 \Rightarrow e = \sqrt{0,00667} \approx 0,0816 = 8,16\%$$

Ukuran sampel dalam penelitian ini disesuaikan dengan kondisi riil di lapangan, terutama keterbatasan waktu penelitian, akses data, serta jangkauan populasi nasabah aktif yang dapat ditemui selama periode penelitian berlangsung. Oleh karena itu, penentuan jumlah responden sebanyak 100 orang dianggap telah mewakili karakteristik nasabah pembiayaan murabahah pada BMT Indragiri Cabang Pekanbaru dan dinilai memadai untuk kebutuhan analisis kuantitatif menggunakan regresi linear berganda.

Teknik pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner tertutup yang disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian. Penggunaan data primer memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang aktual dan relevan secara langsung dari responden (Sugiyono, 2016; Novaldy & Mahpudin, 2021; Hidayah, 2023). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi BMT Indragiri, laporan tahunan, buku

teks, serta artikel jurnal ilmiah yang relevan, yang berfungsi sebagai pendukung dan penguat analisis penelitian (Rahmawati, 2020).

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Data yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis menggunakan uji instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kelayakan data penelitian. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan syariah, dan prinsip non-riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada BMT Indragiri Cabang Pekanbaru. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh parsial, uji F untuk melihat pengaruh simultan, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap keputusan nasabah. Dengan rancangan metodologis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan empiris yang valid dan reliabel terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### 1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur yang dilakukan untuk memastikan apakah data yang ada berdistribusi secara normal atau tidak. Ada berbagai metode yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian normalitas data, dan hasil dari metode tersebut bisa bervariasi tergantung pada metode yang digunakan. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

- a. Jika nilai sig > 0,05 maka data terdistribusi normal
- b. Jika nilai sig < 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal

Untuk mengetahui normalitas data, peneliti menggunakan kolmogorov smirnov dan P plot. Hasil uji normalitas ini ditampilkan dalam grafik di bawah ini.

Uji normalitas residual dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode **One-Sample Kolmogorov-Smirnov**. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , sehingga hipotesis nol yang menyatakan bahwa residual berdistribusi normal tidak ditolak. Nilai statistik Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,061, dengan selisih maksimum pada distribusi positif sebesar 0,056 dan negatif sebesar **-0,061**, menunjukkan bahwa penyimpangan distribusi residual terhadap distribusi normal berada pada tingkat yang rendah.

Secara deskriptif, residual memiliki nilai rata-rata sebesar **0,1754** dengan standar deviasi **1,2461**, yang mengindikasikan penyebaran residual yang relatif stabil dan simetris di sekitar nilai tengah. Temuan ini menunjukkan bahwa distribusi residual tidak mengalami penyimpangan yang signifikan dari asumsi normalitas. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi salah satu asumsi klasik regresi, sehingga layak digunakan untuk pengujian parameter dan analisis statistik lanjutan (Ghozali, 2018).

### **1.2 Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser pada tabel 4.8 dilakukan dengan cara melakukan regresi absolut residual (ABS\_RES) terhadap variabel-variabel independen dalam model. Tujuan dari uji ini adalah untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu kondisi di mana varians error (galat) tidak konstan.

Hasil Uji dan Kesimpulan:

1. Nilai signifikansi untuk variabel X1 adalah 0,222 ( $> 0,05$ )
2. Nilai signifikansi untuk variabel X2 adalah 0,720 ( $> 0,05$ )
3. Nilai signifikansi untuk variabel X3 adalah 0,615 ( $> 0,05$ )
4. Nilai signifikansi untuk variabel X4 adalah 0,060 ( $> 0,05$ )

Dari keempat variabel, semuanya memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, meskipun variabel X4 mendekati batas signifikansi (0,060), namun secara statistik masih berada di atas 0,05. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini, karena seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi ini telah memenuhi salah satu asumsi klasik, yaitu heteroskedastisitas, yang berarti varians residual adalah konstan.

### **1.3 Uji Multikolinieritas**

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas ambang batas minimum 0,1 dan nilai VIF di bawah batas maksimum 10. Nilai Tolerance berkisar antara 0,291 hingga 0,576, sedangkan nilai VIF berkisar antara 1,736 hingga 3,432. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas yang serius di antara variabel-variabel bebas dalam model.

Secara khusus, variabel X1 memiliki nilai Tolerance sebesar 0,291 dan VIF sebesar 3,432, X2 sebesar 0,305 (Tolerance) dan 3,275 (VIF), X3 sebesar 0,399 (Tolerance) dan 2,506 (VIF), serta X4 sebesar 0,576 (Tolerance) dan 1,736 (VIF). Karena semua nilai berada dalam rentang yang dapat diterima, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah multikolinieritas. Dengan demikian, keempat variabel independen dalam model dapat digunakan secara simultan untuk menjelaskan variabel dependen.

tanpa adanya gangguan korelasi yang berlebihan di antara sesama variabel bebas. Hal ini menunjukkan bahwa model telah memenuhi salah satu asumsi penting dalam regresi linear, sehingga layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis regresi lebih lanjut.

## 2. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. 1**

**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

|       |              | Coefficients <sup>a</sup>   |                           |      | t     | Sig. |
|-------|--------------|-----------------------------|---------------------------|------|-------|------|
| Model |              | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |      |       |      |
|       |              | B                           | Std. Error                | Beta |       |      |
| 1     | (Constant)   | 5.826                       | 1.478                     |      | 3.941 | .000 |
|       | Transparansi | .231                        | .126                      |      | 1.836 | .069 |
|       | Harga        |                             |                           |      |       |      |
|       | Kepastian    | .220                        | .162                      |      | -.257 | .798 |
|       | Angsuran     |                             |                           |      |       |      |
|       | Kepatuhan    | .320                        | .122                      |      | 2.626 | .010 |
|       | Syariah      |                             |                           |      |       |      |
|       | Non Riba     | .159                        | .117                      |      | 1.357 | .178 |

a Dependent Variable: Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah

*Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 2025*

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kepatuhan syariah ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah ( $\beta = 0,320$ ;  $p = 0,010$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi terhadap penerapan prinsip syariah menjadi faktor dominan dalam keputusan pembiayaan.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel kepatuhan syariah merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan variabel transparansi harga, kepastian angsuran, dan non riba memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa kepatuhan syariah merupakan determinan utama keputusan nasabah, sedangkan transparansi harga dan prinsip non-riba memiliki potensi pengaruh yang dapat dikembangkan lebih lanjut dalam peningkatan layanan pembiayaan murabahah.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil tersebut, BMT Indragiri disarankan untuk meningkatkan transparansi informasi pembiayaan melalui penyampaian

rincian akad yang lebih sederhana dan mudah dipahami nasabah, menyediakan simulasi angsuran secara digital maupun cetak sebelum akad dilakukan, serta memperkuat edukasi mengenai prinsip syariah dan non-riba melalui sosialisasi rutin, media promosi, dan pendampingan nasabah oleh pihak marketing maupun customer service. Selain itu, BMT juga dapat meningkatkan pengawasan kepatuhan syariah secara berkala agar kepercayaan nasabah terhadap produk murabahah tetap terjaga.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu cabang BMT Indragiri di wilayah Pekanbaru, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat merepresentasikan karakteristik seluruh nasabah BMT di daerah lain yang memiliki kondisi sosial, ekonomi, dan tingkat pemahaman syariah yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian serta menambahkan variabel lain yang relevan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi harga, kepastian angsuran, kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan prinsip non-riba secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan Murabahah di BMT Indragiri Cabang Pekanbaru. Kepatuhan terhadap prinsip syariah merupakan faktor paling dominan, mencerminkan pentingnya kesesuaian produk dengan ajaran Islam. Model regresi yang digunakan valid, memenuhi asumsi normalitas, dan memiliki kekuatan prediktif yang cukup tinggi dengan Adjusted  $R^2$  sebesar 0,613, sehingga mampu menjelaskan 61,3% variasi keputusan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa keempat faktor tersebut menjadi elemen penting bagi strategi pengembangan produk pembiayaan syariah dan peningkatan kepercayaan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Kurniawati, I. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 123–135.
- Kusuma, H. (2020). *Pengaruh Persepsi, Kepercayaan, dan Nilai Sosial terhadap Keputusan Menggunakan Produk Pembiayaan Syariah*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Syariah Press.
- Suyanto, A., & Salim, R. (2018). Pengaruh Nilai-Nilai Agama dalam Lingkungan Sosial terhadap Preferensi Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 101–114.
- Alamsyah, R. (2023). *Pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Syariah Press.
- Sembiring, A. (2023). *Perkembangan Produk dan Jasa Keuangan Syariah Non-Bank*. Bandung: Syariah Nusantara Publisher.

- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2017). *Fikih Muamalah: Akad dan Produk Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam.
- Zainuddin, M., & Tarmizi, Z. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 7(3), 101-115.
- Fariz, M. G. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan dalam Pembiayaan Murabahah di BMT Insan Mulia Palembang Periode 2018–2020. *Repository UIN Raden Fatah Palembang*.
- Yunita Sari, Addiarahman, & Ahsan Putra Hafiz. (2022). Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah pada Koperasi BMT Bina Insan Sejahtera Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(2), 90–96.
- Dina Fitriana. (2023). Analisis Pengaruh Pendapatan Nasabah, Tingkat Margin, dan Kemudahan Prosedur Pembiayaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Mentari Umat Wangon. *Repository UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri*.
- Noviani Kartika Sari. (2021). Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Strategi Pemasaran, Dukungan Teknologi Informasi, dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah (Penelitian di BMT Kota Palembang). *Repository UIN Raden Fatah Palembang*.
- Dwi Rahmawati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota dengan Religious Behavior sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada Produk Pembiayaan Murabahah BMT Assyafi'yah Berkah Nasional Kantor Cabang Sukoharjo). *Raden Intan Repository*.
- Supriyanto S, Julina J, & Herlinda H. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Pembiayaan pada BMT Indragiri. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Bimo, S., Hanifan, S., & Maulani, M. (2022). *Akad Murabahah dalam Sistem Pembiayaan Syariah: Konsep, Implementasi, dan Keuntungannya*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15(3), 45-60.

- Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Indragiri Cabang Pekanbaru. (2022). *Profil dan Produk Pembiayaan BMT Indragiri*. [Website BMT Indragiri]. Diakses dari [www.bmtindragiri.co.id](http://www.bmtindragiri.co.id)
- Mardiasmo. (2021). *Kepuasan Pelanggan dalam Layanan Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Penerbit Universitas Gadjah Mada.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2024). *Fatwa DSN-MUI Nomor 158/DSN-MUI/VII/2024 tentang Akad I'arah*. Diakses dari <https://peraturan.infoasn.id/fatwa-dewan-syariah-nasional-majelis-ulama-indonesia-nomor-158-dsn-mui-vii-2024/>
- Sari, D., & Rahmawati, A. (2021). *Pengaruh Kondisi Ekonomi terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Keuangan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah, 14(2), 105-116.
- Gounaris, S. (2021). *The Influence of Trust and Reputation on Consumer Decision-Making in Financial Institutions*. Journal of Financial Services Marketing, 26(1), 48-60.
- Solomon, M. R. (2021). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education.
- Choirunnisa, R., & Firmansyah, E. A. (2025). Muslim consumer behavior and purchase: Halal cosmetics. *EKONOMIKA SYARIAH*, 5(1). E-Journal UIN Bukittinggi.
- Deti, S. (2025). Halal awareness and Muslim consumer behavior in Indonesia: A systematic literature review. *Alkasb*, 4(1), 121-147.
- Zakiah, Z., Barus, D. S., & Harahap, I. (2024). Implementation of the theory of consumption behavior in Islam. *International Islamic Journal of Sharia and Economic (IIJSE)*, 7(1), 1579-1588. Rumah Jurnal UPNKH Abdul Chalim.
- Ariyanti, R., Aziz, R. M., Nurrokhim, I., Lailatul Maghfiroh, F., & Subandono, A. (2025). Understanding consumer behavior in murabahah financing choices: The role of knowledge. *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 9(1), 80-114.
- Kautsar, M., Syahputra, H., & Elfida, C. (2024). Consumer trust and availability of Islamic financing against decision to choose murabahah financing products at the selling business unit buy used motorbike in Banda Aceh city. *Jurnal Hurriah: Jurnal Evaluasi Pendidikan dan Penelitian*, 5(4), 625-632.
- Al-Qur'an. (n.d.). Q.S. Al-Baqarah: 275.