

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat konsumen menggunakan produk pembiayaan bank syariah, mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen menggunakan produk pembiayaan bank syariah, dan mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat konsumen menggunakan produk pembiayaan bank syariah studi kasus pada pelaku UMKM Pasar Beringharjo Yogyakarta. Hasil penelitian dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman bagi bank syariah tentang karakteristik nasabah dalam menentukan pilihannya, sehingga sebuah lembaga keuangan dapat mengoptimalkan serta mengembangkan pelayanannya kepada masyarakat khususnya pada pelaku UMKM.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian *eksplanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Variabel penelitian yaitu kepercayaan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan minat menggunakan produk pembiayaan (Y). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh UMKM di Pasar Beringharjo, rumus pengambilan sampel dengan rumus Yamane diperoleh sampel sebanyak 100 UMKM. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala likert. Analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi Uji T pada variabel kepercayaan sebesar $0,041 < 0,05$, yang berarti secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM menggunakan pembiayaan syariah. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, yang berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM menggunakan pembiayaan syariah. Hasil uji F yakni $0,000 < 0,05$. Ketika nilai Uji F berada pada dibawah tingkat signifikansi menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat konsumen menggunakan pembiayaan syariah bagi UMKM Pasar Beringharjo Yogyakarta. Nilai Adjusted *r-squared* sebesar 37,2 persen. Hal tersebut berarti bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat UMKM pasar Beringharjo dalam menggunakan pembiayaan syariah dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan sebesar 37,2 persen. Sisanya dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Minat Konsumen, Bank Syariah