



Pengaruh Layanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Mengajukan Pembiayaan Ke Bank Nagari Syariah

Ilham Septian¹ Nil Firdaus² Dian Meliza³

^{1,2} Universitas Islam Negeri Mahmud yunus Batusangkar, Indonesia

³Universitas Islam Kuantan Singingi, Indonesia

Corresponding Author: Ilham Septian, E-mail; septianilham2004@gmail.com

Article Information:

Received Jun 29, 2025

Revised September 9, 2025

Accepted Septemrber 12, 2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality and convenience on the decision of students from the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) at UIN Mahmud Yunus Batusangkar to apply for financing at Islamic banks, using a case study of Islamic Banking students from the 2022–2023 cohort. This research is categorized as field research employing a quantitative approach. Data were collected through questionnaires distributed to respondents and analyzed using multiple linear regression to examine both partial and simultaneous effects of the independent variables on the dependent variable. The results indicate that the service variable (X1) has a significant effect on customer decisions (Y) in applying for financing at Islamic banks. This finding implies that the better the quality of services provided—such as staff friendliness, timeliness, and clarity of information—the higher the likelihood that students will decide to become financing customers. In contrast, the convenience variable (X2), which includes accessibility, digital services, and transaction efficiency, was found to have no significant partial effect on customer decisions. However, when tested simultaneously, both service (X1) and convenience (X2) were found to influence customer decisions, although the dominant contribution comes from the service variable. These findings highlight that service quality plays a more crucial role than convenience in shaping students' financing decisions at Islamic banks. Therefore, Islamic banks are advised to continuously improve their service quality while also innovating in terms of accessibility and digital services as a long-term strategy to attract and retain customers.

Keywords: : convenience, customer decision, financing, Islamic bank

Journal Homepage <https://journal.denisysmartconsulting.co.id/index.php/limbago/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

How to cite: Septian, I., Firdaus, N., (2025). Pengaruh Layanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Mengajukan Pembiayaan Ke Bank Nagari Syariah. *Limbago: Journal of Islamic Finance*, 1(1). <https://doi.org/10.55849/limbago.v1i1.1>

Published by: Denisy Smart Consulting

INTRODUCTION

Pada saat ini dalam dunia yang menjadi semakin modern lembaga keuangan menjadi salah satu isu terpenting sebagai alat perlombaan pembangunan nasional. Intermediary lembaga keuangan adalah kegiatan masyarakat yang mempunyai dana kepada masyarakat yang memerlukan dana. Secara umum lembaga keuangan dapat didefinisikan sebagai “setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya (Heldt & Herzog, 2022; Syafril, S.E, 2020). Pasal 1 UU No. 14/1967 sebagaimana telah diubah UU No. 7/1992 mendefinisikan lembaga keuangan sebagai badan atau lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat untuk selanjutnya disalurkan kepada masyarakat. Jadi, lembaga keuangan ini berfungsi sebagai jembatan antara pihak yang satu dengan pihak lain yang tidak saling mengenal satu sama ataupun kedua belah pihak. Dari ke tiga jenis bekerja lembaga keuangan, semua jenis Lembaga Keuangan dapat dikelompokkan dalam tiga golongan inu: (1) Lembaga Keuangan Bank; (2) Lembaga Keuangan Bukan Bank; dan (3) Lembaga Keuangan Independen.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas keuangan sesuai dengan prinsip syariah, yaitu ketentuan kesepakatan yang berlandaskan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana serta melakukan pembiayaan kegiatan usaha, atau aktivitas lainnya yang sesuai dengan syariah.(Alshater et al., 2022; Hamidi & Worthington, 2021). Bank syariah tidak beroperasi dengan sistem bunga, seperti umumnya yang dilakukan oleh bank konvensional, karena bunga mengandung unsur riba yang sangat jelas dilarang oleh Al-Quran dan hadist (Harahap & Risfandy, 2022; Karimuddin et al., 2024). Bank nagari syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah berupaya memenuhi tantangan tersebut dengan menyediakan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah sesuai prinsip-prinsip islam serta menyediakan mobile banking untuk mendukung kebutuhan transaksi digital masyarakat (Ahmed, 2014; Nugroho, 2021).

Berdasarkan pendapat (Kotler, 2010), kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh layanan dan kemudahan, karena kedua aspek tersebut memiliki peran krusial dalam membentuk pandangan nasabah terhadap nilai, keandalan, serta kemudahan akses dalam bertransaksi. Apabila produk mobile banking mampu memenuhi keinginan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepada bank syariah secara optimal, ditambah dengan pelayanan yang cepat dan tanggap terhadap nasabah maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan yang sangat bagus.

Kualitas layanan yang diberikan juga berdampak pada keputusan nasabah, melayani nasabah secara langsung berarti memberikan bantuan. Perilaku nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk bukti nyata (bukti fisik), keandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati. Nasabah akan tertarik dengan layanan ketika memilih transaksi yang diinginkan, maka nasabah akan mengambil keputusan jika menurut pendapatnya kualitas layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan.(Erinawati, F., Syafarudin, A., & Buana, 2021),(Wibowati, 2021),(Hasan, M., & Rachmawati, 2022). Sementara itu

kemudahan para nasabah dalam melakukan pembiayaan, kemudahan pengajuan merupakan sebuah fase dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem digunakan tanpa membutuhkan banyak usaha.(Nur Muhammad Agung Tri Yoga, 2022). Dalam pengajuan pembiayaan bisa juga dilakukan secara online tanpa haru mendatangi bank secara langsung, informasi mengenai prosedur, persyaratan dan pengisian form pengajuan dalam proses pengajuan pembiayaan dengan memanfaatkan sistem pengajuan pembiayaan dapat memanfaatkan aplikasi mobile banking yang dapat diakses dimana saja menggunakan koneksi internet.(Sitorus Michael & Utama Yudha Astamar M, 2024). Proses pengambilan keputusan untuk pengajuan pembiayaan atau menjadi nasabah pada bank syariah sama dengan pengambilan keputusan pembelian, pada penelitian (Afrillia et al., 2022) , yang mana kotler dan amstrong (2013) menyatakan bahwa untuk sampai pada keputusan membeli atau menggunakan suatu jasa, pelanggan harus melewati beberapa tahapan mulai dari mengenali perseteruan yang dihadapinya, mencari fakta atas solusi menurut permasalahannya, melakukan penilaian terhadap seluruh pilihan yang ada, sampai akhirnya menciptakan sebuah keputusan.

Bank nagari Syariah Cabang Batusangkar merupakan salah satu lembaga keuangan berbasis syariah di Sumatra Barat yang berupa memberikan layanan optimal serta menyediakan produk perbankan yang berupaya memberikan layanan yang baik serta menyediakan produk perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam. Beberapa produk perbankan syariah yang ditawarkan ke nasabah mencakup tabungan syariah, deposito, giro, dan jenis-jenis pembiayaan seperti pembiayaan konsumtif, modal kerja, serta investasi dengan menggunakan akad-akad syariah seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah. Di samping itu, fasilitas yang disediakan oleh bank nagari syariah yaitu layanan digital seperti mobile banking juga sudah di kembangkan supaya memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi seperti pengecekan saldo, pembayaran secara digital, mengirimkan uang secara via transfer jarak jauh. Berdasarkan teori diatas bahwa layanan dan kemudahan menjadi faktor utama keputusan nasabah, yang mana saat dilapangan maraknya mahasiswa terkena kasus pinjol (pinjaman online) namun hasil observasi awal pada 30 responden menunjukkan masih adanya perbedaan antara layanan dan kemudahan yang di berikan oleh bank syariah, maka dari itu masih ada nasabah yang tidak mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan ke bank syariah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh layanan dan kemudahan terhadap keputusan mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar untuk mengajukan pembiayaan ke bank nagari syariah cabang Batusangkar. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan evaluasi dan masukkan bagi pihak bank nagari syariah supaya dapat meningkatkan layanan dan kemudahan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Mahmud Yunus Batusangkar, dengan sampel penelitian berupa mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah sebanyak 80 orang. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik total sampling, sehingga seluruh anggota populasi yang sesuai kriteria langsung dijadikan responden penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan uji statistik melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Uji Klasik

Uji asumsi klasik umumnya dilakukan apabila variabel bebas dalam penelitian berjumlah lebih dari dua variabel. (Ghozali : 2018). Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam model regresi memenuhi persyaratan dasar sehingga hasil analisis yang diperoleh valid, reliabel, dan bebas dari bias. (Gujarati, et.all : 2009). elalui uji asumsi klasik, peneliti dapat mendeteksi adanya kemungkinan pelanggaran dalam model regresi, seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan penyimpangan terhadap asumsi normalitas distribusi data. Dengan demikian, pelaksanaan uji asumsi klasik menjadi langkah penting untuk menjamin kualitas hasil analisis regresi yang dilakukan. Beberapa aspek dalam uji asumsi klasik ini dapat dilihat pada penjelasan beriku ini :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah suatu distribusi data berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal sangat penting dalam penelitian kuantitatif, karena menjadi salah satu asumsi dasar dalam penggunaan uji statistik parametrik. Normalitas data menunjukkan bahwa data penelitian dapat dianggap mewakili kondisi populasi secara lebih akurat. Oleh karena itu, uji normalitas menjadi tahap awal yang harus dilakukan sebelum melanjutkan ke tahap analisis yang lebih kompleks.

Salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji normalitas data adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Uji ini membandingkan distribusi data sampel dengan distribusi normal teoretis yang diharapkan. Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.50973868
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.078
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

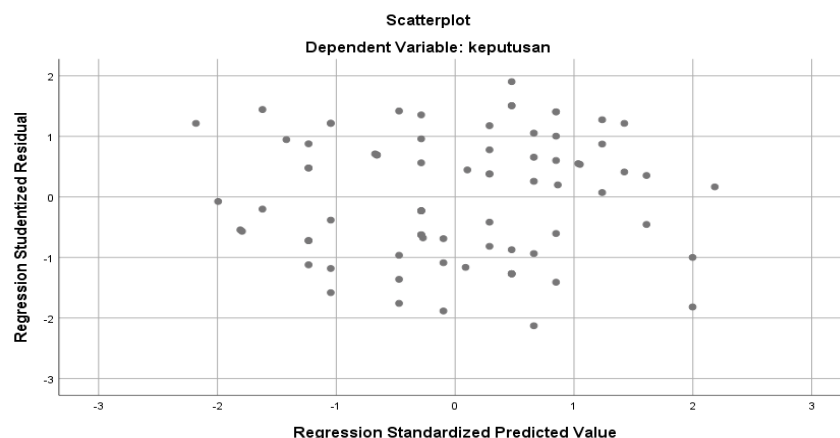
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas, maka disimpulkan bahwa nilai sig. (2-tailed) melebihi 0,05 yaitu 0,052^{c,d}. Dengan demikian, indikator yang diterapkan pada penelitian ini ialah normal. Berdasarkan hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, residual dari model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi sehingga analisis regresi dapat dilanjutkan tanpa perlu transformasi data.

b. Uji Homoskedastisitas

Uji homoskedastisitas bertujuan menerapkan varian variabel dependen (Y) tidak terfokus hanya dalam lingkup terbatas variabel indenpenden (X) dimana distribusi nilai variabel dependen mesti relatif menggunakan masing-masing nilai variabel indenpeden.

Tabel 2. Hasil Uji Homoskedastisitas



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar dibawah dan diatas 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terhindar dari heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi.

Tabel 3. Hasil Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.674	5.656		.119	.905		
layanan	.152	.222	.077	.687	.494	.941	1.063
kemudahan	.621	.247	.281	2.519	.014	.941	1.063

a. Dependent Variable: keputusan

Berdasarkan Tabel diatas dapat dikatakan bahwa semua memiliki variabel indenpenden nilai $VIF < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak dapat pengaruh yang kuat antara variabel indenpenden (Terhindar dari multikolinearitas).

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap hipotesis yang dirumuskan, berdasarkan data sampel yang dianalisis apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak.(Sugiono : 2019) Melalui uji hipotesis, peneliti dapat membuat keputusan secara objektif berdasarkan data empiris, sehingga kesimpulan yang diambil lebih valid serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah

a. Uji Signifikasi parameter (Uji t)

Uji t dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel indenpenden (X) terhadap Variabel (Y).

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.674	5.656		.119	.905		
layanan	.152	.222	.077	.687	.494	.941	1.063
kemudahan	.621	.247	.281	2.519	.014	.941	1.063

a. Dependent Variable: keputusan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, diketahui bahwa variabel layanan produk (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 0,687 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,6759 ($0,687 < 1,6759$). Demikian pula, nilai signifikansi sebesar 0,494 lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05 ($0,494 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel layanan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan di Bank Nagari Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor layanan belum menjadi pertimbangan utama bagi nasabah dalam mengambil keputusan, sehingga aspek lain seperti produk, biaya/margin, kemudahan prosedur, maupun citra syariah bank diduga lebih dominan dalam memengaruhi keputusan nasabah.

Berdasarkan hasil uji t, variabel kemudahan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,519 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,6759 ($2,519 > 1,6759$). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis, apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis nol (H_{02}) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a2}) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan di Bank Nagari Syariah. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan positif, artinya semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan nasabah, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan menggunakan produk pembiayaan. Temuan ini menegaskan bahwa faktor kemudahan menjadi salah satu determinan penting yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks perbankan syariah

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan apakah semua variabel indenpenden (X) secara seksama atau secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) dalam regresi berganda (hubungan variabel yang lebid dari satu).

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.583	2	26.292	4.068	.021 ^b
	Residual	497.604	77	6.462		
	Total	550.188	79			

a. Dependent Variable: keputusan

b. Predictors: (Constant), kemudahan, layanan

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung sebesar 4,068 lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 3,18 ($4,068 > 3,18$). Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,021, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,021 < 0,05$). Dengan demikian, sesuai dengan kriteria pengujian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini berarti bahwa variabel layanan (X_1) dan kemudahan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan di Bank Nagari Syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan, namun dalam kombinasi dengan faktor kemudahan, keduanya mampu memberikan pengaruh yang bermakna terhadap keputusan nasabah.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) di dalam suatu model regresi. Nilai ini dinyatakan dengan simbol R^2 (R-Square). Adapun Hasil Uji Koefisien Determinasi pada penelitian ini adalah :

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,309 ^a	,096	,072	2,54212

a. Predictors: (Constant), kemudahan, layanan

b. Dependent Variable: keputusan

Koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,96. Ini berarti 9,6% keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel layanan dan kemudahan, sedangkan sisanya 90,4% keputusan nasabah yang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti. Hasil ini menunjukkan tingkat kekuatan penjelasan yang lemah

Pembahasan

1. Pengaruh Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Mengajukan Pembiayaan ke Bank Nagari Syariah

Hasil pengujian dan diketahui bahwa layanan (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa/nasabah untuk mengajukan pembiayaan ke bank nagari syariah. Diketahui bahwa hasil uji hipotesis (uji t) antara variabel layanan terhadap keputusan mahasiswa/nasabah menunjukkan nilai t hitung $0,687 < t$ tabel 1,6759

dengan nilai signifikan 0,494 yang artinya melebihi dari bobot nilai sig 0,05 ($0,494 > 0,05$). Dapat diartikan bahwa H_01 diterima serta H_{a1} di tolak artinya terdapat dampak negatif serta signifikan layanan terhadap keputusan mahasiswa/nasabah di bank nagari syariah.

Hasil ini tidak sesuai dengan teori Kotler menyatakan bahwa layanan merupakan salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran jasa (7P: people, process, physical evidence). Menurutnya, kualitas layanan yang unggul akan meningkatkan kepuasan dan memengaruhi keputusan pembelian/penggunaan jasa. Dengan kata lain, seharusnya layanan yang baik berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Demikian pula dengan teori SERQUAL oleh (Parasuraman :1988 , Zethaml : 2018) menjelaskan bahwa ada lima dimensi utama layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) yang berpengaruh pada kepuasan dan keputusan konsumen. Dalam banyak penelitian, dimensi layanan ini terbukti signifikan dalam mendorong loyalitas dan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga memperkuat dari penelitian dari Hafizah, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Medan*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, sementara promosi berpengaruh signifikan. Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kemudahan terhadap Keputusan Nasabah pada Bank BRI Syariah*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak signifikan, sedangkan harga dan kemudahan berpengaruh signifikan.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Mengajukan Pembiayaan ke Bank Nagari Syariah

Variabel kemudahan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,519 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,6759 ($2,519 > 1,6759$). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis, apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis nol (H_02) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a2}) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan di Bank Nagari Syariah.

Hasil ini sesuai dengan teori Kotler (2009; 2016) menjelaskan bahwa salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen adalah kemudahan akses dan kenyamanan (*convenience*). Konsumen cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan proses lebih sederhana, cepat, dan mudah dijangkau. Dalam konteks perbankan syariah, kemudahan prosedur pembiayaan akan meningkatkan niat dan realisasi keputusan nasabah. Demikian pula dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dimana perilaku konsumen dipengaruhi oleh attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control (PBC). Kemudahan berkaitan langsung dengan *perceived behavioral control*, yaitu sejauh mana seseorang merasa mudah

atau sulit untuk melakukan suatu tindakan. Jika prosedur pembiayaan dianggap mudah, maka niat (intention) untuk mengajukan pembiayaan akan semakin kuat.

Dalam manajemen Islam, terdapat prinsip *taysir* (kemudahan) yang menekankan agar setiap muamalah dibuat sederhana dan tidak memberatkan. Al-Qur'an menyatakan:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya : “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesulitan bagimu” (QS. Al-Baqarah: 185).

Prinsip ini mendukung temuan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan, karena sesuai dengan nilai syariah bahwa pelayanan harus memudahkan umat dalam memenuhi kebutuhannya.

Hasil ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Lintri Fiska Milanti (2025). Penelitian ini menemukan bahwa kemudahan secara positif dan signifikan memengaruhi keputusan menggunakan pembiayaan perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *t* hitung 2,243, yang lebih besar daripada *t* tabel 1,97743, serta nilai signifikansi 0,027, yang lebih kecil dari 0,05. Demikian pula hasil kajian yang dilakukan oleh Lintri Fiska Milanti (2025) dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan di Bank Syariah*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai *t* hitung 2,243 > *t* tabel 1,97743 dan sig 0,027 < 0,05.

3. Pengaruh Layanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Mengajukan Pembiayaan Ke Bank Nagari Syariah.

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel layanan (X1) dan kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa/nasabah dalam mengajukan pembiayaan di Bank Nagari Syariah. Nilai F hitung sebesar 4,068 yang lebih besar dari F tabel 1,5, serta nilai signifikansi 0,021 yang lebih kecil dari 0,05, membuktikan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi keputusan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun secara parsial layanan tidak berpengaruh signifikan, namun ketika dipadukan dengan faktor kemudahan, keduanya menjadi kombinasi penting yang memengaruhi perilaku konsumen. Hal ini sejalan dengan teori Kotler yang menyatakan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh bauran pemasaran jasa secara terpadu, bukan hanya oleh satu faktor tunggal. Dengan demikian, Bank Nagari Syariah perlu memperhatikan sinergi antara peningkatan kualitas layanan dan penyederhanaan prosedur agar dapat meningkatkan daya tarik produk pembiayaan di kalangan mahasiswa/nasabah.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2021) dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan terhadap*

Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan iB Hasanah di BNI Syariah Cabang Padang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan, variabel kualitas layanan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Demikian pula hasil penelitian oleh Sari & Putra (2020) dengan judul *Pengaruh Layanan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri.* Hasil penelitiannya menunjukkan Layanan dan kemudahan terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah, meskipun secara parsial layanan tidak dominan.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel layanan dan kemudahan secara simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan ke Bank Nagari Syariah. Meskipun layanan secara parsial tidak menunjukkan pengaruh, namun jika dipadukan dengan variabel kemudahan, keduanya mampu menjelaskan keputusan konsumen secara lebih komprehensif. Hal ini menguatkan pandangan Kotler bahwa perilaku konsumen dalam mengambil keputusan dipengaruhi oleh kombinasi beberapa faktor pemasaran, bukan oleh satu elemen tunggal. Dengan kata lain, layanan dan kemudahan merupakan faktor yang saling melengkapi dalam memengaruhi niat maupun realisasi keputusan nasabah

Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan menjadi faktor penentu utama, sejalan dengan prinsip *taysir* dalam manajemen Islam yang menekankan pentingnya penyederhanaan dan kemudahan dalam bermuamalah. Namun demikian, layanan tetap berperan penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pasca keputusan, sehingga keduanya tidak bisa dipisahkan. Dengan demikian, bank syariah, termasuk Bank Nagari Syariah, perlu menjaga keseimbangan antara peningkatan kualitas layanan dan penyederhanaan prosedur untuk menciptakan pengalaman nasabah yang positif serta memperkuat daya saing institusi di tengah persaingan industri perbankan.

REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Afrillia, W., Fauzi, A., Rambe, D., Anggraeni, T., Rika Ambarwati, N., & Febrian, H. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 212–218.
- Ahmed, H. (2014). Islamic Banking and Shari'ah Compliance : A Product Development Perspective. *Journal of Islamic Finance*, 3(2), 15–29. <https://doi.org/10.12816/0025102>
- Alshater, M. M., Khan, A., Hassan, M. K., & Paltrinieri, A. (2022). Islamic Banking:

- Past, Present and Future. *Journal of College of Sharia & Islamic Studies*, 41(1), 193–221. <https://doi.org/10.29117/jcsis.2023.0351>
- Azis, N. A., & Sopingi, I. (2024). Tingkat Religiusitas, Kebutuhan Mendesak dan Kemudahan Pembiayaan Pada Keputusan Penggunaan Jasa Rentenir. *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, 5(2), 121–135. <https://doi.org/10.33752/jies.v5i2.6833>
- Erinawati, F., Syafarudin, A., & Buana, U. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 130–147.
- Hamidi, L., & Worthington, A. C. (2021). How social is Islamic banking? *Society and Business Review*, 16(1), 51–70. <https://doi.org/10.1108/SBR-03-2020-0036>
- Harahap, B., & Risfandy, T. (2022). Islamic Organization and the Perception of riba (Usury) and Conventional Banks Among Muslims: Evidence From Indonesia. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221097931>
- Hasan, M., & Rachmawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2, 100–115. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/jes/article/view/5863>
- Heldt, E. C., & Herzog, L. (2022). The Limits of Transparency: Expert Knowledge and Meaningful Accountability in Central Banking. *Government and Opposition*, 57(2), 217–232. <https://doi.org/10.1017/gov.2020.36>
- Karimuddin, K., Haeqal, M., Efendi, R., Marhadi, M., & Meidina, A. R. (2024). Bank Interest in the Contemporary Era: Problem of Ad’afan Muda’afah Interpretation in Determining Law of Usury. *MILRev : Metro Islamic Law Review*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.32332/milrev.v3i1.8948>
- Kotler, P. (2010). Principles of marketing: A South Asian perspective. *Pearson Education India*, 13.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Nugroho, E. R. (2021). Implementation Of Sharia-Compliance In Islamic Bank Product Innovations. *Prophetic Law Review*, 3(2). <https://doi.org/10.20885/plr.vol3.iss2.art4>
- Nur Muhammad Agung Tri Yoga, I. M. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan pengajuan, promosi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan studi kasus di bank syariah Indonesia KC Malang Soetta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(1), 93–94.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale*. *Journal of Retailing*, 67(4), 420–450.
- Sitorus Michael, & Utama Yudha Astamar M. (2024). Sistem Pengajuan Pinjaman Pada Bank Bri Unit Citayam Dengan Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Ilmu Komputer, Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (Innotech)*, 1(1), 9–18.
- Suwandi, S., Sujono, J., & Hermawati, W. (2022). Does customer service quality influence customer decision making process to use bank plan savings product? a study at Bank Mandiri Cirebon Siliwangi Branch. *Journal of Enterprise and*

Development, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.20414/jed.v4i1.4783>

Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8, 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.

Copyright Holder :

© Ilham Septian. (2025).

First Publication Right :

© Limbago : Journal of Islamic Finance

This article is under:

