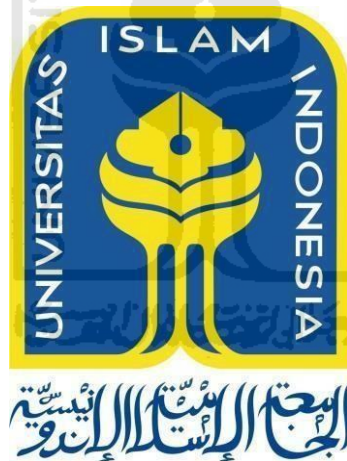


**PENGARUH PRODUK, PELAYANAN SYARIAH DAN  
PERSEPSI MARGIN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN MURABAHAH DI  
BANK BPD DIY SYARIAH**

*The Influence Of Products, Sharia Services And Margin  
Perception On Customer's Decision In Taking  
Murabahah Funding In Bank BPD Syariah DIY*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:  
MARHABAN  
14423155

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
2020**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marhaban  
NIM : 14423155  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Pelayanan Syariah dan Persepsi margin terhadap keputusan nasabah dalam mengambil Pembiayaan Murabahah di Bank BPD DIY Syariah.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 11 November 2020



Marhaban



### PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 2 November 2020  
Nama : MARHABAN  
Nomor Mahasiswa : 14423155  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Pelayanan Syariah dan Persepsi Margin terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah di Bank BPD DIY Syariah

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

#### TIM PENGUJI:

**Ketua**  
Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag (.....)

**Penguji I**  
Muhammad Iqbal, SEI, MSI (.....)

**Penguji II**  
Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I. (.....)

**Pembimbing**  
Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)

Yogyakarta, 2 November 2020  
Dekan,



Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Marhaban  
Nim : 14423155  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Pelayanan Syariah dan Persepsi margin terhadap keputusan nasabah dalam mengambil Pembiayaan Murabahah di Bank BPD DIY Syariah.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Oktober 2020



Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I

NOTA DINAS

**Hal : Skripsi**  
**Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam**  
**Universitas Islam Indonesia**  
**di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 4840/Dek/60/DAS/FIAI/XII/2018 tanggal 11 Oktober 2020 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Marhaban  
Nomor/Pokok NIM : 14423155  
Program Studi/Konsentrasi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah  
Tahun Akademik : 2019/2020  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Pelayanan Syariah dan Persepsi margin terhadap keputusan nasabah dalam mengambil Pembiayaan Murabahah di Bank BPD DIY Syariah.

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut diatas dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Dosen Pembimbing



Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

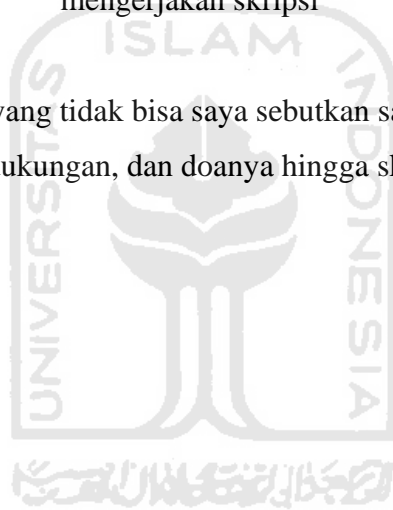
Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yaitu Ayah Sofyan dan Ibu Nursyidah. yang tidak lelah untuk terus mendoakan kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini

Keempat saudara saya, yang turut serta memberikan semangat selama saya mengerjakan skripsi

Serta teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan, dukungan, dan doanya hingga skripsi ini bisa selesai



## HALAMAN MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”*

**-Q. S Al- Baqarah: 286-**

*“Berlomba-lombalah dalam kebaikan.”*

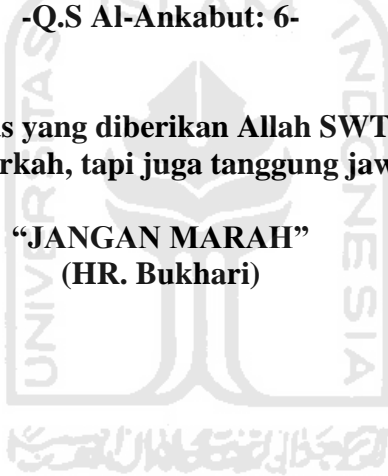
**-Q.S Al-Baqarah: 148-**

*“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri.”*

**-Q.S Al-Ankabut: 6-**

**“Setiap hembusan nafas yang diberikan Allah SWT kepadamu bukan hanya berkah, tapi juga tanggung jawab”**

**“JANGAN MARAH”  
(HR. Bukhari)**



## ABSTRAK

### **PENGARUH PRODUK, PELAYANAN SYARIAH DAN PERSEPSI MARGIN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BANK BPD DIY SYARIAH**

MARHABAN

14423155

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Persepsi Margin Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah Di BANK BPD DIY Kantor Cabang Syariah. Metode penelitian menggunakan regresi linear berganda yang bersumber dari data primer responden. Perolehan data dilakukan terhadap 100 Nasabah Bank BPD DIY Kantor Cabang Syariah dengan teknik *Cluster Random Sampling*, karena pemilihan sampel tidak ditentukan dengan kriteria tertentu, sehingga dipilih beberapa sampel dari *nasabah* Bank BPD DIY Kantor Cabang Syariah yang menjadi responden. Analisis data menggunakan SPSS 21 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah pembiayaan murabahah dengan nilai Sig. (0,920). Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Variabel Persepsi pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dengan nilai Sig. (0,919). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Variabel Persepsi margin berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dengan nilai Sig. (0,894). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi margin memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan variabel keputusan nasabah dengan nilai sign. (0,856). Dengan demikian semua variabel penelitian memiliki nilai koefisien alpha crobach > 0,6, artinya pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel.

**Kata Kunci:** Produk perbankan Syariah, Pelayanan Syariah, Persepsi margin, pembiayaan murabahah



## ABSTRACT

### **THE INFLUENCE OF PRODUCTS, SHARIA SERVICES AND MARGIN PERCEPTION ON CUSTOMER'S DECISION IN TAKING MURABAHAH FUNDING IN BANK BPD SYARIAH DIY**

**MARHABAN**

**14423155**

*This study aims to determine the effect of products, services and perception of margins on customer decisions in taking Murabahah financing at BANK BPD DIY Sharia branch offices. The research method uses multiple linear regression which is sourced from primary data of respondents. Data was collected on 100 customers of Bank BPD DIY Sharia Branch Offices using the Cluster Random Sampling technique, because the sample selection was not determined by certain criteria, so several samples were selected from customers of Bank BPD DIY Sharia Branch Office who were respondents. Data analysis using SPSS 21 for windows. The results of this study indicate that the variable product quality perception has a significant positive effect on customer decisions for murabahah financing with the Sig. (0.920). So it can be concluded that the perception of product quality has a significant influence on customer decisions. Service perceptions have a significant positive effect on customer decisions with the Sig. (0.919). So it can be concluded that service perceptions have a significant influence on customer decisions. Perceived margin variables have a positive significant effect on customer decisions with the Sig. (0.894). So it can be concluded that the perception of margin has a significant influence on customer decisions. And the variable customer disconnection with the sign value. (0.856). Thus all research variables have a cronbach alpha coefficient value > 0.6, meaning that the questions in the research variables are reliable.*

**Keywords:** Sharia banking products, Sharia services, perception of margins, murabahah financing

**KEPUTUSAN BERSAMA**  
**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN**  
**KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

**Pendahuluan**

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab- Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahannya tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

### **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab

dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### **Prinsip Pembakuan**

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

### **Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

#### **1. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan. huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
... وَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ	- fa'ala
ذُكِرَ	- zükira
يَذْهَبُ	- yažhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَوَّلَ	- haula

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى ...	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...ى	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...ى	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla	قِيلَ - qīla
رَمَى - ramā	يَقُولُ - yaqūlu

### 4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

- b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya

adalah 'h'.

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	-	raudah al-atfāl
	-	raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	-	al-Madīnah al-Munawwarah
	-	al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةَ	-	talhah

## 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّانَا - rabbanā	الْحَجَّ - al-hajj
نَزَّلَ - nazzala	الْبِرَّ - al-birr

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah



Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu	القَلَمُ - al-qalamu
السَّيِّدُ - as-sayyidu	البَدِيُّ - al-badī'u
الشَّمْسُ - as-syamsu	الْجَلَالُ - al-jalālu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ - ta'khuẓūna	إِنَّ - inna
النَّوْءُ - an-nau'	أَمْرٌ - umirtu
سَيِّئٌ - syai'un	أَكَلَ - akala

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata ter-tentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair arrāziqīn Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتِطَاعَ إِلَيْهِ	Bismillāhi majrehā wa mursahā Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabīla Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabīlā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Wa mā Muhammadun illā rasl Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lallażī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadān al-lażī unzila fih al-Qur’ānu Syahru Ramadān al-lażī unzila

## fihil Qur'ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفُقِ الْمُؤَيَّنِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn
	Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn
	Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَقَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعاً	Lillāhi al-amru jamī'an
	Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## KATA PENGANTAR



Assalaamualaikum Wr.Wb

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا، تَبَارَكَ الَّذِي جَعَلَ فِي السَّمَاءِ بُرُوجًا  
وَجَعَلَ فِيهَا سِرَاجًا وَقَمَرًا مُنِيرًا. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ  
وَرَسُولُهُ الَّذِي بَعَثَهُ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا، وَدَاعِيَا إِلَى الْحَقِّ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا.  
اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَيْهِ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَسَلِّمْ تَسْلِيمًا كَثِيرًا. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Sholawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan pencerahan berpikir dan memberi inspirasi kepada saya untuk selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini merupakan tugas akhir program studi Ekonomi Islam dengan konsentrasi Perbankan dan Keuangan Syariah di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia guna memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam.

Penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan dari penyusun. Dalam penyelesaian skripsi ini penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penyusun sepantasnya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. M. Tamyiz Mukharam, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M. Ag. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

4. Ibu Soya Sobaya, S. E. I, M. M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Adi Wicaksono, S. E., M. E. I. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dan berkenan memberi bimbingan dan arahan sejak penyusunan proposal skripsi hingga tugas akhir sehingga tercapai dengan baik.
6. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu serta membantu dan mempermudah dalam penyusunan skripsi maupun selama proses perkuliahan.
7. Kedua Orang tua saya tercinta, Ayah Sofyan dan Ibu Nursyidah yang telah banyak memberikan dorongan semangat dari awal hingga akhir penyelesaian skripsi ini. Terimakasih banyak atas kasih sayang, dukungan moral, materi dan doa yang tiada jeda dan henti.
8. Segenap teman teman Ekonomi Islam angkatan 2014, khususnya anak-anak ekis kelas C yang telah menjadi teman baik selama berkuliah dari awal kuliah sampai saat ini.
9. Kepada Pak ikhsan yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Bank BPD DIY Syariah.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu Semoga Allah SWT memberikan barakah atas kebaikan dan jasa mereka semua dengan rahmat dan kebaikan yang terbaik darinya. Dengan kerendahan hati, saya selaku penulis skripsi ini memohon maaf kepada seluruh pihak atas kesalahan saya yang disengaja maupun tidak. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya.

Wassalaamualaikum Wr.Wb

**Yogyakarta, 11 November 2020**

MARHABAN

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
ABSTRAK.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xix
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GRAFIK.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR .....	xxiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKAN DAN LANDASAN TEORI</b>	
A. Telaah Pustaka.....	10
B. Landasan Teori .....	13
C. Pembentukan Hipotesa .....	28
D. Kerangka Berfikir.....	28

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	32
B. Lokasi Penelitian .....	32
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	32
D. Obyek Pelaksanaan Penelitian .....	32
E. Populasi Sampel .....	32
F. Sumber Data .....	34
G. Definisi Operasional Variable .....	35
H. Instrumen Penelitian.....	37
I. Teknis Analisis Data .....	37
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Uji Kualitas Data.....	42
B. Hasil Analisis .....	44
C. Pembahasan dan Implikasi .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Populasi dalam penelitian Nasabah Bank BPD DIY Syariah .....	33
Tabel 1.3 Tabel Definisi Operasional antara Variabel.....	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.2 hasil Pengujian Reliabilitas.....	43
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden .....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Umur .....	45
Tabel 4.5 Pendidikan Responden.....	46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan .....	48
Tabel 4.8 Karakteristik Responden berdasarkan Nasabah Bank .....	49
Tabel 4.9 Deskriptif persepsi Produk.....	51
Tabel 4.10 Deskriptif persepsi Pelayanan.....	52
Tabel 4.11 Deskriptif persepsi Margin.....	53
Tabel 4.12 Deskriptif Minat Pembiayaan Murabahah .....	55
Tabel 4.13 Deskriptif Minat Pembiayaan Murabahah .....	57
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Multikolinea .....	58
Tabel 4.15 Hasil regresi faktor-faktor mempengaruhi keputusan Nasabah.....	60



## Daftar Gambar

Gambar 4.1 Uji Nomalitas .....	38
Gambar 4.2 Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas .....	39



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia adalah negara yang berkembang memiliki suku bangsa, bahasa dan keyakinan yang berbeda-beda dengan jumlah penduduk mencapai 265 juta jiwa. Negara Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbanyak dibanding dengan negara berkembang lainnya. Memasuki era perdagangan bebas saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga memenangkan persaingan tersebut. Adanya perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh konsumen yang apabila tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan maka akan menyebabkan konsumen akan mencari perusahaan lain yang lebih memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. hal ini tentu saja akan mengakibatkan kemerosotan laba untuk perusahaan yang ditinggalkan.

Seiring dengan berkembangnya zaman, banyak berdiri lembaga atau perusahaan bahkan atas nama individu yang menjalankan bisnis jasa. Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pilihan bagi konsumen. Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen adalah perbankan. Perusahaan perbankan hadir guna memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Semakin banyak bermunculan perusahaan- perusahaan perbankan untuk bersaing satu sama lain untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankannya. Pesatnya perkembangan perusahaan perbankan yang telah memiliki hukum yang memadai maka mulai banyak muncul perbankan- perbankan yang berlandaskan hukum Islam. Bank berlandaskan syariah yang pertama di Indonesia adalah Bank Muamalah yang diresmikan pada tanggal 1 November 1991. (Antonio,2001)

Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip dalam ajaran Islam, untuk memenuhi kebutuhan nasabah, hendaknya bank syariah dioprasionalkan sesuai dengan yang dikehendaki oleh prinsip-prinsip syariah sesuai dengan UU No. 21/2008 tentang Perbankan Syariah. Sebagai bentuk usaha mempertahankan nasabah, bank harus bisa memikirkan beberapa hal yang bisa mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan untuk pengambilan pembiayaan seperti produk merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi suatu keputusan.

Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menarik dan bermanfaat. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik (Hadi, 2002). Perusahaan akan selalu menciptakan inovasi baru pada produk- produk yang ditawarkan perbankan syariah. Hal tersebut dapat mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan kepada nasabah.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. (Ikatan Bankir Indonesia, 2014:75). Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan dapat mempengaruhi suatu keputusan nasabah terhadap suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa. Dalam mempertahankan nasabah bank juga harus mampu dipercayai oleh nasabah agar mampu memberikan persepsi terbaik dan melekat bagi nasabah. kepercayaan konsumen adalah “semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap” (Mowen dan Minor, 2011).

Dominannya transaksi murabahah akan membuat semua pihak gembira jika dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dan prinsip-prinsip syariah yang berlaku. disisi lain, dominannya transaksi tersebut ternyata membawa implikasi yang sangat signifikan yaitu timbulnya berbagai persepsi yang masih belum tepat dari masyarakat yang belum paham sepenuhnya mengenai perbankan syariah, diantaranya mengenai keuntungan (margin) yang diambil oleh bank syariah. Penentuan margin di bank syariah merupakan bagian dari proses bisnis, mengingat dalam praktiknya bank syariah dilarang keras memungut bunga bank. Namun, anggapan masyarakat pada umumnya adalah bahwa meminjam uang di bank syariah tidak akan dibebani bunga, dalam arti bank syariah tidak mengambil keuntungan dari penyaluran dana. Akibatnya ketika mengetahui bahwa bank syariah mengambil keuntungan, masih banyak orang yang kebingungan, seperti apa keuntungan yang diambil bank syariah itu. Jika bank syariah mengambil keuntungan nantinya sama saja dengan bunga (Rezeki, 2013).

Berawal dari hal tersebut, kesalahpahaman juga berlanjut mengenai besarnya margin murabahah yang diambil oleh bank syariah, sehingga muncul persepsi bahwa jika bank syariah mengambil keuntungan, harusnya lebih kecil dari bank pada umumnya. Dalam prakteknya, banyak yang masih mengatakan bahwa margin yang dibebankan bank syariah kepada nasabah relatif mahal atau bisa dikatakan masih tinggi. Bahkan dalam penentuan margin murabahah pun sering dikatakan mirip dengan penentuan suku bunga kredit yang ada di bank konvensional (Hamsyi, 2017). Dalam membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional dapat dilihat dari atribut - atribut khusus yang melekat pada bank syariah, seperti tidak ada unsur riba, sistem bagi hasil, dan tidak adanya unsur judi untuk investasi yang halal serta melakukan aktivitas sesuai syariah.

Atribut-atribut produk islam ini yang menjadi alasan utama para nasabah memilih menggunakan produk syariah. Dengan demikian bank syariah harus menawarkan produk produk yang lebih inovatif dan variatif,

meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan kepercayaan yang mampu melekat di hati nasabah agar mampu meningkatkan keinginan nasabah dalam pengambilan keputusan dalam melakukan pembiayaan . Selain itu, tentu saja dengan menjaga kemurnian syariah dari atribut-atribut produk sesuai dengan Al- qur'an dan Al-hadist. Ditengah perkembangan industri perbankan syariah, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan untuk menjadi nasabah berdasarkan produksi, pelayanan, dan persepsi margin. Dalam penelitian ini objek penelitian adalah Bank BPD DIY Syariah.

Akad Murabahah atau yang lebih dikenali dengan produk penyaluran dana melalui pembiayaan merupakan produk perbankan syari'ah yang memiliki tingkat animo tinggi terhadap masyarakat. Menurut hasil data yang diambil dari hasil imput data statistic pada perbankan syari'ah yang ditebitkan oleh Bank Indonesia, data dari tahun 2006 menunjukkan peningkatan yang signifikan dan tidak mengalami penurunan minat nasabah terhadap produk perbankan syari'ah yaitu pada produk pemberian pembiayaan melalui akad murabahah. Pada bulan Agustus 2012, berdasarkan hasil data tertera bahwa komposisi pembiayaan murabahah yang diberikan oleh bank umum syari'ah "BUS" dan unit usaha syari'ah "UUS" terhadap nasabah sudah mencapai diangka Rp. 73.826.000.000,00 (Novianti, 2013).

Akad murabahah memiliki resiko yang minim jika dibandingkan dengan akad yang berdasar bagi hasil yaitu akad musyarakah dan akad mudharabah. Akad murabahah berlainan dengan akad mudharabah maupun akad musyarakah yang mengenal prinsip "loss sharing" (kerugian sama ditanggung), dan dalam akad murabahah tidak memakai prinsip loss sharing. Dalam akad murabahah berbeda dikarenakan ikatan antara bank terhadap nasabah dalam akad murabahah hanya antara debitur dan kreditur, sedangkan dalam akad musyarakah atau akad mudharabah memiliki hubungan kemitraan (Novianti, 2013).

Bank BPD DIY Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan

Unit Usaha Syariah (UUS) yang ada di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan Bank BPD DIY Syariah merupakan cabang syariah dari unit kerja BPD DIY konvensional yang kantornya berpusat di Jl. Tentara Pelajar Yogyakarta. Bank BPD DIY Syariah menjadi salah satu bank yang dijadikan nasabah untuk melakukan pembiayaan dan transaksi lainnya. Dengan tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat serta keunggulan-keunggulan yang dimiliki antar bank, mendorong bank BPD DIY Syariah untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, produk serta kepercayaan.

Bank BPD DIY Syariah telah bertumbuh dengan sangat baik, laba di bulan oktober tahun 2017 sudah mencapai Rp 29 miliar, pertumbuhan yang sangat baik itu salah satunya dikarenakan meningkatnya penyaluran pembiayaan dana dari pihak-pihak ketiga. Bahkan, sejauh ini jumlah perhimpunan dana Bank BPD DIY Syariah sudah mencapai Rp 461 miliar, raihan angka itu ditambah lagi dengan total aset yang saat ini sudah mencapai Rp 720 miliar. Dari situ, secara umum didapat pertumbuhan Bank BPD DIY Syariah setiap tahun berkisar di angka 30% persen. Tujuan dalam penyusunan skripsi kedepannya yaitu dilatar belakangi Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil keputusan pembiayaan di perbankan syariah. Mengamati fenomena yang demikian maka perlu dikaji mengenai beberapa hal yaitu: Pertama, untuk mengetahui persepsi orang tentang perbankan syariah di Yogyakarta khususnya nasabah Bank BPD DIY Kantor Cabang Syariah. Kedua, menganalisis fakta motivasi nasabah untuk mengajukan pembiayaan di perbankan syariah. Dan yang Ketiga, untuk mengetahui persepsi nasabah tentang riba dan nisbah.

Mengambil penelitian di PT.BANK BPD DIY Kantor Cabang Syariah berlandaskan beberapa faktor yang pertama yaitu dikarenakan sedang hangatnya perbincangan dimasyarakat terkait proses perbankan syariah yang menganut prinsip syariah yang tidak diberlakukan bunga akan tetapi memakai prinsip bagi hasil, dan faktor yang kedua dikarenakan belum ada penelitian terdahulu yang meneliti dilokasi tersebut dengan menggunakan variabel tersebut (Supriyadi, 2018) dan factor yg ketiga

PT. Bank BPD DIY Syariah keluar sebagai best Syariah ditahun 2020 disector Bank Syariah dalam kategori unit usaha Syariah dengan aset dibawah 2 triliun rupiah Oleh karena itu memilih penelitian terhadap nasabah di BANK BPD DIY Kantor Cabang Syariah sebagai objek penelitian. Sebagaimana lembaga perbankan syariah yang merupakan salah satu perbankan syariah yang mana memiliki pembiayaan berbasis syariah dalam mengelola dana pembiayaan tersebut dengan menggunakan sistem syariah yang digunakan untuk memberikan pembiayaan kepada para nasabah bank tersebut.

Dari deskripsi di atas, maka penyusun tertarik akan meneliti dan membahas lebih lanjut tentang praktek pembiayaan murabahah serta faktor yang memiliki pengaruh bagi nasabah terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan tersebut. Perkembangan yang terjadi di dalam setahun operasi yang dihasilkan BPD DIY dan peningkatan profesional yang terjadi di antara tahun 2016 sampai 2017 menjadi hal mutlak yang akan berpengaruh dalam persaingan bisnis Bank BPD DIY dengan entitas syariah lainnya. Dari uraian dan fenomena di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Presepsi Margin Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah Di BANK BPD DIY Syariah”**.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Apakah Presepsi Produk berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah ?
2. Apakah Presepsi Pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah ?
3. Apakah Presepsi Margin berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah ?

4. Apakah Presepsi Produk, Presepsi Pelayanan dan Presepsi Margin memiliki pengaruh positif secara bersama-sama terhadap pengambil Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.

1. Untuk menguji dan mengetahui Presepsi Produk berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.
2. Untuk menguji dan mengetahui Presepsi Pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.
3. Untuk menguji dan mengetahui Presepsi Margin berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.
4. Untuk menguji dan mengetahui Presepsi Produk, Presepsi Pelayanan dan Presepsi Margin memiliki pengaruh positif secara bersama-sama terhadap pengambil Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis
  - a. Penelitian ini dapat menjadi landasan terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.
  - b. Menambah pengetahuan dan pemahaman terhadap Bank BPD DIY Syariah.
  - c. Sumber informasi bagi penelitian sejenis pada masa yang akan



datang.

2. Manfaat praktis.

- a. Bagi perusahaan Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi Bank BPD DIY Syariah untuk mengetahui arti pentingnya Presepsi Produk, Presepsi Pelayanan dan Presepsi Margin terhadap pengambil Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.
- b. Peneliti mempunyai landasan sebagai masukan dan tambahan pengetahuan ekonomi islam, khususnya Presepsi Produk, Presepsi Pelayanan dan Presepsi Margin terhadap pengambil Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.

**E. Sistematika Penulisan**

Untuk supaya mudah pembaca memahami isi penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisannya sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**, Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, dan Metode Penelitian (Lokasi Penelitian, Subjek dan Objek penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Metode Penulisan, Metode Analisa Data), dan Sistematika Penulisan.

**BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Landasan Teori membahas tentang Definisi pembiayaan secara bahasa dan menurut para fuqoha, Landasan Hukum di ambil dari Al- Qur'an dan Hadits, Landasa Hukum yang ada pada peraturan Bank Indonesia, macam-macam pembiayaan, bagaimana pengelolaan dan pengembangan pembiayaan yang ada di Bank BPD DIY Syariah, kemudian keamanan bagi nasabah dari pembiayaan di perbankan syariah.

**BAB III**, Pada bagian ini menjelaskan terkait uraian prosedur terhadap pelaksanaan penelitian yang dicari agar terpenuhi jawaban atas

permasalahan penelitian yang telah ditetapkan. Adapun prosedur pelaksanaan penelitian pada bagian ini meliputi, desain penelitian yang menjelaskan bagaimana penelitian ini dilakukan serta lokasi penelitian dan waktu pelaksanaan penelitian yang menjelaskan terkait tempat dan waktu yang dilakukan untuk melaksanakan penelitian serta objek yang menjadi pusat untuk dilakukan penelitian berdasarkan dari objek penelitian juga harus memuat populasi dan sampel yang akan dilakukan penelitian dan juga sumber data pada penelitian ini menggunakan data sekunder serta diperlukannya bagaimana teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dan instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini yang relevan berdasarkan teknik pengumpulan dan yang terakhir pada bagian ini yaitu teknik analisis data yang akan digunakan untuk menemukan hasil data dari penelitian ini.

BAB IV, hasil penelitian dan pembahasan pada bab ini penulis memaparkan tujuannya untuk menguji apakah faktor persepsi kualitas produk, persepsi pelayanan, dan persepsi margin mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabah di Bank BPD DIY Syariah. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, analisis deskriptif, regresi linier berganda dan asumsi klasik.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **A. Telaah Pustaka**

Selama penyusunan penelitian ini menelaah, penelitian tentang pembiayaan ini sudah banyak di tulis oleh peneliti lain baik secara umum ataupun pengelolaannya di Indonesia dan beberapa referensi baik dari buku maupun jurnal, di antaranya ;

Jurnal yang ditulis oleh Megawaty 2012 yang berjudul Analisis pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank tabungan negara syariah (persero) cabang makassar Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen mengenai produk lebih tinggi dibanding pengetahuan konsumen mengenai pembelian dan pemakaian. Sedangkan pengetahuan konsumen mengenai pembelian lebih rendah dibanding pengetahuan konsumen mengenai produk dan pemakaian. Selain itu, pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Cabang Makassar (Megawaty 2012).

Selanjutnya Jurnal Nurul inayah 2017 yang berjudul Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di PT. BPRS Puduarta Insani) Dari hasil penelitian yang dilakukan pada alpha 5%, penulis menyimpulkan bahwa secara parsial pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 35,2% dan menjadi faktor yang dominan, karakteristik bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 21,8%, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 33,7% dan objek fisik bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 19,9%. Dan secara simultan pengetahuan nasabah, karakteristik bank, kualitas pelayanan dan objek fisik

bank berpengaruh nyata terhadap keputusan menabung sebesar 65,75% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini (Nurul inayah 2017).

Ferly Ferdyant, Ratna Anggraini ZR, Erika Takidah (2014) Jurnal yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Penerapan Good Corporate Governance Dan Resiko Pembiayaan Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah” Kinerja perbankan ditentukan sejauh mana keseriusannya dalam menerapkan good corporate governance. Semakin tinggi penerapan corporate governance yang diukur dengan nilai komposit corporate governance self assessment semakin tinggi pula tingkat ketaatan perbankan tersebut. Secara teoritis praktik good corporate governance dapat meningkatkan kinerja perbankan, mengurangi resiko yang mungkin dilakukan oleh dewan direksi dengan keputusan yang menguntungkan sendiri dan umumnya good corporate governance dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya yang berdampak terhadap kinerjanya (Ferdyant, Anggraini ZR, & Takidah, 2014).

Alifah nuraini (2014) jurnal yang berjudul “Pengaruh Citra, Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BPD DIY Syariah Yogyakarta)” Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kemampuan model menjelaskan variasi variabel terikat menunjukkan angka 0,365, artinya 36,5% variasi loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel citra, pelayanan, aksesoris jasa, keragaman produk, dan nilai nasabah. Sisanya 63,5% (100% - 36,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini. Dari hasil uji t (parsial) disimpulkan bahwa variabel citra dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Variabel citra memiliki koefisien regresi sebesar 0,295 dengan sigifikansi 0,002. Variabel pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,472 dengan sigifikansi 0,000 (Alifah nuraini 2014)

Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda 2018 jurnal yang berjudul

“Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah” Hasil penelitian menunjukkan, secara simultan religiusitas dan persepsi nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Sementara secara parsial, hanya variable religiusitas yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank Syariah (Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda 2018).

Putri Sulistyanigrum 2017 jurnal yang berjudul “Beberapa Variabel Yang Mempengaruhi Minat Pangambilan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi kasus pada BMT An- Naafi Cabang Teras Kabupaten Boyolali)” Hasil temuan menunjukkan bahwa baik secara parsial variabel kualitas pelayanan, bagi hasil, promosi, dan produk berpengaruh signifikan terhadap minat pengambilan pembiayaan. Pada koefisien determinan ( $R^2$ ) adalah kemampuan model kualitas pelayanan (X1), bagi hasil (X2), promosi (X3), produk (X4) mampu menerangkan variabel minat pengambilan pembiayaan sebesar 83,3% (Putri Sulistyanigrum 2017).

Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, Siti hamidah Rustiana (2016) Jurnal yang berjudul: “Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)” Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Syariah Cabang Ciputat terdiri dari lima faktor yang terbentuk, dimana faktor tersebut dinamakan faktor lima. Faktor tersebut adalah : (a) Faktor 1, terdiri atas variabel process, brand awareness, dan perceived quality; (b) Faktor 2, terdiri atas variabel physical evidence, perceived value, dan faktor sosial, (c) Faktor 3, terdiri atas variabel pricing, promotion, people dan faktor sosial, (d) Faktor 4, terdiri atas variabel products dan faktor pribadi, dan (e) Faktor 5, terdiri atas variabel place, physical evidence, dan faktor budaya. Kesimpulan kedua, faktor yang paling dominan dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan Bank Syariah Cabang Ciputat adalah process, sebab variabel proseslah yang memiliki nilai loading factor yang tertinggi dalam

pengambilan keputusan (Zainuddin, Hamja, & Rustiana, 2016).

Bagja Sumantri (2014) Jurnal yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Nasabah Di Bank Syariah” Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah. Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu minat menjadi nasabah juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Sumantri, 2014).

Penelitian yang diteliti adalah berbeda dengan penelitian diatas, penelitian ini fokusnya adalah memaparkan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil Pembiayaan di Perbankan Syariah.

Adapun persamaan penelitian yang diteliti dengan penelitian di atas yaitu sama-sama membahas tentang bagaimana pembiayaan pada perbankan Syariah, baik pembiayaan yang digunakan sesuai manfaatnya langsung atau pembiayaan untuk profitabilitas.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Pembiayaan Bank Syariah**

#### **a. Definisi Pembiayaan Syariah**

Pada pasal 1 ayat 7 Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menjelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Syariah (BPRS). Dalam menjalankan kegiatan usahanya, bank syariah dapat memberikan pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jualbeli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau

pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina), akad salam, akad istisna', sewa menyewa yang diakhiri dengan kepemilikan (ijarah al- muntahiya bi tamlik), dan lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah (Kara, 2013).

Menurut (Antonio, 2001 ) pembiayaan yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Eksistensi perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan setelah diundangkannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang lebih mengakomodasi dan memberi peluang bagi perkembangan perbankan syariah. Kehadiran undang-undang tersebut diperkuat lagi dengan lahirnya Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang secara tegas mengakui eksistensi dari perbankan syariah dan membedakannya dengan sistem perbankan konvensional (Undang- Undang Republik Indonesia, 2008).

#### b. Dasar Hukum Pembiayaan

Ada beberapa landasan atau peraturan perundang-undangan yang dijadikan sebagai sumber hukum yang telah diatur dalam UU no 10 tahun 2004 pasal 7 ayat 1 tentang pembentukan peraturan perundang-undangan, antara lain :

- 1) Undang –undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.
- 2) Undang-undang atau Peraturan Pemerintahan pengganti Undang- undang.
- 3) Peraturan Pemerintah (Permen).
- 4) Peraturan Presiden (Perpres).

### 5) Peraturan Daerah (Perda).

Itulah beberapa peraturan atau hukum yang ada di Indonesia, selanjutnya kita akan membahas landasan hukum yang melindungi Bank syariah di Indonesia, ada beberapa peraturan yang membahas tentang Bank syariah, diantaranya :

#### 1) Peraturan Bank Indonesia

Bank Indonesia memiliki peranan penting dalam dunia perbankan Indonesia karena Bank ini menjadi Bank central atau Bank utama di Indonesia. Dalam hal ini Bank Indonesia juga memiliki wewenang untuk mengatur perjalanan Bank syariah di Indonesia. Ada beberapa peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dalam mengatur kinerja Bank syariah di Indonesia, antara lain :

- a) PBI No. 9/19/PBI/2007 yang berisi tentang pelaksanaan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa dari Bank syariah.
- b) PBI No.6/24/PBI/2004 yang membicarakan tentang bank umum yang menjalankan kegiatan usaha atau tugasnya berdasarkan atas prinsip-prinsip syariah.

Itulah beberapa landasan atau peraturan dalam bidang perbankan yang menjadi dasar hukum dari Bank syariah (Peraturan Bank Indonesia, 2008).

#### 2) Al-qur'an

Dalam Al-Qur'an terdapat beberapa ayat yang menegaskan tentang Pembiayaan pada Perbankan Syariah, beberapa diantaranya adalah (QS. An-Nisa': 29), ( QS. Al-Baqarah: 238) dan ( QS. Al-Maidah: 1-2): Artinya: "hai orang-orang beriman ! janganlah kalian



saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan “Dari Shalih bin Shuhaib r.a. bahwa Rasulullah saw bersabda, “Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqaradah (mudharabah). Dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR Ibnu Majah).

### 3) Ijma

Imam Zailai telah menyatakan bahwa para sahabat telah berkonsensus terhadap legitimasi pengelolaan harta yatim secara mudharabah. Kesepakatan para sahabat ini sejalan dengan spirit hadits yang dikutip Abu Ubaid (Antonio, 2001).

### c. Tujuan pembiayaan

Berikut akan dipaparkan tujuan pemberian pembiayaan secara umum antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari keuntungan, keuntungan sangat penting dalam kelangsungan hidup lembaga keuangan dan dapat membesarkan usahanya.
- 2) Membantu usaha nasabah yang memerlukan dana.
- 3) Membantu pemerintah diberbagai bidang. Bagi pemerintah semakin banyak pembiayaan yang disalurkan oleh pihak lembaga keuangan, maka semakin baik, mengingat semakin banyak pembiayaan berarti ada kucuran dana dalam rangka peningkatan pembangunan diberbagai sektor, terutama sektor riil.
- 4) Untuk meningkatkan daya guna uang karena dengan diberikannya pembiayaan maka akan berguna untuk menghasilkan barang dan jasa.
- 5) Serta untuk meningkatkan pemerataan pendapatan (Kasmir,2002).

Dalam pemberian fasilitas pembiayaan terdapat unsur-unsur yang harus diperhatikan di antaranya:

- a) Kepercayaan Yaitu suatu keyakinan pemberian suatu pembiayaan (BPRS) bahwa pembiayaan yang diberikan baik berupa uang atau jasa yang akan benar-benar diterima kembali di masa yang akan datang. Kepercayaan ini diberikan oleh bank kepada calon nasabah/mitra karena sebelumnya sudah dilakukan penyelidikan bagaimana situasi dan kondisi calon nasabah.
- b) Kesepakatan Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya. Kesepakatan pembiayaan dituangkan dalam akad pembiayaan yang ditandatangani oleh kedua belah pihak, yaitu BPRS dan calon nasabah.
- c) Jangka waktu Jangka waktu ini mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut bisa berbentuk jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang.
- d) Risiko Adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu risiko tidak tertagihnya pemberian pembiayaan atau terjadinya pembiayaan macet. Semakin panjang jangka waktu pembiayaan maka semakin besar risikonya, begitu pula sebaliknya.
- e) Balas Jasa Merupakan keuntungan atas pemberian pembiayaan atau jasa tersebut. Balas jasa dalam bentuk bunga, biaya provisi, dan komisi serta biaya administrasi bagi bank konvensional, pembiayaan tersebut merupakan keuntungan utama suatu bank. Sedangkan bagi bank berdasarkan prinsip syariah balas jasanya

adalah dalam bentuk bagi hasil. (Kasmir, 2002)

d. Jenis-jenis pembiayaan

Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1) Pembiayaan Produktif

Pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produktif dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi.

2) Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut keperluannya, pembiayaan produksi dibagi menjadi dua hal adalah sebagai berikut:

- a) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan
  - i. Peningkatan produksi,
  - ii. Untuk keperluan perdagangan atau peningkatan utility of place dari suatu barang,
- b) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (capital goods) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu. (Antonio, 2001).

e. Klasifikasi pembiayaan

Mengacu pada Undang-Undang Bank Indonesia No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 25, klasifikasi pembiayaan berupa Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Ijarah, Pembiayaan Ijarah Muntahiya Bittamlik, Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Salam, Pembiayaan Istishna', dan Pembiayaan atas dasar Qardh (pinjam- meminjam). (Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/21/PBI/2006)

Pembiayaan Musyarakah adalah bentuk kerjasama diantara dua (atau lebih) pihak, dimana para pihak bersepakat menyediakan modal untuk membiayai suatu proyek. Proyek tersebut dapat dikelola oleh salah satu dari pemberi dana atau oleh pihak lainnya. Untuk jenis pembiayaan ini, pemilik dana dapat melakukan intervensi dalam pengelolaan proyek tersebut. Pembagian keuntungan dilakukan sesuai dengan kesepakatan bersama, namun kerugian ditanggung berdasarkan besarnya modal yang diberikan. Contoh, proyek pembangunan pelabuhan yang dibiayai secara bersama antara investor dan perbankan. Proyek ini dapat menggunakan skim akad Musyarakah. (Hidayat, 1986).

Pembiayaan Ijarah adalah transaksi sewa-menyewa atas suatu barang dan atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. Ijarah juga dapat diinterpretasikan sebagai suatu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (ownership/milkiyyah) atas barang itu sendiri. Inti dari perjanjian sewa- menyewa adalah perjanjian yang berkaitan dengan pemberian manfaat kepada pihak penyewa dengan kontraprestasi berupa biaya sewa. Bank syariah selaku institusi keuangan menyediakan pembiayaan kepada nasabah dalam bentuk sewa-menyewa (Anshori, 2009).

Pembiayaan Ijarah Muntahiya Bittamlik merupakan pembiayaan yang menggabungkan antara sewa-menyewa (Ijarah) dan jual beli atau hibah diakhir masa sewa. Dalam Ijarah Muntahiya Bittamlik pemindahan hak milik barang terjadi dengan salah satu dari dua cara berikut ini:

- a) Pihak yang menyewakan berjanji akan menjualkan barang yang disewakan tersebut pada akhir masa sewa.

- b) Pihak yang menyewakan berjanji akan menghibahkan barang yang disewakan tersebut pada akhir masa sewa (Karim, 2007).

Pembiayaan atas dasar Qardh (pinjaman uang). Pinjam-meminjam adalah memberikan sesuatu yang halal kepada orang lain untuk diambil manfaatnya dengan tidak merusak zatnya, dan akan mengembalikan barang yang dipinjamnya dalam keadaan utuh (Karim, 2007).

Pembiayaan murabahah adalah transaksi jual beli, yaitu pihak bank syari'ah bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli dengan harga jual dari bank adalah harga beli dari pemasok ditambah keuntungan dalam presentase tertentu bagi bank syari'ah sesuai kesepakatan (Karim, 2007).

Permohonan Qardh dalam perbankan syariah biasanya untuk pinjaman talangan haji, sebagai pinjaman tunai (cash advance) dari produk kartu pembiayaan syariah, sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil, dan sebagai pinjaman kepada manajemen (pengelola) bank (Hidayat, 1986).

f. Keputusan mengambil pembiayaan

1) Struktur Keputusan Mengambil Pembiayaan

Penjual perlu menyusun struktur keputusan membeli secara keseluruhan untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembeliannya. Setiap keputusan membeli mempunyai struktur sebanyak tujuh komponen. Komponen-komponen tersebut adalah: (Sunyoto, 2014).

- a) Pengenalan sistem operasional Bank Syariah.
- b) Pengertian akad-akad yang lazim dan paling banyak digunakan dalam pembiayaan di Bank Syariah :
  - (1) Akad Murabahah.
  - (2) Akad Ijarah/ IMBT
  - (3) Mudharabah Akad

- (4) Akad Musyarakah
- c) Identifikasi kapan saja akad-akad syariah tersebut digunakan, disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan.
  - d) Menerapkan Akad-Akad Syariah dalam pembuatan struktur fasilitas pembiayaan syariah.
  - e) Membuat perhitungan harga dan jadwal pembayaran sesuai dengan Akad syariah yang digunakan.

## 2. Persepsi Kualitas Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan (Wiroso, 2009). Produk Murabahah adalah produk pembiayaan dengan skema yang paling mudah sehingga banyak diminati oleh nasabah non muslim, dengan angsuran dan margin yang sudah ditetapkan mempermudah Bank Syariah untuk menyalurkan produk murabahah. Hal ini berbeda dengan produk pembiayaan yang lain misalnya mudharabah dan musyarakah yang menggunakan skim bagi hasil yang skemanya lebih rumit dan perhitungan nisbah bagi hasil yang sewaktu-waktu dapat berubah (Wiroso, 2009).

Dalam rangka merealisasikan tujuan tersebut, organisasi atau produsen berupaya menghasilkan suatu produk (baik yang bersifat konkrit maupun abstrak) yang kemudian ditawarkan kepada pasar individual maupun organisasional. (Tjiptono, 2014: 104) Menurut Kotler (Kasmir, 2008: 123). Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menarik dan bermanfaat. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik (Hadi, 2002: 74).

Produk dan jasa bank dibedakan menjadi dua, yaitu produk dan jasa yang berhubungan dengan penyerapan dana masyarakat (funding) dan produk jasa yang bersifat penyaluran dana kepada masyarakat yaitu kredit dan pembiayaan. Dengan semakin berkembangnya

perekonomian, semakin berkembang pula jenis dan ragam produk dan jasa perbankan. Hal ini dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat/konsumen (Purba & Lubis, 2013).

Menurut Kotler (2001:279), produk dapat dibagi menjadi beberapa tingkatan berdasarkan manfaat penggunaannya, antara lain:

1. Inti produk (core benefit) Merupakan manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
2. Produk dasar (basic product) Produk dasar yang mampu memenuhi fungsi pokok produk yang paling dasar.
3. Produk yang diharapkan (expected product) Produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisi secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
4. Produk pelengkap (augmented product) Berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan dengan berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
5. Produk potensial (potential product) Segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang.

Dalam dunia perbankan di mana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka ciri-ciri produk yang berbentuk jasa adalah sebagai berikut (Kasmir, 2008: 123):

- a. Tidak berwujud, artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli dahulu.
- b. Tidak terpisahkan, artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain.
- c. Beraneka ragam, artinya jasa dapat diperjualbelikan

dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu, atau sifat.

- d. Tidak tahan lama, artinya jasa tidak bisa disimpan begitu saja, jika dibeli maka harus segera dikonsumsi.

### 3. Persepsi Pelayanan

Kata pelayanan, secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Karakteristik dari suatu pelayanan adalah sebagai berikut (Ikatan Bankir Indonesia, 2014:75):

- Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan, pelayanan jasa bank yang mengandalkan upaya terbentuknya kepuasan nasabah adalah seperti berikut ini:
  - a. Service profit cycle, pelayanan yang baik diberikan oleh karyawan akan menghasilkan kepuasan nasabah yang pada gilirannya akan membuahkan loyalitas dan darinya dapat diperoleh keuntungan bagi perbankan.
  - b. Service leverage, pemberian pelayanan yang bernilai lebih besar dibandingkan dengan nilai biaya yang digunakan nasabah untuk memperolehnya, oleh karena nasabah mempunyai kesan memperoleh pelayanan ekstra dan perhatian khusus akan mendorong tumbuhnya loyalitas pada nasabah.
  - c. Service ability, yaitu tingkat kemampuan pelayanan, kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan pelayanan.

Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan yang



istimewa yang terbaik atau sangat baik dan layanan yang prima. Pelayanan prima disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku. Pengertian ini dapat diperluas menjadi bagaimana pihak pemberi layanan memberikan layanan secara maksimal kepada nasabah dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini akan menimbulkan kesan yang baik bagi nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadi rekan bisnis bank dengan baik.

#### 1) Indikator Pelayanan

Pelayanan yang baik akan menimbulkan keinginan seorang nasabah dalam tetap setia dan loyal terhadap bank itu sendiri, dengan ada pelayanan yang baik tersebut maka pelayanan sendiri memiliki beberapa indikator yang telah dikembangkan dari pengertian pelayanan yang diuraikan (Ikatan Bankir Indonesia, 2014:75) yaitu:

- a) Kesiapan karyawan melayani pelanggan.
- b) Kecepatan karyawan merespon pelanggan.
- c) Kemudahan informasi untuk dimengerti.
- d) Kejelasan informasi.
- e) Kemauan karyawan untuk membantu pelanggan

#### 4. Persepsi Margin

##### a. Definisi Margin

Margin merupakan keuntungan bank dari akad murabahah yang dinyatakan dalam bentuk persentase tertentu yang ditetapkan oleh bank syariah. Pendapatan Margin atau Margin keuntungan merupakan tingkat perolehan keuntungan bank syariah dari harga jual objek murabahah yang ditawarkan bank syariah kepada nasabah. Semakin tinggi margin keuntungan yang diperoleh suatu bank maka semakin besar kemampuan bank untuk menyalurkan pembiayaan (Hosen, 2009).

Penetapan margin bank syariah diakui ataupun tidak sebenarnya masih mengikuti suku bunga dan inflasi. Suku bunga dan inflasi inilah

yang menjadi benchmarnya bank pada saat ini. Hal ini dikarenakan perbankan syariah belum mempunyai acuan tersendiri untuk dijadikan pedoman penentuan tingkat margin, dengan kata lain masih mengikuti perbankan konvensional (Rahmawati, 2007).

Menurut (Wiros, 2005), penentuan margin murabahah dapat dilakukan dengan dua pendekatan. Yaitu pendekatan pertama adalah pendekatan tukang sayur. Objek yang diperjual belikan dalam transaksi jual beli murabahah adalah komoditi. Sebagai penjual, bank syariah menawarkan harga jual berdasarkan harga pokok yang telah diinformasikan dengan jujur ditambah dengan keuntungan yang diharapkan dari nasabah selaku pembeli. Selanjutnya pembeli melakukan negosiasi atau tawar menawar sebesar harga pokok barang ditambah dengan keuntungan yang diinginkan. Sebagai ilustrasi dapat kita ambil contoh tawar penawar yang dilakukan oleh tukang sayur.

Bank yang bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli terlebih dahulu melakukan kesepakatan terhadap harga jual dan keuntungan dengan dilandasi keterbukaan., sehingga tidak terdapat pihak yang dirugikan. Pendekatan kedua adalah lending rate bank konvensional (menggunakan persentase). Pendekatan ini dipergunakan oleh bank syariah dalam menentukan margin, namun data atau komponen-komponen yang digunakan dalam proses menghasilkan persentase keuntungan berbeda dengan bank konvensional. Data atau komponen-komponen tersebut antara lain:

- 1) Ekspektasi bagi hasil, menggunakan data rata-rata bagi hasil yang lalu, yang diberikan bank syariah kepada pemilik dana ditambah dengan kenaikan yang akan diharapkan dan lebih akurat apabila data ini merupakan gabungan rata-rata bagi hasil beberapa bank.
- 2) Overhead Cost, merupakan rata-rata beban overhead riil

yang lalu, yang meliputi antara lain beban promosi, beban administrasi, beban personalia, dan beban ini tidak termasuk bagi hasil yang dibayar kepada nasabah.

- 3) Keuntungan, merupakan keuntungan normal dan layak diharapkan oleh bank syariah, dan keuntungan ini bukan spread seperti yang dilakukan bank konvensional.
- 4) Premi resiko, jika risk cost ini untuk menutup kegagalan nasabah yang tidak membayar, maka nasabah yang lancar harus dikembalikan (bukan sebagai pendapatan bank syariah).

Sedangkan Menurut (Karim, 2010), penetapan margin pembiayaan murabahah dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa komponen-komponen sebagai berikut:

- a) Direct Competitor's Market Rate (DCMR), yaitu merupakan tingkat margin rata-rata beberapa bank syariah atau tingkat margin rata-rata perbankan syariah, atau ditetapkan dalam rapat asset and liability committee (ALCO).
- b) Indirect Competitor's Market Rate (ICMR), yaitu tingkat rata-rata suku bunga perbankan konvensional.
- c) Expected Competitive Return for Investors (ECRI), yaitu target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.
- d) Acquiring cost, adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.
- e) Overhead cost, adalah biaya tidak langsung yang dikeluarkan oleh bank terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

#### b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin

Pendapatan Margin Murabahah Menurut Ahmad Gozali (2006:280) mendefinisikan pengertian pendapatan margin murabahah adalah sebagai berikut: “Pendapatan margin murabahah yaitu selisih antara harga beli dan harga jual yang merupakan keuntungan kotor dalam transaksi jual beli barang, margin tidak sama dengan bunga karena margin harus sudah ditentukan pada awal perjanjian dan tidak dapat berubah ditengah jalan.”

#### c. Indikator Margin

Untuk mendapatkan margin laba yang lebih tinggi, mungkin perlu melakukan beberapa perubahan. Sederhananya, diperlukan memangkas biaya-biaya dan meningkatkan penjualan untuk meningkatkan margin laba. Berikut langkah yang bisa untuk menghemat atau memangkas pengeluaran-pengeluaran yaitu:

- 1) Hilangkan atau ganti produk yang tidak “menjual”. Karena produk-produk ini hanya akan tertumpuk di gudang dan tidak menghasilkan uang.
- 2) Pitching vendor. Cari vendor atau pemasok yang memberikan penawaran terbaik dengan harga murah dan tentunya tidak mengorbankan kualitas produk.
- 3) Kurangi perlengkapan yang tidak diperlukan. Karena ini hanya akan menyebabkan pemborosan bagi bisnis. Anda bisa mencari solusi alternatif seperti menggunakan metode paperless. Selain memangkas biaya, ini merupakan langkah untuk peduli terhadap lingkungan alam.

### C. Pembentukan Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan dugaan awal atau kesimpulan sementara hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen sebelum dilakukan penelitian dan harus dibuktikan melalui

penelitian. Hipotesis dipakai untuk menentukan apakah jawaban teoritis yang terkandung dalam pernyataan hipotesis didukung oleh fakta yang dikumpulkan dan dianalisa dalam proses pengujian data (Supomo, 2011).

#### **D. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir dapat dijelaskan dalam penjelasan berikut berdasarkan objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan.

##### 1. Hubungan Variabel Presepsi Produk Terhadap Keputusan Nasabah

Produk merupakan suatu hal yang berperan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk memiliki karakteristik dan sifat yang beragam tergantung bagaimana produk tersebut berperan untuk memberikan kepuasan atau kebutuhan terhadap konsumen, sehingga membuat konsumen tertarik dan mengkonsumsi produk tersebut dalam kehidupan konsumen (Hermawan, Komunikasi Pemasaran, 2012, hal. 36). Produk perbankan merupakan salah satu faktor pemasti terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah pada suatu perbankan. Perbankan yang memberikan produk yang lebih kreatif dan inovatif merupakan nilai tawar terhadap ketertarikan nasabah untuk melakukan pembiayaan di perbankan tersebut. Daya tawar produk pada perbankan syari'ah terhadap nasabahnya juga dipengaruhi karena adanya sistem bagi hasil terhadap produk perbankan syari'ah tersebut (Lestari, 2015).

Akibat hubungan antara variabel tersebut maka diajukan:

H1= Presepsi Produk berpengaruh positif secara parsial terhadap

Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan di Bank BPD DIY Syariah.

##### 2. Hubungan Variabel Presepsi Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah

Suatu cara yang dapat ditempuh oleh perbankan untuk menarik nasabah terhadap keputusannya yaitu dengan memberikan pelayanan kepada para nasabahnya. Pemberian pelayanan yang maksimal dapat meningkatkan keputusan nasabah untuk menjadi nasabah pada perbankan

tersebut. Oleh karena itu, perhatian perbankan terhadap pelayanan merupakan suatu pemberian yang baik kepada para nasabahnya agar nasabah nyaman terhadap perbankan tersebut.

Konsep “service of excellent” memiliki 4 unsur terhadap pelayanan yaitu “kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan” (Ruslan, 2005, hal. 275). Adapun unsur tersebut merupakan kesatuan terhadap pelayanan yang terintegrasi, apabila salah satu unsur tersebut tidak tercapai maka pelayanan yang diberikan tidak baik. Maka perbankan syariah harus memiliki konsep agar nasabah mendapatkan pelayanan dengan baik ketika menabung. Pegawai perbankan syaria’ah harus memenuhi faktor tersebut yaitu memiliki tingkah laku yang sopan, santun, ramah dan dalam menyampaikan informasi kepada nasabah harus jelas dan tepat (Lestari, 2015).

Akibat hubungan antara kedua variabel tersebut maka diajukan:

H2 = Presepsi Pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan di Bank BPD DIY Syariah.

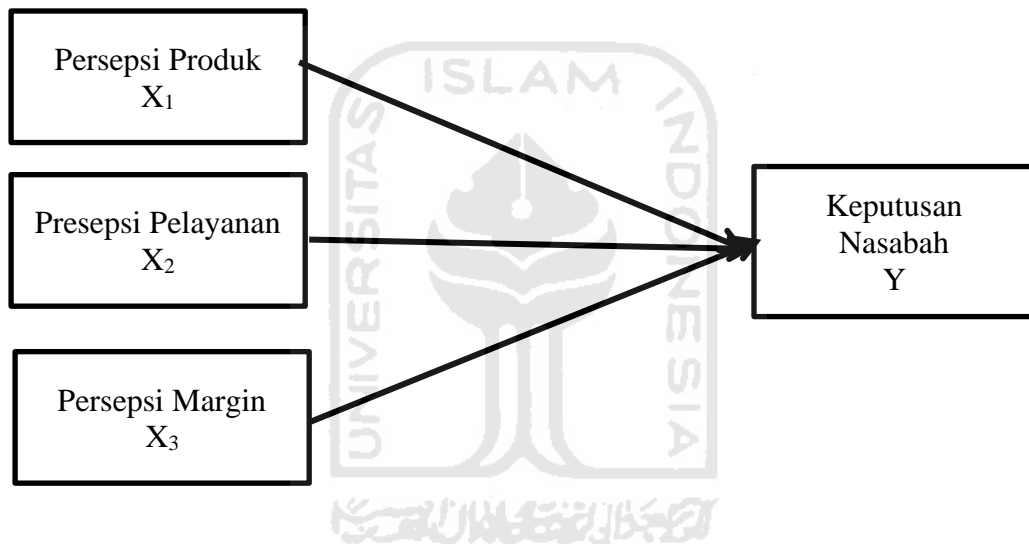
3. Hubungan Variabel Presepsi Margin Terhadap keputusan Nasabah Margin merupakan keuntungan bank dari akad murabahah yang dinyatakan dalam bentuk persentase tertentu yang ditetapkan oleh bank syariah. Pendapatan Margin atau Margin keuntungan merupakan tingkat perolehan keuntungan bank syariah dari harga jual objek murabahah yang ditawarkan bank syariah kepada nasabah. Semakin tinggi margin keuntungan yang diperoleh suatu bank maka semakin besar kemampuan bank untuk menyalurkan pembiayaan (Hosen, 2009).

Penetapan margin bank syariah diakui ataupun tidak sebenarnya masih mengikuti suku bunga dan inflasi. Suku bunga dan inflasi inilah yang menjadi benchmarnya bank pada saat ini. Hal ini dikarenakan perbankan syariah belum mempunyai acuan tersendiri untuk dijadikan pedoman penentuan tingkat margin, dengan kata lain masih mengikuti perbankan konvensional (Rahmawati, 2007).

Akibat hubungan antara kedua variabel tersebut maka diajukan:

H3= Presepsi Margin berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di Bank BPD DIY Syariah.

**Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Persepsi Margin Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah Di BANK BPD DIY Kantor Cabang Syariah**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik. Menurut Smith, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya terwujud bilangan (skor atau yang dianalisis menggunakan statistik) untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini mencakup kantor cabang Bank BPD DIY Syariah yang berlokasi di Yogyakarta yaitu BPD.DIY Syariah KCP UII Kaliurang, BPD Syariah KCP UMY Bantul, BPD DIY Syariah KCP Wonosari, BPD DIY Syariah KCP Kusumanegara, BPD DIY Syariah KCP Godean, BPD DIY Syariah KCP Cik Di Tiro.

#### **C. Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Adapun pelaksanaan penelitian ini dimulai sejak tanggal 28 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 15 November 2019 atau selama 15 hari.

#### **D. Obyek Penelitian**

Obyek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BPD DIY Syariah di Kantor Cabang BPD DIY Syariah.

#### **E. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan dari subyek/obyek penelitian. Populasi terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu yang diadakan suatu penelitian (Arikunto, 2006).



**Tabel 1.2**

Populasi dalam Penelitian ini adalah  
Nasabah Bank BPD DIY Syariah

No	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	50
2	Perempuan	50
JUMLAH		100

## 2. Sampel

Sampel adalah sejumlah individu yang diambil dari populasi yang mewakilinya. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Cluster Random Sampling. Teknik ini digunakan apabila ukuran populasinya tidak diketahui dengan pasti, sehingga tidak memungkinkan untuk dibuatkan kerangka samplingnya, dan keberadaanya tersebar secara geografis atau terhimpun dalam klaster-klaster yang berbeda-beda. Teknik ini dihitung berdasarkan perbandingan, digunakan apabila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen (sejenis) dan berstrata (bertahap) secara proporsional.

Oleh karena itu, Untuk memperoleh sampel yang representatif, pengambilan subjek atau objek dari setiap strata atau setiap wilayah ditentukan seimbang dengan banyak subjek atau objek dalam masing-masing strata atau wilayah. Dalam pengambilan sampel peneliti berpedoman pada Suharsimi Arikunto yang menyatakan bahwa apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika subyeknya besar (lebih dari 100 orang) dapat menggunakan sampel. Menurutnya sampel diambil antara 10 % - 15 % hingga 20 % - 25 %

atau bahkan boleh lebih dari 25 % dari jumlah populasi yang ada (Arikunto, 2006).

Untuk mengetahui Jumlah sampel yang akan digunakan peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

Keterangan:

n: Ukuran Sampel

N: Ukuran Populasi

e: persen kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel populasi (15%)

Maka:

$$n = \frac{200}{1 + 100(0,10)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + [100(0,010)]}$$

$$n = \frac{200}{2}$$

$$n = 100$$

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 nasabah

## F. Sumber Data

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

### a. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media prantara). Data pokok yang tertulis atau tercatat yang digunakan

sebagai bukti atau keterangan yang sah. Data primer ini didapat secara langsung melalui pengisian kuesioner terhadap para nasabah pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah.

### **G. Definisi operasional variable**

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari suatu konsep. Variabel terbagi menjadi dua yaitu variabel dependen dan variabel independen.

#### **1. Variabel dependen atau terikat (Y)**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah.

#### **2. Variabel independen atau bebas (X)**

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2012). Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi produk (X1), persepsi pelayanan (X2), persepsi Margin (X3).

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel dikemukakan sebagai berikut:

- a) Keputusan Nasabah (Y)
- b) Persepsi Produk (X1)
- c) Persepsi Pelayanan (X2)
- d) Persepsi Margin (X3)

**Table 1.3**

Tabel definisi operasional antara variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
Keputusan Nasabah (Y)	1.Pengenalan masalah. 2.Pencarian informasi. 3.Evaluasi berbagai alternatif. 4.Keputusan pembelian. 5.Perilaku pasca pembelian	Skala likert	Keller (2009)
Persepsi Produk (X1)	1.Pembiayaan dengan bagi hasil. 2.Ketepatan fungsi produk. 3.Kemudahan produk dipergunakan. 4.Harga pokok produk. 5.Keragaman produk. 6.Daya tarik produk.	Skala likert	Kotler (2010)
Persepsi Pelayanan (X2)	1.Kesiapan karyawan melayani pelanggan. 2.Kecepatan karyawan merespon pelanggan. 3.Kemudahan Informasi untuk dimengerti 4.Kejelasan informasi. 5.Kemauan karyawan untuk membantu pelanggan.	Skala likert	Ikatan Bankir Indonesia (2014)
Persepsi Margin (X3)	1.Direct Competitor's Market Rate (DCMR) 2.Indirect Competitor's Market Rate (ICMR)	Skala likert	Karim (2010)

	3.Expected Competitive Return for Investors (ECRI)		
	4.Acquiring cost		
	5.Overhead cost		

## H. Instrument penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisis hasil penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan secara tertulis yang diajukan kepada responden untuk memperoleh informasi. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner digital dari Google Formulir yang disebarkan melalui broadcasting. Kuesioner penelitian menggunakan skala Likert yaitu skala psikometrik yang menentukan tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Format skala disediakan dalam pilihan angka 0 sampai dengan 10. Angka nol dari sangat tidak setuju sampai angka 10 sangat setuju.

## I. Teknis Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda menggunakan software SPSS versi 21. Dalam prosesnya analisis regresi berganda juga dilakukan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Untuk uji hipotesis terdiri dari uji F dan uji t. Dilanjutkan dengan analisis dan interpretasi yang menghasilkan kesimpulan dan saran.

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

analisis yang digunakan untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah adalah metode regresi linier berganda dengan persamaan umum:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana keterangan:

Y = Keputusan Nasabah

a = Konstanta

X1 = Presepsi Kualitas Produk X2 = Presepsi Pelayanan

X3 = Presepsi Margin b = Koefisien Regresi e = Standar eror

### b. Uji Kualitas Data

#### 1) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ , jika koefisien product moment  $> r\text{-tabel}$  ( $\alpha ; n-2$ ) dengan  $n =$  jumlah sampel, nilai  $\text{sig} \leq \alpha$ .

#### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Ghazali (2006) mengatakan suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas menggunakan cronbach alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,60$ .

### c. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2006) terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik untuk melihat normalitas residual adalah dengan grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal atau metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain itu, jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Data yang berdistribusi normal, nilai signifikannya berada di atas 0,5.co

#### 2) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2006). Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

Tolerance mengukur variabilitas variabel

independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ ). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ .

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (Ghozali, 2006)

#### d. Statistika Deskriptif

Instrumen yang digunakan untuk menguji variabel yang diteliti dinamakan kuisisioner. Kuisisioner yang diisi sendiri oleh responden sangat menentukan kualitas keabsahan data penelitian. Hal tersebut dipengaruhi oleh keunggulan responden, kesungguhan responden, situasi lingkungan, dan alat pengukuran itu sendiri (Indriantoro dan Supomo, 2009). Statistik itu sendiri mengacu pada bagaimana menata atau mengorganisasi data, menyajikan, dan menganalisis data sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Statistik deskriptif umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif antara



lain: frekuensi, tendensi sentral (rata-rata, median, modus), dispersi (deviasi standard dan varian) dan koefisien korelasi antar variabel penelitian.

#### e. Uji Hipotesis

##### 1) Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Presepsi Produk, Presepsi Pelayanan, Presepsi Margin) secara Bersama – sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah). atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

##### 2) Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (Presepsi Produk, Presepsi Pelayanan, Presepsi Margin) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah). Dari Uji koefisien regresi secara parsial (Uji t) menghasilkan hipotesa:

**Ha diterima.** Apabila nilai koefisien regresi  $> 0$  dan nilai signifikansi  $t < 5\%$ .

**Ha ditolak,** apabila nilai koefisien regresi  $\leq 0$ . Atau nilai signifikansi  $t \geq 5\%$ .

#### J. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian terkait waktu penyelesaian skripsi yang terdiri dari seminar proposal skripsi, penelitian, dan ujian skripsi (munaqosah) yang akan penulis targetkan untuk penyelesaian kegiatan skripsi yang akan ditempuh minimal 3 bulan dan maksimal 6 bulan.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah faktor persepsi kualitas produk, persepsi pelayanan, dan persepsi margin mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil Pembiayaan Murabahah di Bank BPD DIY Syariah. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, analisis deskriptif, regresi linier berganda dan asumsi klasik.

#### A. Uji Kualitas data

##### 1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas alat ukur atau instrumen digunakan korelasi product moment. Suatu instrumen dinyatakan valid, jika nilai  $r$  hitung diatas  $r$  tabel. Hasil uji validitas dapat dirangkum pada Tabel 4.1. berikut ini:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item pertanyaan	$r$ hitung	$r$ table	Keterangan
Produk	X <sub>1.1</sub>	0.895	0.196	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0.941	0.196	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0.840	0.196	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0.840	0.196	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0.839	0.196	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0.805	0.196	Valid
Pelayanan	X <sub>2.1</sub>	0.893	0.196	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0.909	0.196	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0.922	0.196	Valid

	X <sub>2.4</sub>	0.825	0.196	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0.791	0.196	Valid
Persepsi Margin	X <sub>3.1</sub>	0.866	0.196	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0.831	0.196	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0.853	0.196	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0.842	0.196	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0.834	0.196	Valid
Keputusan nasabah	Y <sub>1.1</sub>	0.899	0.196	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0.858	0.196	Valid
	Y <sub>1.3</sub>	0.855	0.196	Valid
	Y <sub>1.4</sub>	0.727	0.196	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui besarnya  $r$  hitung dari seluruh butir nilainya diatas  $r$  tabel (0,1965), dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid atau sah.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Hasil uji reliabilitas dapat dirangkum seperti Tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2**

### Hasil pengujian reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Crobach	Nilai batas minimum	Keterangan
Produk	0.920	0.6	Reliabel
Pelayanan	0.919	0.6	Reliabel
Persepsi margin	0.894	0.6	Reliabel
Keputusan nasabah	0.856	0.6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2020

Hasil pengujian reliabilitas diketahui nilai koefisien Cronbach Alpha pada variabel persepsi produk sebesar 0,920, variabel pelayanan sebesar 0,919, variabel persepsi margin sebesar 0,894, dan variabel keputusan nasabah sebesar 0,856. Dengan demikian semua variabel penelitian memiliki nilai koefisien alpha cronbach  $> 0,6$ , artinya pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel.

## B. Analisis Deskriptif

### 1. Analisis Karakteristik Responden

#### a. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3  
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	50	50%
Perempuan	50	50%
Total	100	100.0%

Sumber: Data primer diolah, 2020

#### Jenis Kelamin



Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki dan perempuan sama besar yaitu

sebanyak 50 orang atau 50%

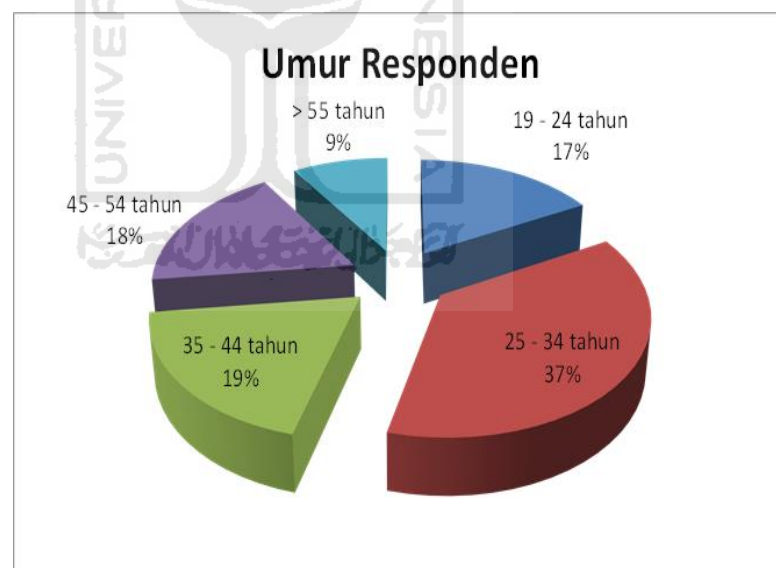
#### b. Umur Responden

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat ditunjukkan pada Tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Umur Responden	Jumlah orang	Persentase
19-24 Tahun	17	17%
25-34 Tahun	37	37%
35-44 Tahun	19	19%
45-54 Tahun	18	18%
>55 Tahun	9	9%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2020



Hasil distribusi frekuensi berdasarkan umur mayoritas antara 25 – 34 tahun yaitu sebanyak 37 orang atau 37%. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih berusia muda.

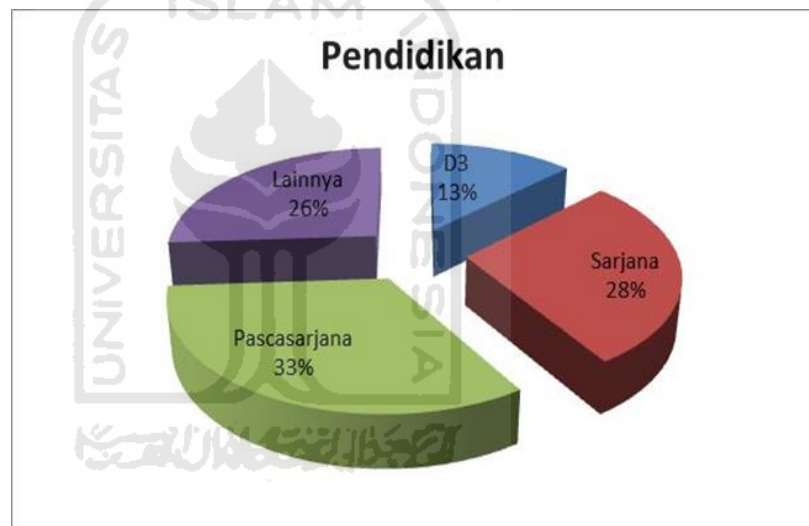
### c. Pendidikan Terakhir Responden

Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.5

**Tabel 4.5**  
**Pendidikan Responden**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
D3	13	13%
Sarjana	28	28%
Pascasarjana	33	33%
Lainnya	26	26%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2020



Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa pendidikan responden mayoritas pascasarjana yaitu sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendidikan tinggi.

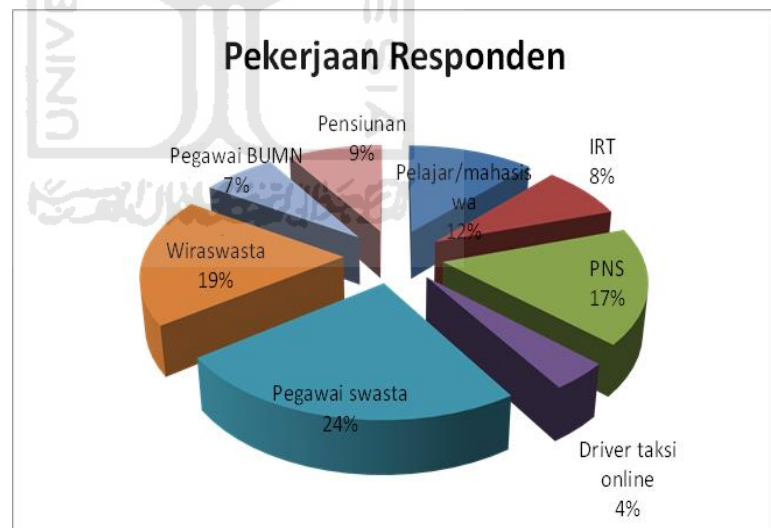
### d. Pekerjaan Responden

Diskripsi responden berdasarkan pekerjaan yang diperoleh melalui kuesioner secara rinci memiliki tingkat proporsi sebagai berikut:

**Tabel 4.6****Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan**

Pekerjaan responden	Jumlah orang	Persentase
Pelajar/mahasiswa	12	12%
IRT	8	8%
PNS	17	17%
Driver taksi online	4	4%
Pegawai Swasta	24	24%
Wiraswasta	19	19%
Pegawai BUMN	7	7%
Pensiunan	9	9%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2020



Hasil distribusi frekuensi berdasarkan pekerjaan mayoritas adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 24 orang atau 24%. Hal ini menunjukkan responden memiliki pekerjaan tetap dan membutuhkan jasa perbankan untuk menunjang aktivitas meupun pekerjaan.

### e. Penghasilan Responden

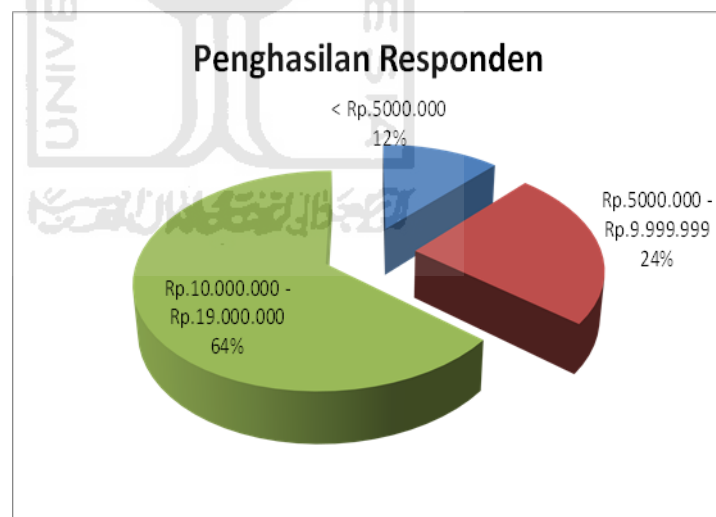
Diskripsi responden berdasarkan penghasilan yang diperoleh melalui kuesioner secara rinci memiliki tingkat proporsi sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

Penghasilan Responden	Jumlah orang	Persentase
<Rp.5000.000	12	12%
Rp.5000.000-Rp.9.999.999	24	24%
Rp. 10.000.000-Rp19.000.000	64	64%
	100	100%

**Sumber: Data Diolah,2020**



Hasil distribusi frekuensi berdasarkan penghasilan mayoritas adalah antara 10-19 juta yaitu sebanyak 64 orang atau 64%. Hal ini menunjukkan responden memiliki penghasilan yang tinggi.



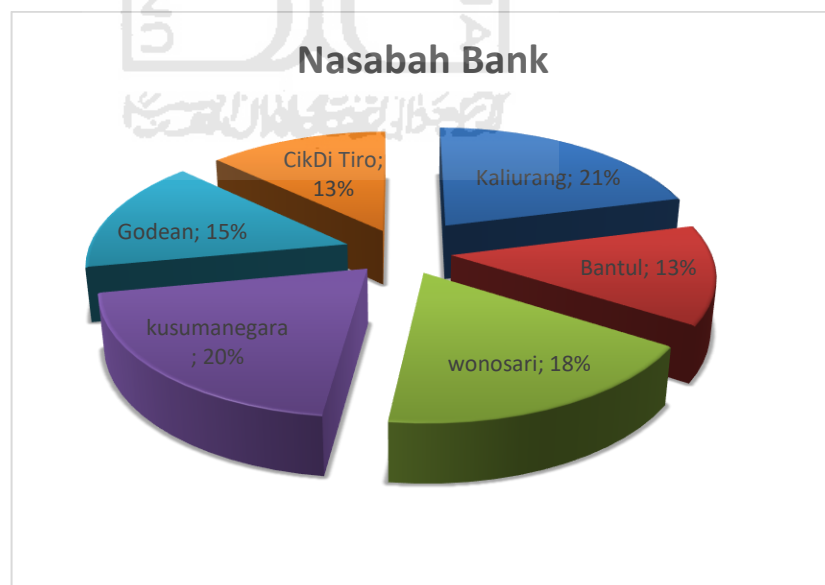
#### f. Nasabah Bank

Diskripsi responden berdasarkan nasabah yang diperoleh melalui kuesioner secara rinci memiliki tingkat proporsi sebagai berikut:

Tabel 4.8  
Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah Bank

Nasabah bank Responden	Jumlah Orang	Persentase
BPD.DIY Syariah KCP UII Kaliurang	21	21%
BPD Syariah KCP UMY Bantul	13	13%
BPD DIY Syariah KCP Wonosari	18	18%
BPD DIY Syariah KCP Kusumanegara	20	20%
BPD DIY Syariah KCP Godean	15	15%
BPD DIY Syariah KCP Cik Di Tiro	13	13%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah,2020



Hasil distribusi frekuensi berdasarkan bank syariah mayoritas responden menggunakan BPD Syariah DIY KCP UII Kaliurang yaitu sebanyak 21 orang atau 21%. Sedangkan yang menggunakan jasa BPD Syariah DIY KCP UMY Bantul sebesar 13%, KCP Wonosari sebanyak 18 orang atau 18%, BPD Syariah DIY KCP Kusumanegara yaitu sebanyak 20 orang atau 20%, BPD Syariah DIY KCP Godean yaitu sebanyak 15 orang atau 15%, BPD Syariah DIY KCP Cik Di Tiro yaitu sebanyak 13 orang atau 13%.

**1. Analisis persepsi nasabah terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan bank syariah**

Untuk menentukan persepsi responden terhadap variabel penelitian ditentukan pada nilai rata-rata yang berpedoman pada batasan-batasan sebagai berikut:

Skor persepsi terendah adalah: 1

Skor persepsi tertinggi adalah: 10

$$\text{Interval} = \frac{10-1}{5} = 1,8$$

Sehingga diperoleh batasan sikap adalah sebagai berikut:

1,00 – 2,8	=	Sangat Tidak Setuju
2,81 – 4,6	=	Tidak setuju
4,61 – 6,4	=	Cukup
6,41 – 8,2	=	Setuju
8,21 – 10,00	=	Sangat Setuju

**a. Variabel Persepsi Produk (X<sub>1</sub>)**

Persepsi produk terdiri dari 6 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif berdasarkan nilai rata – rata masing – masing indikator adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9. Deskriptif Persepsi Produk**

No Item	Indikator Persepsi produk	Mean	Kategori
P1	Presentase margin menguntungkan nasabah	8.02	Setuju
P2	Produk Pembiayaan murabah di Bank BPD DIY syariah, tepat sesuai yang butuhkan saat ini	8,49	Sangat Setuju
P3	Proses pencarian dana sangat mudah dan cepat	8,18	Setuju
P4	Cicilan Produk Pembiayaan cukup ringan	8,2	Sangat Setuju
P5	Memiliki produk yang beragam, menarik, dan inovatif	7.91	Setuju
P6	Produk pembiayaan menarik	8.12	Setuju
<b>Rata-rata total</b>		<b>8.15</b>	<b>Setuju</b>

**Sumber: Data Primer yang diolah 2020 (lampiran2)**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel persepsi produk adalah sebesar 8,15 yang masuk dalam kategori setuju, karena berada pada interval 6,41 – 8,20. Sedangkan persepsi tertinggi pada indikator produk pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah tepat sesuai yang butuhkan saat ini dengan rata-rata sebesar 8,49 dan persepsi terendah pada indikator Bank BPD DIY Syariah memiliki

produk-produk pembiayaan yang beragam, menarik, dan inovatif dengan rata – rata sebesar 7,91. Hal ini berarti responden telah memberikan persepsi yang sangat tinggi terhadap variabel persepsi produk. karena presentase nisbah menguntungkan, produk pembiayaan murabahah sesuai kebutuhan, proses pencairan dana mudah, cicilan ringan, dan produk – produk pembiayaan di Bank BPD Syariah mampu menarik konsumen.

**b. Variabel Persepsi Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Persepsi pelayanan terdiri dari 5 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif berdasarkan nilai rata – rata masing – masing indikator adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Deskriptif Persepsi Pelayanan**

No. Item	Indikator persepsi produk	Mean	Kategori
P1	Karyawan Bank BPD DIY syariah cepat dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan	8,38	Sangat Setuju
P2	Karyawan Bank BPD DIY Syariah mampu memberikan informasi yang jelas dan tidak meyesatkan	8,62	Sangat Setuju
P3	Setiap keluhan yang disampaikan pelanggan Bank BPD DIY Syariah dapat ditanggapi cepat dan segera menyelesaikannya	8,32	Sangat setuju
P5	Karyawan Bank BPD DIY Syariah siap membantu pelanggan yang mengalami masalah	8,70	Sangat setuju
<b>Rata-rata Total</b>		<b>8,47</b>	<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber: Data Primer yang diolah 2020**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel persepsi pelayanan adalah sebesar 8,47 yang masuk dalam kategori sangat setuju, karena berada pada interval 8,21 – 10,0. Sedangkan persepsi tertinggi pada indikator karyawan Bank BPD DIY Syariah siap membantu pelanggan yang mengalami masalah dengan rata-rata sebesar 8,70 dan persepsi terendah pada indikator karyawan Bank BPD DIY Syariah.

melakukan pelayanan dengan benar dan jarang terjadi kesalahan dengan rata – rata sebesar 8,32. Hal ini berarti responden telah memberikan persepsi yang sangat tinggi terhadap variabel pelayanan. karena karyawan cepat dalam memberikan pelayanan, mampu memberikan informasi yang jelas, setiap keluhan ditanggapi dengan cepat, dan karyawan siap membantu pelanggan yang mengalami masalah.

**c. Variabel Persepsi margin (X<sub>3</sub>)**

Persepsi margin terdiri dari 5 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif berdasarkan nilai rata – rata masing – masing indikator adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Deskriptif Persepsi Margin**

No Item	Indikator persepsi Produk	Mean	Kategori
P1	Margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di bank BPD DIY syariah cukup ringan dan bersaing dengan pasar secara langsung	8.22	Sangat Setuju
P2	Merasa margin yang ditetapkan memudahkan untuk melakukan perhitungan harga barang	8.22	Setuju

P3	Mengharapkan margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di bank BPD DIY Syariah tidak memberatkan	8.27	Sangat Setuju
P4	Margin yang di tetapkan pembiayaan murabahah di bank BPD DIY Syariah, mempengaruhi biaya perolehan dalam usaha	7.87	Setuju
P5	Margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah, mempengaruhi biaya overhead dalam usaha	7.70	Setuju
<b>Rata- rata Total</b>		<b>8.02</b>	<b>Setuju</b>

**Sumber: Data Primer yang diolah 2020 (Lampiran 2)**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel persepsi margin adalah sebesar 8,02 yang masuk dalam kategori setuju, karena berada pada interval 6,41 – 8,20 Sedangkan persepsi tertinggi pada indikator mengharapkan margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah tidak memberatkan dengan rata-rata sebesar 8,27 dan persepsi terendah pada indikator margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah, mempengaruhi biaya overhead dalam usaha dengan rata – rata sebesar 7,70. Hal ini berarti responden telah memberikan persepsi yang sangat tinggi terhadap variabel margin murabahah. karena margin yang ditetapkan cukup ringan, memudahkan dalam perhitungan harga barang, dan mempengaruhi biaya overhead serta keuntungan yang diperoleh nasabah.

**d. Variabel Minat Pembiayaan Murabahah (Y)**

Minat pembiayaan murabahah terdiri dari 4 item pertanyaan hasil analisis deskriptif berdasarkan nilai rata-rata masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Deskriptif Minat Pembiayaan murabahah**

<b>No Item</b>	<b>Indikator persepsi produk</b>	<b>Mean</b>	<b>Kategori</b>
P1	Berminat menggunakan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah tanpa berpindah ke bank atau BPRS lainnya.	8.35	Sangat Setuju
P2	Akan menggunakan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah jika suatu saat ingin mengajukan pembiayaan	8.52	Sangat Setuju
P3	Berminat merekomendasikan pembiayaan murabahah Bank BPD DIY Syariah kepada orang lain.	8.47	Sangat Setuju
P4	Lebih memilih untuk menggunakan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah dari pada produk pembiayaan lainnya yang ada.	8.16	Sangat Setuju
<b>Rata-rata Total</b>		<b>8.49</b>	<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber: Data Primer yang Diolah 2020 (Lampiran 2)**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel minat pembiayaan murabahah adalah sebesar 8,49 yang masuk dalam kategori sangat setuju, karena diatas nilai tengah 5. Sedangkan persepsi tertinggi pada indikator lebih memilih untuk menggunakan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah daripada produk pembiayaan lainnya yang ada dengan rata-rata sebesar 8,61 dan persepsi terendah pada indikator berminat menggunakan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah tanpa berpindah ke bank atau BPRS lainnya dengan rata – rata sebesar 8,35. Hal ini berarti responden telah memberikan persepsi yang sangat tinggi terhadap variabel minat pembiayaan murabahah. karena nasabah berminat menggunakan pembiayaan murabahah tanpa berpindah ke bank lainnya, merekomendasikan pembiayaan murabahah kepada orang lain.

### **C. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa dalam penelitian data yang dihasilkan memiliki distribusi normal serta tidak terdapat multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedasitas.

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas data tersebut dapat dilakukan melalui 3 cara yaitu menggunakan Uji Kolmogorof-Smirnov (Uji K-S), grafik histogram dan kurva penyebaran P-Plot. Untuk Uji K-S yakni jika nilai hasil Uji K-S > dibandingkan taraf signifikansi 0,05 maka sebaran data tidak menyimpang dari kurva normalnya itu uji normalitas.



**Tabel 4.13**  
**Deskriptif Minat Pembiayaan Murabahah**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

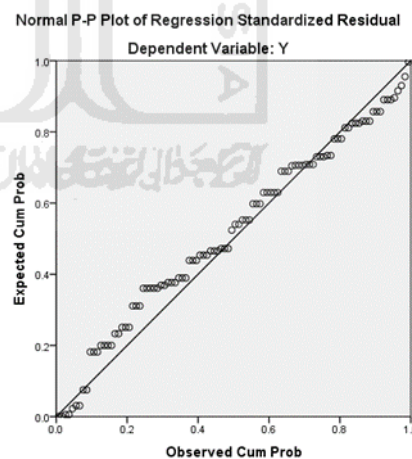
		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98473193
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.119
	Positive	.061
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		1.185
Asymp. Sig. (2-tailed)		.120

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

**Sumber: Data Primer yang diolah 2020**

Hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa residual hasil analisis regresi memiliki probabilitas sebesar  $0,120 > 0,05$ . Dengan demikian data berdistribusi normal.



Gambar 4.1. Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.1 menunjukkan bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data pada persamaan regresi berdistribusi normal

## 2. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil regresi variabel independen dan variabel dependen menghasilkan nilai Toleransi dan VIF pada kedelapan variabel bebasnya. Untuk membuktikan ada atau tidaknya pelanggaran multikolinieritas dapat digunakan Uji VIF yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 atau besarnya toleransi lebih dari 0,1.

**Table 4.14**  
**hasil Perhitungan Multikolinieritas**

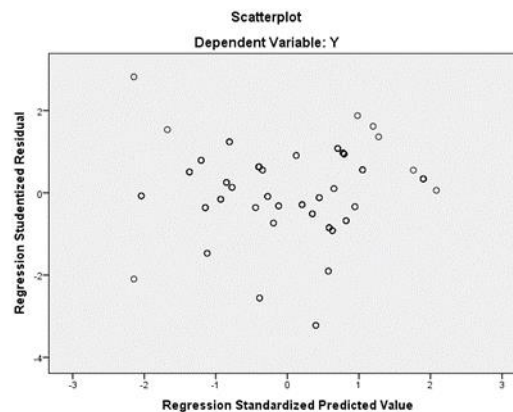
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Produk	0.420	2.383	Tidak terjadi multikolinieritas
Pelayanan	0.549	1.822	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Margin	0.521	1.918	Tidak terjadi multikolinieritas

**Sumber: Data Sekunder Diolah,2020**

Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model penelitian ini.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variasi residual tidak sama untuk semua pengamatan. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Untuk mendeteksi adanya gejala Heteroskedastisitas digunakan grafik Scatter Plot dan gletjser. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar grafik berikut:



Gambar 4.2. Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik yang terbentuk menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian demikian model yang diajukan dalam penelitian ini terbebas dari gejala Heteroskedastisitas.

#### D. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variabel Persepsi kualitas produk (X1), Persepsi pelayanan (X2), dan Persepsi margin (X3) yang mempengaruhi keputusan nasabah dilihat dalam tabel 4.12 berikut:

**Tabel 4.15**

**Hasil Regresi Faktor – Faktor Mempengaruhi Keputusan nasabah**

Variabel Independen	Koefisian Regresi	t-hitung	Probabilitas
Konstanta	1.862		
Persepsi kualitas produk	0.301	3.883	0.000
Persepsi pelayanan	0.185	2.469	0.015
Persepsi margin	0.324	5.439	0.000

F hitung	72,939		
Sig F	0.000		
<i>Adj.R square</i>	0.686		

**Sumber: Data hasil regresi, 2020**

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.862 + 0,301X_1 + 0,185X_2 + 0,324X_3 + e$$

Berdasarkan berbagai parameter dalam persamaan regresi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

1) Konstanta (Koefisien a)

Nilai konstanta sebesar 1.862 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang mempengaruhi keputusan nasabah maka keputusan nasabah akan sebesar 1,862.

2) Koefisien persepsi kualitas produk ( $b_1$ )

Persepsi kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah, dengan koefisien regresi sebesar 0,301. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara persepsi kualitas produk dan keputusan nasabah menunjukkan hubungan yang searah. Faktor persepsi kualitas produk semakin baik mengakibatkan keputusan nasabah juga akan meningkat, begitu pula dengan faktor persepsi kualitas produk yang semakin menurun maka keputusan nasabah juga akan menurun.

3) Koefisien persepsi pelayanan ( $b_2$ )

Persepsi pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah, dengan koefisien regresi sebesar 0,301. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara Persepsi pelayanan dan

keputusan nasabah menunjukkan hubungan yang searah. Persepsi pelayanan semakin baik mengakibatkan keputusan nasabah juga akan meningkat, begitu pula dengan Persepsi pelayanan yang buruk maka keputusan nasabah akan menurun.

4) Koefisien Persepsi margin ( $b_3$ )

Persepsi margin ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah, dengan koefisien regresi sebesar 0,324. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara Persepsi margin dan keputusan nasabah menunjukkan hubungan yang searah. Persepsi margin semakin baik mengakibatkan keputusan nasabah juga akan meningkat, begitu pula dengan Persepsi margin yang semakin menurun maka keputusan nasabah juga akan menurun.

## E. Uji Hipotesis

### 1. Pengujian Hipotesis (Uji Parsial)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui nilai sig t untuk masing-masing variabel bebasnya telah diketahui dan dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah dengan cara membandingkannya dengan tingkat signifikansi 0,05.

#### a. pengujian t hitung pada Variabel Persepsi kualitas produk ( $X_1$ )

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Persepsi kualitas produk ( $X_1$ ) terdapat nilai sig t sebesar 0,000 yang berarti p value  $< 0,05$ . Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh variabel persepsi kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan

murabahah di Bank BPD DIY Kantor Cabang Syariah. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “H1 = Persepsi Produk berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan di Bank BPD DIY Syariah,” **dapat diterima.**

**b. Pengujian t hitung pada Variabel Persepsi pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Persepsi pelayanan (X<sub>2</sub>) terdapat nilai sig t sebesar 0,015 yang berarti p value < 0,05. Nilai tersebut dapat membuktikan H<sub>0</sub> diterima yang berarti ada pengaruh variabel persepsi pelayanan secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “H2 = Persepsi Pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan di Bank BPD DIY Syariah”, **dapat diterima.**

**c. Pengujian t hitung pada Variabel Persepsi margin (X<sub>3</sub>)**

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Persepsi margin (X<sub>3</sub>) terdapat nilai sig t sebesar 0,000 yang berarti p value < 0,05. Nilai tersebut dapat membuktikan H<sub>0</sub> ditolak yang berarti ada pengaruh variabel Persepsi margin secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “H3 = Persepsi Margin berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan di Bank BPD DIY Syariah”, **dapat diterima.**

## 2. Uji F (Uji Serentak)

Hasil uji F seperti pada tabel 4.12 diperoleh Fhitung sebesar 72,939 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $\text{Sig F} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serentak variabel persepsi kualitas produk, persepsi pelayanan, dan persepsi margin terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan “ $H_4$ : Persepsi Produk, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Margin memiliki pengaruh positif secara bersama-sama terhadap pengambil Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan di Bank BPD DIY Syariah” **dapat diterima**.

Untuk mengetahui besar dan kecilnya pengaruh variabel-variabel bebas secara terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya adjusted R square. Hasil koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada tabel 4.12 dapat diketahui besarnya koefisien determinasi (Adj.R Square) = 0,686 yang menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempunyai mempengaruhi terhadap variabel tidak bebas sebesar 68,6% sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak masuk dalam model, misalnya fasilitas, promosi, dan variabel lainnya.

## F. Pembahasan dan Implikasi

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel persepsi produk, persepsi pelayanan, dan persepsi margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada pembiayaan murabahah BPD Syariah Cabang Yogyakarta dan besarnya pengaruh ketiga variabel bebas adalah sebesar 68,6% sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya.

### 1. Pengaruh Persepsi Produk terhadap Keputusan nasabah

Persepsi kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada pembiayaan murabahah Bank BPD

DIY Syariah. Artinya semakin baik persepsi produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah pada pembiayaan murabahah Bank BPD DIY Syariah dan sebaliknya semakin rendah persepsi produk semakin rendah pula keputusan nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Megawaty (2012) yang menyimpulkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Cabang Makassar.

Produk merupakan suatu hal yang berperan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk memiliki karakteristik dan sifat yang beragam tergantung bagaimana produk tersebut berperan untuk memberikan kepuasan atau kebutuhan terhadap konsumen, sehingga membuat konsumen tertarik dan mengkonsumsi produk tersebut dalam kehidupan konsumen (Hermawan, Komunikasi Pemasaran, 2012, hal. 36). Produk perbankan merupakan salah satu faktor pemasti terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah pada suatu perbankan. Perbankan yang memberikan produk yang lebih kreatif dan inovatif merupakan nilai tawar terhadap ketertarikan nasabah untuk melakukan pembiayaan di perbankan tersebut. Daya tawar produk pada perbankan syari'ah terhadap nasabahnya juga dipengaruhi karena adanya sistem bagi hasil terhadap produk perbankan syari'ah tersebut (Lestari, 2015)

## **2. Pengaruh Persepsi pelayanan terhadap Keputusan nasabah**

Persepsi pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada pembiayaan murabahah Bank BPD DIY. Artinya semakin baik persepsi pelayanan maka semakin tinggi pula keputusan nasabah pada pembiayaan murabahah Bank BPD DIY dan sebaliknya semakin rendah persepsi pelayanan semakin rendah pula keputusan nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Nurul Inayah (2017) yang



menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada BPRS Puduarta Insani Sumatera Utara.

Suatu cara yang dapat ditempuh oleh perbankan untuk menarik nasabah terhadap keputusannya yaitu dengan memberikan pelayanan kepada para nasabahnya. Pemberian pelayanan yang maksimal dapat meningkatkan keputusan nasabah untuk menjadi nasabah pada perbankan tersebut. Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik atau sangat baik dan layanan yang prima. Pelayanan prima disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku. Pengertian ini dapat diperluas menjadi bagaimana pihak pemberi layanan memberikan layanan secara maksimal kepada nasabah dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini akan menimbulkan kesan yang baik bagi nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadi rekan bisnis bank dengan baik. Oleh karena itu, perhatian perbankan terhadap pelayanan merupakan suatu pemberian yang baik kepada para nasabahnya agar nasabah nyaman terhadap perbankan tersebut.

Konsep “service of excellent” memiliki 4 unsur terhadap pelayanan yaitu “kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan” (Ruslan, 2005, hal. 275). Adapun unsur tersebut merupakan kesatuan terhadap pelayanan yang terintegrasi, apabila salah satu unsur tersebut tidak tercapai maka pelayanan yang diberikan tidak baik. Maka perbankan syariah harus memiliki konsep agar nasabah mendapatkan pelayanan dengan baik ketika menabung. Pegawai perbankan syari’ah harus memenuhi faktor tersebut yaitu memiliki tingkah laku yang sopan, santun, ramah dan dalam menyampaikan informasi

kepada nasabah harus jelas dan tepat (Lestari, 2015).

### **3. Pengaruh Persepsi margin terhadap Keputusan nasabah**

Persepsi margin memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada pembiayaan murabahah Bank BPD DIY. Artinya semakin baik persepsi margin maka semakin tinggi pula keputusan nasabah pada pembiayaan murabahah Bank BPD DIY dan sebaliknya semakin rendah persepsi margin semakin rendah pula keputusan nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Putri Sulistyanigrum (2017) yang menyimpulkan bahwa persepsi margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi kasus pada BMT An- Naafi Cabang Teras Kabupaten Boyolali).

Margin merupakan keuntungan bank dari akad murabahah yang dinyatakan dalam bentuk persentase tertentu yang ditetapkan oleh bank syariah. Pendapatan Margin atau Margin keuntungan merupakan tingkat perolehan keuntungan bank syariah dari harga jual objek murabahah yang ditawarkan bank syariah kepada nasabah. Semakin tinggi margin keuntungan yang diperoleh suatu bank maka semakin besar kemampuan bank untuk menyalurkan pembiayaan (Hosen, 2009).

Penetapan margin bank syariah diakui ataupun tidak sebenarnya masih mengikuti suku bunga dan inflasi. Suku bunga dan inflasi inilah yang menjadi benchmarnya bank pada saat ini. Hal ini dikarenakan perbankan syariah belum mempunyai acuan tersendiri untuk dijadikan pedoman penentuan tingkat margin, dengan kata lain masih mengikuti perbankan konvensional (Rahmawati, 2007).

#### 4. **Pengaruh Persepsi Produk, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Margin terhadap Keputusan Nasabah**

Hasil analisis menggunakan uji F menemukan bahwa ada pengaruh secara serentak variabel persepsi kualitas produk, persepsi pelayanan, dan persepsi margin terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah. Sedangkan besarnya pengaruh ketiga variabel bebas tersebut terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah adalah sebesar 68,6% dan sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak masuk dalam model, misalnya fasilitas, promosi, dan variabel lainnya.

Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi nasabah terhadap produk yang baik, pelayanan yang memuaskan dan margin yang menguntungkan akan berkontribusi besar terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY. Perbankan yang memberikan produk yang lebih kreatif dan inovatif merupakan nilai tawar terhadap ketertarikan nasabah untuk melakukan pembiayaan di perbankan tersebut. Produk tersebut misalnya produk pembiayaan dengan bagi hasil yang menguntungkan, memiliki ketepatan fungsi produk, mudah dalam penggunaan, harga pokok yang rendah, adanya variasi atau pilihan yang beragam serta memiliki daya tarik dibandingkan produk perbankan konvensional.

Begitu juga dengan pelayanan perbankan yang mampu memenuhi harapan nasabah, sehingga nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan dan hal ini tentunya akan mendorong pada keputusan nasabah. Layanan yang baik ditunjukkan dengan kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan merespon permintaan pelanggan, mudah dalam mencari informasi yang mudah dimengerti dan jelas

informasinya serta ada kesediaan untuk membantu pelanggan. Masalah-masalah pelayanan ini jika mampu memberikan kepuasan bagi nasabah, akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan mengambil pembiayaan murabahah.

Sementara margin keuntungan merupakan margin yang ditetapkan bank terhadap aspek bagi hasil. Margin keuntungan ini merupakan tingkat perolehan keuntungan bank syariah dari harga jual objek murabahah yang ditawarkan bank syariah kepada nasabah. Semakin tinggi margin keuntungan yang diperoleh suatu bank maka semakin besar kemampuan bank untuk menyalurkan pembiayaan. Margin keuntungan yang menguntungkan nasabah jika margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY Syariah cukup ringan dan bersaing dengan pasar secara langsung, memudahkan untuk melakukan perhitungan harga barang, margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah tidak memberatkan, mempengaruhi biaya perolehan dalam usahanya dan mampu mempengaruhi biaya overhead dalam usahanya. Hal ini tentukan akan mendorong terhadap keputusan pembeliannya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Faktor persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah pembiayaan murabahah Bank BPD DIY. Artinya semakin baik persepsi kualitas produk maka keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan Murabahah juga semakin meningkat.
2. Persepsi pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah pembiayaan murabahah Bank BPD DIY. Artinya semakin baik persepsi pelayanan keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan Murabahah semakin meningkat.
3. Persepsi margin berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah pembiayaan murabahah Bank BPD DIY. Artinya semakin baik persepsi margin maka keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan Murabahah juga semakin meningkat.
4. Persepsi Produk, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Margin memiliki pengaruh positif secara bersama-sama terhadap pengambilan Keputusan Nasabah dalam mengambil Pembiayaan di Bank BPD DIY. Sedangkan besarnya pengaruh ketiga variabel bebas tersebut terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan murabahah di Bank BPD DIY adalah sebesar 68,6% dan sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak masuk dalam model, misalnya fasilitas, promosi, dan variabel lainnya.

## B. Saran

1. Bagi Bank Syariah sebaiknya memperhatikan faktor persepsi margin karena terbukti mempengaruhi nasabah. Hendaknya dalam menetapkan margin pembiayaan tidak lebih tinggi dari bank konvensional, dan ditetapkan berdasarkan data rata-rata bagi hasil yang lalu, dan ditambah dengan kenaikan yang akan diharapkan. Bank BPD DIY Syariah sebaiknya tidak menetapkan harga pokok yang tinggi, sehingga tidak mempengaruhi biaya overhead dalam usaha.
2. Perlu ditambahkan variable lain yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan bank syariah, misalnya pengetahuan, emosional, rasional dan lain – lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anna Maria Anggraini. *Penggunaan Bukti Ekonomi Dalam Kartel Berdasarkan Hukum Pesaingan Usaha*, Jurnal Hukum PRIORIS, Vol. 3, 2013.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta, 2006.
- Azmi, A. A., & Fauzy, R. M. (*Alasan Nasabah Non muslim Memilih Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya)*). JESTT. 2015.
- Barnes, James G. *Secrets Of Customer Relationship Management*, ANDI, Yogyakarta, 2013.
- Ferdyant, Ferly, Ratna Anggraini, dan Erika Takidah. *Pengaruh Kualitas Penerapan Good Corporate Governance (GCG) Dan Risiko Pembiayaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perbankan Syariah*. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis, Vol.1 No.2. 2014.
- Flavian dan Giunaliu. "Measure on web usability Website". *Journal of Computer Information Systems*. 48 (No.1) hal 17-23, 2007.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Hamsyi, N. F. *Analisis Penentuan Margin Pembiayaan Murabahah pada PT. Bank Syariah X Cabang Pontianak*. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, 2017.
- Hadi, Achsien I. *Investasi Syari'ah di Pasar Modal*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Hermawan, A. Dalam A. Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (hal. 36). Jakarta: Erlangga, 2012.
- Hosen. In *Dasar - Dasar Manajemen Bank Syariah* (p. 104). Jakarta: Alva Bet, 2009.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Memahami Audit Intern Bank*. Edisi Pertama.

- Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.*
- Karim, A. *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kashmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Keller. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo, 2001.
- Lestari, A. M. *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah*, 2015.
- Lubis, Irwan. *OJK: Kredit Perbankan Tumbuh Maksimal 16 Persen*. 2014.
- Mowen dan Minor. *Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima (terjemahan)*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Novianti. *Sinkronisasi Pengaturan Status Kepemilikan Barang Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, 2013.
- Peppers, Don, and Marta Rogers. *Managing Customer Relationship*. Canada: willey, 2004.
- Rahmawati, A. *Ekonomi Syariah: Tinjauan Kritis Produk Murabahah Dalam Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jurnal LA-Riba, Volume 1 No 2, 2007.
- Rezeki. *Akad Pembiayaan Murabahah dan Praktiknya pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Manado*, 19 – 31, 2013.
- Ruslan, R. In R. Ruslan, *Management Public Relations* (p. 275). Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Smith, A Jonathan, *Psikologi Kualitatif, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 8, Cetakan kedelapan. Bandung: CV.Alfabeta, 2012.
- Sunyoto, Danang. *Analisis Data Ekonomi Dengan Menggunakan SPSS*, Cetakan I, Jakarta: PT INDEKS, 2014.



Supomo, Bambang dan Indriantoro, Nur . *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, 2009.

BPFE, Yogyakarta. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta, 2011.

Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Andy Yogyakarta.(2014). Pemasaran Jasa: Perinsip, Penerapan dan Penelitian. Ed.01, XXIV* Yogyakarta, 2000.

Andi. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun (2008) Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun (2008) Tentang Perbankan Syariah*.

Wahyuningsih A. dan Anugraheni V . *Efektifitas Kompres Hangat Dalam Menurunkan Intensitas Nyeri Dysmenorrhea Pada Mahasiswi Stikes RS Baptis Kediri. Jurnal STIKES. Vol 6. No: 1 Juli (2013).*

[www.Bpddiy.co.id](http://www.Bpddiy.co.id). Yogyakarta, 2017.

Wiroso. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press, 2005.

Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, dan Siti Hamidah Rustiana. *Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (studi kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)*. Jurnal Riset Manajemen&Bisnis, Vol. 1 No. 1, 2016.

<http://m.tribunnews.com/bisnis/2014/08/15/ojk-kredit-perbankan-tumbuh-maksimal-16-persen>.

[www.lps.go.id/ketentuan-terkait/-/asset\\_publisher/nZ5y/content/uu-21-th-2008-perbankan-syariah](http://www.lps.go.id/ketentuan-terkait/-/asset_publisher/nZ5y/content/uu-21-th-2008-perbankan-syariah), 2008).

## LAMPIRAN

### Kuesioner Penelitian

Yth. Bapak/Ibu Nasabah Bank BPD DIY Kantor Cabang Syariah,

Saya Marhaban mahasiswa Universitas Islam Indonesia dan saat ini saya sedang menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi gelar kesarjanaan. Judul dari skripsi saya adalah Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Presepsi Margin Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan murabahah Di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengetahui factor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah Di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta.

Kuesioner ini berlangsung selama kurang lebih 5-8 menit dan saya tidak akan meminta data-data terkait rekening atau data transaksi. Semua jawaban bersifat pribadi dan jawaban akan terjamin kerahasiaannya. Saya sangat berharap bantuan dari Bapak/Ibu sekalian untuk dapat meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu rasakan saat ini.

Terima kasih atas dukungan dan partisipasi Bapak/Ibu sekalian.

#### A. Bagian Demografi

Mohon Bapak/Ibu memberi informasi terkait data demografik untuk memastikan bahwa responden penelitian ini benar mempresentasikan populasi secara keseluruhan. Mohon untuk memberi tanda ceklist (√) pada kolom yang disediakan.

Jenis kelamin

=  Laki-laki  Perempuan

Usia

=  <18 tahun

=  19 – 24 tahun

=  25 – 34 tahun

=  35 – 44 tahun

=  45 – 54 tahun

=  > 55 tahun

#### Pendidikan terakhir

=  Sekolah Dasar/Menengah

=  Akademi/D3

=  Sarjana

=  Pascasarjana

=  Lainnya

#### Pekerjaan

=  Pelajar/Mahasiswa

=  Rumah Tangga

=  PNS/Pemda

=  Driver Taksi Online

=  Pegawai Swasta

=  Wiraswasta

=  Pekerja BUMN

=  Pensiunan

=  Lainnya

#### Rata-rata penghasilan per bulan

=  <Rp5.000.000

=  Rp5.000.000 – Rp9.999.999

=  Rp10.000.000 – Rp19.999.999

=  Rp20.000.000 – Rp29.999.999

=  > Rp30.000.000

Nasabah BPD DIY Syariah Kantor Cabang

- =  BPD DIY Syariah KCP UII Kaliurang
- =  BPD DIY Syariah KCP UMY Bantul
- =  BPD DIY Syariah KCP Wonosari
- =  BPD DIY Syariah KCP Kusumanegara
- =  BPD DIY Syariah KCP Godean

Nasabah pembiayaan Murabahah Di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta

- =  Ya  Tidak

#### B. Bagian Faktor-Faktor

Factor-faktor yang mungkin memengaruhi minat anda dalam mengajukan pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta. Mohon berikan skor persetujuan atau ketidakpersetujuan atas pernyataan dibawah ini dengan melingkari, mulai skor terendah dari angka 1 sampai dengan skor tertinggi yaitu angka 10

#### Contoh pengisian

NO	PERTANYAAN	Penilaian
1	Presentase nisbah bagi hasil produk pembiayaan murabahah BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta menguntungkan nasabah	0 1 2 3 4 5 6 7 <b>8</b> 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju

### Persepsi Produk (X1)

NO	PERTANYAAN	Penilaian
1	Presentase nisbah bagi hasil produk pembiayaan murabahah BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta menguntungkan nasabah	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
2	Produk Pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta, tepat sesuai yang saya butuhkan saat ini	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
3	Proses pencairan dana pada Pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta, sangat mudah dan cepat.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
4	Cicilan produk pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta, cukup ringan.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
5	BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta memiliki produk-produk pembiayaan yang beragam, menarik, dan inovatif.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
6	Produk-produk pembiayaan BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta menarik bagi saya.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju

### Persepsi Pelayanan Syariah (X2)

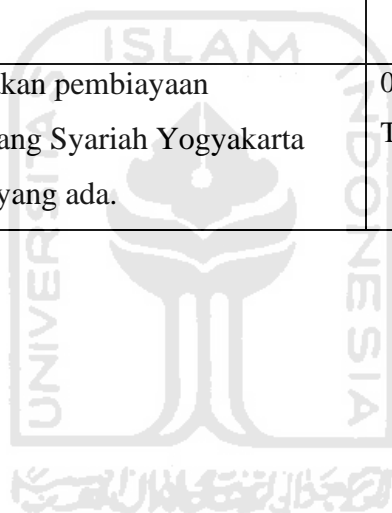
NO	PERTANYAAN	Penilaian
1	Karyawan BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta cepat dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
2	Karyawan BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta mampu memberikan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
3	Setiap keluhan yang disampaikan pelanggan BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta dapat ditanggapi cepat cepat dan segera menyelesaikannya	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
4	Karyawan BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta melakukan pelayanan dengan benar dan jarang terjadi kesalahan	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
5	Karyawan BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta siap membantu pelanggan yang mengalami masalah	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju

### Persepsi Margin Murabahah (X3)

NO	PERTANYAAN	Penilaian
1	Margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta cukup ringan dan bersaing dengan pasar secara langsung	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
2	Saya merasa, margin yang ditetapkan memudahkan saya untuk melakukan perhitungan harga barang	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
3	Saya mengharapkan margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta tidak memberatkan	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
4	Margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta, mempengaruhi biaya perolehan dalam usaha saya	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
5	Margin yang ditetapkan pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta, mempengaruhi biaya overhead dalam usaha saya	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju

### Minat Pembiayaan murabahah (Y)

NO	PERTANYAAN	Penilaian
1	Saya berminat menggunakan pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta tanpa berpindah ke bank atau BPRS lainya.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
2	Saya akan menggunakan pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta jika suatu saat ingin mengajukan pembiayaan.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
3	Saya berminat merekomendasikan pembiayaan murabahah BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta kepada orang lain.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju
4	Saya lebih memilih untuk menggunakan pembiayaan murabahah di BPD DIY Kantor Cabang Syariah Yogyakarta daripada produk pembiayaan lainya yang ada.	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju Sangat Setuju



## DATA

### HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

#### Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Tot
<b>Pearson Correlation</b>	<b>1</b>	<b>.866**</b>	<b>.758**</b>	<b>.789**</b>	<b>.594**</b>	<b>.649**</b>	<b>.895**</b>
<b>X1.1 Sig. (2-tailed)</b>		<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>
<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Pearson Correlation</b>	<b>.866**</b>	<b>1</b>	<b>.799**</b>	<b>.789**</b>	<b>.742**</b>	<b>.702**</b>	<b>.941**</b>
<b>X1.2 Sig. (2-tailed)</b>	<b>.000</b>		<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>
<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Pearson Correlation</b>	<b>.758**</b>	<b>.799**</b>	<b>1</b>	<b>.631**</b>	<b>.633**</b>	<b>.519**</b>	<b>.840**</b>
<b>X1.3 Sig. (2-tailed)</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>		<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>
<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Pearson Correlation</b>	<b>.789**</b>	<b>.789**</b>	<b>.631**</b>	<b>1</b>	<b>.603**</b>	<b>.581**</b>	<b>.840**</b>
<b>X1.4 Sig. (2-tailed)</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>		<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>
<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Pearson Correlation</b>	<b>.594**</b>	<b>.742**</b>	<b>.633**</b>	<b>.603**</b>	<b>1</b>	<b>.674**</b>	<b>.839**</b>
<b>X1.5 Sig. (2-tailed)</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>		<b>.000</b>	<b>.000</b>
<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Pearson Correlation</b>	<b>.649**</b>	<b>.702**</b>	<b>.519**</b>	<b>.581**</b>	<b>.674**</b>	<b>1</b>	<b>.805**</b>
<b>X1.6 Sig. (2-tailed)</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>		<b>.000</b>
<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Pearson Correlation</b>	<b>.895**</b>	<b>.941**</b>	<b>.840**</b>	<b>.840**</b>	<b>.839**</b>	<b>.805**</b>	<b>1</b>
<b>Tot Sig. (2-tailed)</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	<b>.000</b>	
<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

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



## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	6

## Correlations

## Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Tot	
X2.1	Pearson Correlation	1	.784**	.796**	.647**	.641**	.893**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.784**	1	.792**	.715**	.648**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.796**	.792**	1	.713**	.688**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.647**	.715**	.713**	1	.501**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.641**	.648**	.688**	.501**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.893**	.909**	.922**	.825**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
	<b>Valid</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>
<b>Cases</b>	<b>Excluded<sup>a</sup></b>	<b>0</b>	<b>.0</b>
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

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

**Reliability Statistics**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.919</b>	<b>5</b>

## Correlations

## Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Tot	
X3.1	Pearson Correlation	1	.829**	.821**	.550**	.549**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.829**	1	.761**	.508**	.518**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.821**	.761**	1	.570**	.509**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.550**	.508**	.570**	1	.842**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.549**	.518**	.509**	.842**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.866**	.831**	.853**	.842**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

	N	%
Valid	100	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	5

## Correlations

## Correlations

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Tot	
Y1.1	Pearson Correlation	1	.681**	.717**	.596**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.681**	1	.743**	.434**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.717**	.743**	1	.404**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.596**	.434**	.404**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.899**	.858**	.855**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

	N	%
<b>Valid</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>
<b>Cases Excluded<sup>a</sup></b>	<b>0</b>	<b>.0</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

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

**Reliability Statistics**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.856</b>	<b>4</b>

## HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 <sup>a</sup>	.695	.686	.47921

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.251	3	16.750	72.939	.000 <sup>b</sup>
	Residual	22.046	96	.230		
	Total	72.297	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1



Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.862	.493		3.775	.000
	X1	.301	.078	.338	3.883	.000
	X2	.185	.075	.188	2.469	.015
	X3	.324	.060	.425	5.439	.000

a. Dependent Variable: Y



**HASIL PROFIL RESPONDEN****Frequencies****Jenis kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki - laki	50	50.0	50.0	50.0
Valid Perempuan	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19 - 24 tahun	17	17.0	17.0	17.0
25 - 34 tahun	37	37.0	37.0	54.0
35 - 44 tahun	19	19.0	19.0	73.0
45 - 54 tahun	18	18.0	18.0	91.0
> 55 tahun	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
D3	13	13.0	13.0	13.0
Sarjana	28	28.0	28.0	41.0
Valid Pascasarjana	33	33.0	33.0	74.0
Lainnya	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pelajar/mahasiswa</b>	12	12.0	12.0	12.0
<b>IRT</b>	8	8.0	8.0	20.0
<b>PNS</b>	17	17.0	17.0	37.0
<b>Driver taksi online</b>	4	4.0	4.0	41.0
<b>Pegawai swasta</b>	24	24.0	24.0	65.0
<b>Wiraswasta</b>	19	19.0	19.0	84.0
<b>Pegawai BUMN</b>	7	7.0	7.0	91.0
<b>Pensiunan</b>	9	9.0	9.0	100.0
<b>Total</b>	100	100.0	100.0	

**Penghasilan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>&lt; Rp.5000.000</b>	12	12.0	12.0	12.0
<b>Rp.5000.000</b>	12	12.0	24.0	36.0
<b>Rp.9.999.999</b>	36	36.0	60.0	72.0
<b>Rp.10.000.000</b>	24	24.0	84.0	84.0
<b>Rp.19.000.000</b>	16	16.0	100.0	100.0
<b>Total</b>	100	100.0	100.0	

## Nasabah Cabang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>BPD. DIY Syariah KCP UII Kaliurang</b>	21	21.0	21.0	21.0
<b>BPD Syariah KCP UMY Bantul</b>	13	13.0	13.0	34.0
<b>BPD DIY Syariah KCP Wonosari</b>	18	18.0	18.0	52.0
<b>Valid BPD DIY Syariah KCP Kusumanegara</b>	20	20.0	20.0	72.0
<b>BPD DIY Syariah KCP Godean</b>	15	15.0	15.0	87.0
<b>BPD DIY Syariah KCP Cik Di Tiro</b>	13	13.0	13.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

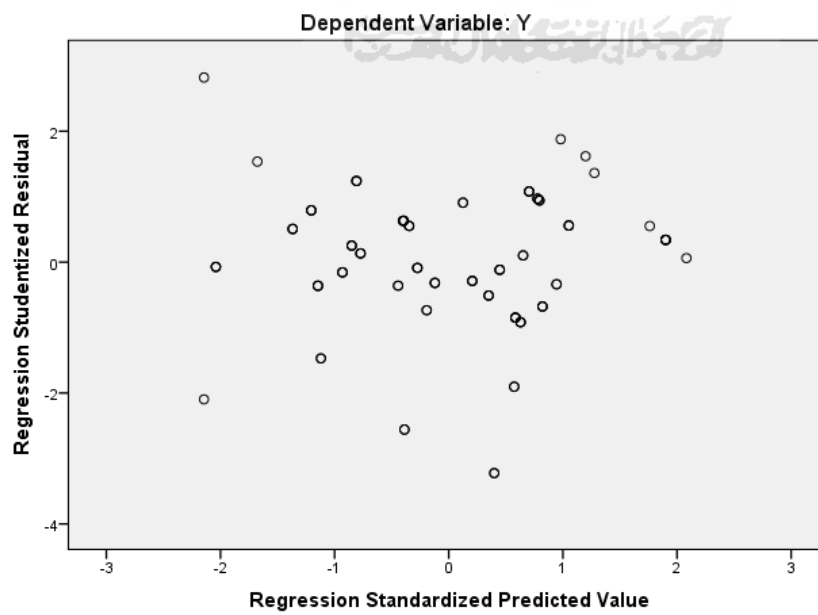
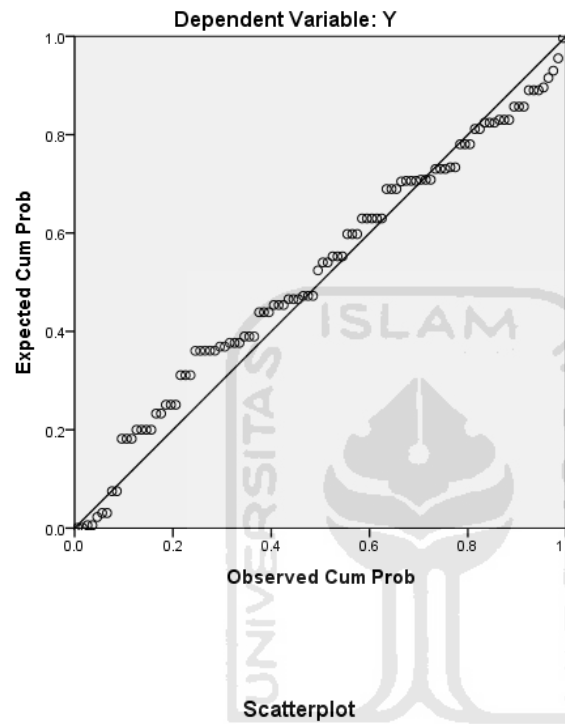
## Nasabah pembiayaan murabahah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Ya</b>	70	70.0	70.0	70.0
<b>Valid Tidak</b>	30	30.0	30.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

## HASIL UJI ASUMSI KLASIK

### Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## NPar Tests

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<b>Standardized Residual</b>
<b>N</b>		<b>100</b>
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	<b>Mean</b>	<b>0E-7</b>
	<b>Std. Deviation</b>	<b>.98473193</b>
	<b>Absolute</b>	<b>.119</b>
<b>Most Extreme Differences</b>	<b>Positive</b>	<b>.061</b>
	<b>Negative</b>	<b>-.119</b>
<b>Kolmogorov-Smirnov Z</b>		<b>1.185</b>
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		<b>.120</b>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.862	.493		3.775	.000		
X1	.301	.078	.338	3.883	.000	.420	2.383
X2	.185	.075	.188	2.469	.015	.549	1.822
X3	.324	.060	.425	5.439	.000	.521	1.918

a. Dependent Variable: Y

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Produk	0.420	2.383	Tidak terjadi multikolinieritas
Pelayanan	0.549	1.822	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi margin	0.521	1.918	Tidak terjadi multikolinieritas