

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN MARGIN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK
PEMBIAYAAN MURABAHAH
(Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan)**



Disusun Oleh:

**DEVA WAHYUNI
NIM. 160603212**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Deva Wahyuni
NIM : 160603212
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampun mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 21 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Deva Wahyuni)

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN MARGIN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan)

Deva Wahyuni
NIM. 160603212

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



Inayafillah, MA., Ek.
NIP.198208042014032002

Pembimbing II,



Cut Elfida, S. HI., MA.
NIDN.2012128901

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, M. Ag.
NIP. 197711052006042003

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Deva Wahyuni
NIM. 160603212

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN MARGIN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK
PEMBIAYAAN MURABAHAH
(Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan)**

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah

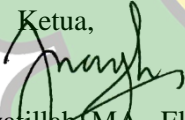
Pada Hari/Tanggal

Jum'at, 17 Maret 2023 M

24 Sya'ban 1444 H

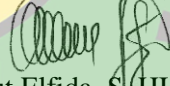
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Inayatillah, MA., Ek
NIP. 198208042014032002

Sekretaris,



Cut Elfida, S.HI., MA
NIDN. 2012128901

Penguji I,



Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA
NIP. 199009052019032019

Penguji II,

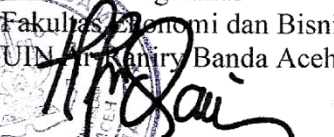


Intan Qurratullaihi, S.Ag., M.Si
NIP. 197612172009122001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh




Dr. Hafas Furqani, M. Ed
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Deva Wahyuni

NIM : 160603212

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : devawahyuni068@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir

KKU

Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Pengetahuan Produk dan Margin terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan) beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 21 November 2022

Mengetahui,

Penulis,

Deva Wahyuni
NIM. 160603212

Pembimbing I,

Inayatillah MA., Ek.
NIP.198208042014032002

Pembimbing II,

Cut Elfida, S./Hl., MA.
NIDN.2012128901

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji kita haturkan kehadirat Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Margin terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan)”. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata 1 Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah, penulisan skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan, tentunya berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh beserta seluruh Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag. selaku ketua prodi Perbankan Syariah dan seluruh civitas akademik program studi

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan masukan yang penulis butuhkan selama ini.
4. Dr. Analiansyah, M.Ag. selaku penasehat akademik yang senantiasa memberikan nasehat dan bimbingan kepada penulis.
5. Inayatillah, MA., Ek. selaku dosen pembimbing I yang senantiasa selalu bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, membina, memberi petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Cut Elfida, S.HI., MA. selaku dosen pembimbing II yang senantiasa selalu sabar dalam membimbing, membina, memberi petunjuk dalam menghadapi problematika yang penulis hadapi.
7. Seluruh dosen program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat berharga.
8. Kepada keluarga tercinta yaitu Ayanda Abdul Wahab, S.Pd. dan Ibunda Dewisyah serta kakak saya Ulfa Fitriya, S.Pd. dan ketiga adik saya yaitu Parwadi, M. Nasir dan Khairul Amal

yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, waktu, doa serta dukungan moril maupun materil yang tak terhingga.

9. Sahabat-sahabat saya selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

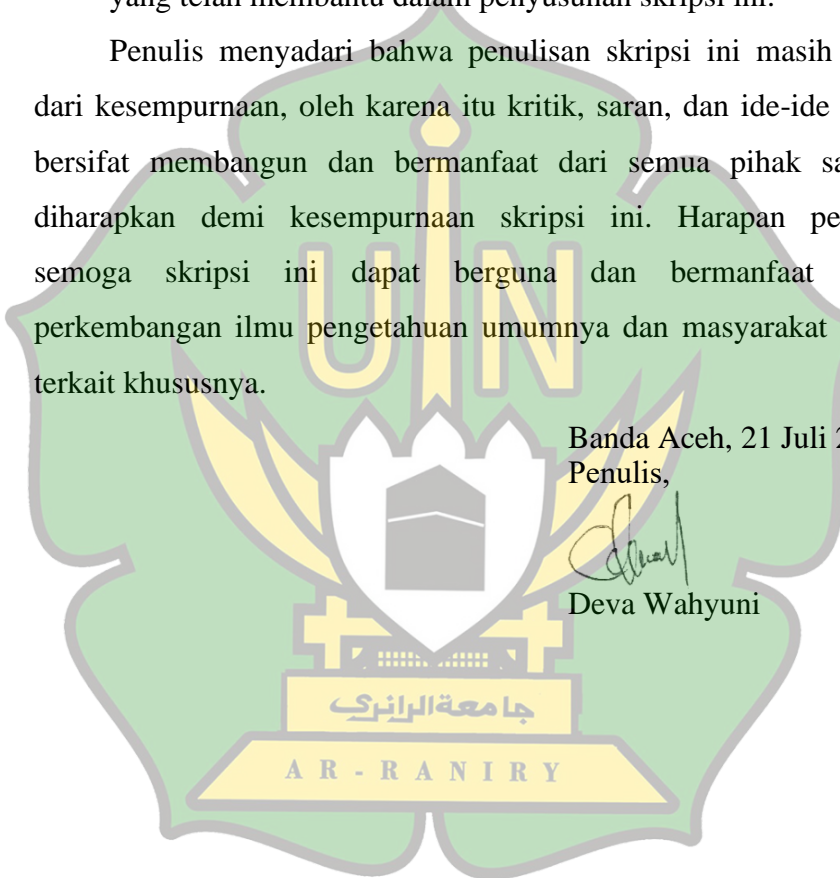
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik, saran, dan ide-ide yang bersifat membangun dan bermanfaat dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan umumnya dan masyarakat yang terkait khususnya.

Banda Aceh, 21 Juli 2023

Penulis,



Deva Wahyuni



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P danK

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

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
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haulā*

3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌َ / اَ يَ	<i>Fathah dan alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
◌ِ يَ	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
◌ُ وَ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *TaMarbutoh* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

a. *Ta marbutoh* (ة) hidup

Ta marbutoh (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutoh* (ة) mati

Ta marbutoh (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutoh* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudāh al-atfāl/ raudatulatfāl*

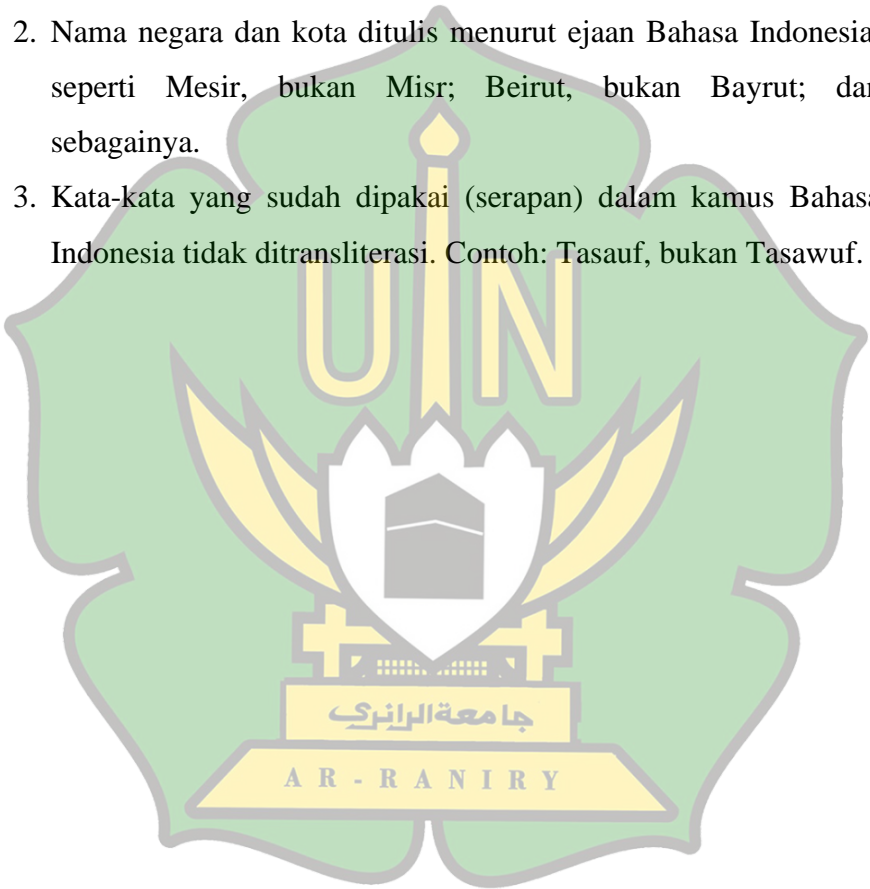
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-MadīnatulMunawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Deva Wahyuni
NIM : 160603212
Fakultas/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pengetahuan Produk dan Margin terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan)
Pembimbing I : Inayatillah, MA., Ek.
Pembimbing II: Cut Elfida, S.HI, MA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah, untuk mengetahui pengaruh margin terhadap keputusan nasabah, untuk mengetahui pengetahuan produk dan margin berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah. Minat menabung nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Tapaktuan masih kurang, hasil observasi mengungkapkan bahwa sistem bagi hasil itu sama dengan bunga, padahal antara bagi hasil dan bunga sangat berbeda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan uji-t dan uji-F. Penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah diperoleh nilai t hitung 2,998 dengan nilai sig. 0,005. Margin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah diperoleh nilai t hitung 2,03 dengan nilai sig. 0,0884. Pengetahuan dan margin berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah diperoleh nilai t 12,010 dengan nilai sig. 0,05.

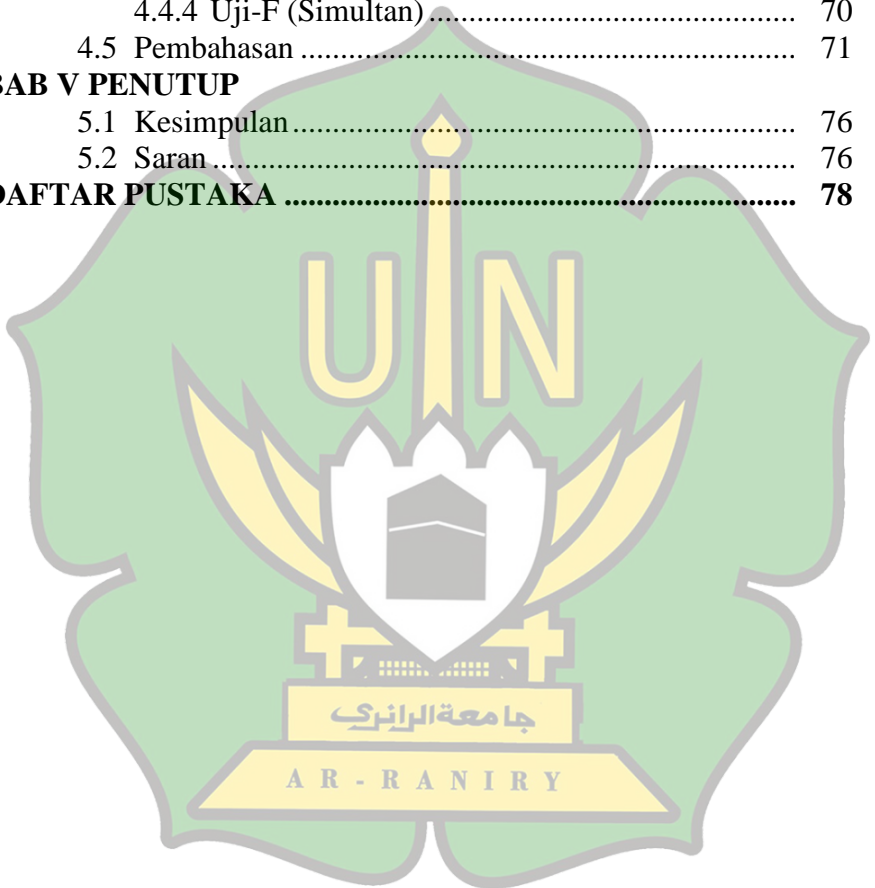
Kata Kunci: Pengetahuan produk, Margin, Keputusan Nasabah, Pembiayaan Murabahah, Bank Syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengetahuan Produk	10
2.1.1 Pengertian Pengetahuan Produk	10
2.1.2 Indikator Pengetahuan Produk.....	10
2.2 Margin.....	11
2.2.1 Pengertian Margin	11
2.2.2 Penetapan Indikator Margin.....	12
2.2.3 Faktor-faktor Penetapan Margin	14
2.2.4 Unsur-unsur Margin Murabahah.....	16
2.3 Pengambilan Keputusan	18
2.3.1 Pengertian Pengambilan Keputusan.....	18
2.3.2 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan.....	19
2.3.3 Faktor-faktor Pengambilan Keputusan	21
2.4 Murabahah	22
2.4.1 Pengertian Murabahah	22
2.4.2 Indikator Pembiayaan Murabahah	25

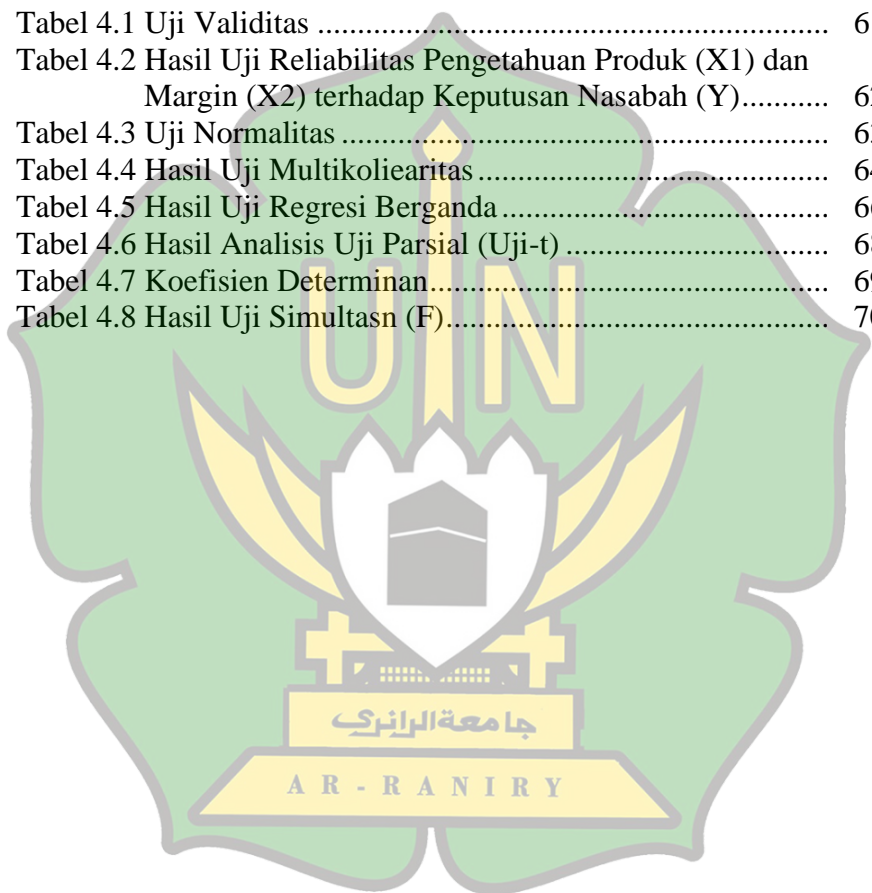
2.4.3 Dasar Hukum Murabahah	26
2.4.4 Rukun dan Syarat Jual Beli Murabahah	27
2.4.5 Skema Akad Murabahah	28
2.5 Penelitian Terkait	33
2.6 Kerangka Berpikir	33
2.7 Bank Syariah	35
2.8 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data	39
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Pengujian Kualitas Instrumen	41
3.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.4.2. Uji Normalitas	42
3.4.3. Uji Multikolinearitas	42
3.4.4. Uji Heteroskedastisitas	43
3.5 Operasional Variabel Penelitian	43
3.5.1. Defenisi Variabel	43
3.5.2. Variabel Independen (X)	43
3.5.3. Variabel Dependen (Y)	44
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.6.1. Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.6.2. Uji-t (Parsial)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah	48
4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Aceh Syariah ...	48
4.1.2 Sejarah Berdirinya Bank Aceh Syariah Tapaktuan	49
4.1.3 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah	50
4.1.4 Produk-produk dan Akad dalam Bank Aceh Syariah	51
4.2 Karakteristik Responden	54
4.3 Analisis Data	60
4.3.1 Uji Validitas	60
4.3.2 Uji Reliabilitas	62
4.3.3 Uji Normalitas	62
4.3.4 Uji Multikolinieritas	63
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas	64

4.4 Uji Hipotesis	65
4.4.1 Analisis Regresi Berganda	65
4.4.2 Uji-t (Parsial).....	67
4.4.3 Uji Koefisien Determinan (R ²).....	69
4.4.4 Uji-F (Simultan).....	70
4.5 Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Realisasi Pembiayaan Murabahah Tahun 2019-2022 .	5
Tabel 2.1 Unsur-unsur Margin Murabahah	17
Tabel 2.2 Penelitian Terkait.....	28
Tabel 3.1 Indikator Variabel.....	44
Tabel 4.1 Uji Validitas	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk (X1) dan Margin (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y).....	62
Tabel 4.3 Uji Normalitas	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Berganda	66
Tabel 4.6 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji-t)	68
Tabel 4.7 Koefisien Determinan.....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (F).....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Akad.....	27
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan....	57
Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Agama.....	58
Gambar 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan	59
Gambar 4.8 Karakteristik Responden berdasarkan Status Nasabah di Bank Aceh Syariah	60
Gambar 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Investasi dan tabungan dalam perekonomian di suatu negara merupakan faktor penentu tingkat pertumbuhan ekonomi, semakin besar dana yang dimiliki oleh suatu negara maka semakin pesat pertumbuhan ekonominya. Namun permasalahan yang umum terjadi pada negara berkembang adalah keterbatasan pengetahuan para nasabah akan suatu produk, sehingga menyebabkan nasabah mengambil keputusan yang tidak tepat.

Salah satu akad kebutuhan permodalan yang biasanya digunakan bank syariah adalah pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah merupakan akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Pengetahuan sangat berpengaruh terhadap keputusan seseorang. Apabila seseorang telah mengetahui makna dan keuntungan yang ia dapatkan dari suatu produk, maka seseorang akan lebih gigih dan giat dalam mengambil keputusan tersebut. Jerry (2001) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian oleh konsumen adalah sebagai proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif. Rangsangan yang diberikan oleh bank untuk menarik nasabah dalam memilih suatu produk terbatas pada

rangsangan yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Keputusan merupakan sebuah pilihan, pilihan yang dimaksud adalah pilihan dari dua atau lebih, atau sebagai keputusan yang dicapai setelah dilakukan pertimbangan dengan memilih suatu kemungkinan (Nadwa, 2014: 43).

Keputusan nasabah juga dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah mengenai produk yang akan mereka pilih, sehingga nasabah memutuskan untuk memilih produk tersebut. Pengetahuan merupakan informasi yang dimiliki oleh konsumen atau nasabah mengenai berbagai produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sunyoto, 2015).

Pengetahuan produk bank juga mempengaruhi selera dan keputusan nasabah dalam memilih suatu produk, hal ini dibuktikan dengan penelitian Rachmawati (2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, harga, pengetahuan produk dan pengetahuan agama memiliki pengaruh signifikan positif secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BRI Syariah di Surabaya, karena apabila seseorang telah mengetahui apa itu produk bank syariah maka masyarakat akan mudah dalam memilih produk apa yang sesuai dengan kebutuhannya.

Bank Syariah merupakan bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank syariah

memiliki beberapa produk, menurut Ascarya (2008) produk bank syariah yang pertama yaitu pendanaan yang menggunakan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*. Kedua, produk penyaluran dana (*financing*) yang terbagi ke dalam jual beli *murabahah*, jual beli saham, jual beli *istishna'*, *ijarah* (sewa), pembiayaan *musyarakah*, pembiayaan *mudharabah*, *hiwalah* (alih piutang), *rahn* (gadai), *qardh* (pinjaman), *wakalah* (perwakilan), *kafalah* (garansi bank). Ketiga, jasa perbankan; seperti *sharf* yaitu jual beli valuta asing.

Pada produk penyaluran dana, bank syariah menggunakan beberapa model akad salah satunya adalah *murabahah*. *Murabahah* merupakan akad pembiayaan suatu barang dengan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati (Peraturan Menteri Koperasi, 2015). Menurut Tarek al-diwany, *murabahah* adalah suatu bentuk jual-beli berdasarkan kepercayaan karena pembeli harus percaya bahwa penjual akan mengungkapkan harga beli yang sebenarnya.

Margin *murabahah* merupakan hal yang diperhatikan nasabah sebelum mereka memutuskan memilih suatu produk. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Arini (2019), menemukan bahwa pelayanan, kebutuhan modal dan margin keuntungan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*. Saputri (2017) mengungkapkan bahwa hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, (1) variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama, (2) variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama, (3) variabel pelayanan positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama.

Margin adalah keuntungan yang diperoleh pihak bank atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya (Menteri Negara Koperasi dan UKMRI, 2004). dalam menetapkan margin yang berdampak pada keuntungan, lembaga keuangan erat kaitanya dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan. Margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan margin keuntungan secara harian.

Menurut Darsono, dkk (2017:76) produk murabahah pada bank syariah berupa kemitraan antara dua pihak yaitu pemilik modal dan pengelola usaha. margin murabahah merupakan dimana satu pihak akan membeli produk dengan harga yang lebih kepada pembeli dengan menyatakan harga/keuntungan yang diperoleh oleh penjual.

Isnaliana (2015) melakukan penelitian dengan judul “Penetapan Margin Keuntungan Murabahah: Analisis Komparatif Bank Muamalat Indonesia dan Bank Aceh Syariah” menyebutkan bahwa mekanisme penetapan margin keuntungan murabahah pada dasarnya diputuskan atas dasar rekomendasi, usul dan saran rapat tim ALCO bank syariah. Meskipun demikian baik bank muamalat Indonesia maupun Bank Aceh Syariah berbeda dalam menetapkan

tingkat *landing rate* pertahunnya dan ternyata tinggi rendahnya penetapan margin pada kedua bank tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal bank, sedangkan pengaruh pada *BI rate* terhadap penetapan margin keuntungan murabahah pada kedua bank tersebut sebagai acuan agar kompetitif dan perhitungan kemungkinan terjadinya inflasi.

Arini (2019) juga menyatakan bahwa variabel margin keuntungan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah dengan hasil signifikan $0,000 < 0,05$. Yossiana (2018) menyatakan bahwa nasabah harus berusaha untuk memahaminya dan menjadikan aspek bagi hasil ini bukan hanya sebagai keuntungan materil, tetapi juga keuntungan moril. Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat dilihat bahwa keuntungan memilih produk murabahah adalah penjual memberitahukan dimana satu pihak akan membeli produk dengan harga yang lebih kepada pembeli dengan menyatakan harga/keuntungan yang diperoleh oleh penjual.

Tabel 1.1

Realisasi Pembiayaan *Murabahah* Tahun 2019-2022

Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Pembiayaan <i>Murabahah</i> (dalam Rupiah)	Margin Pembiayaan <i>Murabahah</i>
2019	20.400.00	20%
2020	56.760.00	29%
2021	70.56.00	65%
2022	85.45.00	70%

(Sumber : Laporan Keuangan Bank Aceh Syariah)

Masalah utama yang dihadapi oleh Bank Syariah adalah kurangnya sosialisasi antara pihak bank dengan masyarakat, karena banyak masyarakat belum tahu produk-produk yang ada pada bank Syariah (Muhyidin, 2017). Seperti halnya dengan Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Tapaktuan, yang mana minat menabung nasabah masih kurang, hal ini dibuktikan dengan adanya observasi awal dimana ada nasabah mengungkapkan bahwa sistem bagi hasil itu sama dengan bunga, padahal antara bagi hasil dan bunga sangat berbeda. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan nasabah mengenai produk bank Syariah terkait murabahah dan margin keuntungan. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Margin Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Tapaktuan)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah?
2. Apakah margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah?
3. Apakah pengetahuan produk dan margin berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah.
2. Untuk mengetahui pengaruh margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoretis

- a. Untuk menambah wawasan tentang pengaruh pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah.
- b. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi PT. Bank Aceh Syariah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh pengetahuan produk dan

margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah.

1.4.3. Manfaat Kebijakan

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi suatu masalah yang sedang terjadi, untuk pengabdian masyarakat, untuk kebermanfaatannya kepada masyarakat, diri sendiri dan untuk peneliti lainnya.
- b. Untuk memperkaya khazanah kajian ilmiah khususnya tentang pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah.

1.5. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori, temuan penelitian terkait, model penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini dijelaskan variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis yang dipakai dalam penelitian serta tahapan penelitian.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atau hasil pengolahan data.

BAB V : Penutup

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan dan pihak terkait.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengetahuan Produk

2.1.1 Pengertian Pengetahuan Produk

Menurut Waluyo dan Pamungkas (2013), pengetahuan produk adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk. Konsumen dengan pengetahuan yang lebih tinggi akan menjadi lebih realistis dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapannya, dimana, semakin tinggi pengetahuan konsumen dalam pembelian suatu produk, dapat meningkatkan kemampuan konsumen untuk membuat pilihan yang lebih memuaskan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat didefinisikan pengetahuan produk adalah berbagai jenis pengetahuan yang telah diketahui oleh para konsumen atau nasabah yang akan mengambil produk yang diinginkan, dalam hal ini nasabah mengetahui produk murabahah seperti apa.

2.1.2 Indikator Pengetahuan Produk

Terdapat beberapa indikator pengetahuan produk, sebagai berikut (Ali, 2008):

- 1) Pengetahuan informasi produk perbankan syariah

Pengetahuan produk adalah sesuatu informasi yang dimiliki seseorang mengenai produk apa yang dijalankan oleh pihak

perbankan syariah, informasi mengenai margin perbankan syariah serta informasi lainnya mengenai produk perbankan syariah.

2) Faktor penentu nasabah

Penentuan nasabah ketika nasabah mengetahui ada kemungkinan mendapatkan keuntungan atau bahkan mendapat kerugian, maka seseorang tersebut akan berpartisipasi atau tidak.

3) Informasi Relevan

Informasi relevan yaitu informasi yang dapat diterima bagi orang yang membutuhkan atau bermanfaat bagi yang menerimanya.

2.2 Margin

2.2.1 Pengertian Margin

Margin disebut juga dengan keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya (Menteri Negara Koperasi dan UKM RI, 2004). Dalam menetapkan margin yang berdampak pada keuntungan, lembaga keuangan erat kaitannya dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan. Margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari. Perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan (Karim, 2007: 279-280). Margin keuntungan berkaitan dengan

sisaan dari penerimaan setelah dikurangi dengan biaya operasional dibandingkan dengan total penerimaan.

Margin Murabahah menurut Perwataatmadja (dalam Nugroho, 2005) merupakan selisih dari harga jual dikurangi dengan harga beli. Lebih lanjut beliau mengatakan bahwa praktik dagang Rasulullah bisa diterapkan di bank syariah pada pembiayaan murabahah. Perhitungan margin murabahah dengan mencontohkan perdagangan yang dilakukan Rasulullah yaitu Cost Recovery ditambah dengan keuntungan yang diinginkan bank. Cost Recovery merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan yang dapat didekati dengan membagi jumlah proyeksi biaya operasional bank dengan target volume pembiayaan murabahah bank.

Menurut Rahma (2016: 46) dalam praktik perbankan, margin biasanya dihitung dengan menggunakan metode anuitas. Semakin lama jangka waktunya semakin besar margin yang dikenakan kepada nasabah. Dalam diskusi ekonomi syariah konsep tersebut dibolehkan karena konsep anuitas hanya digunakan sebagai dasar dalam perhitungan margin murabahah. Setelah margin ditentukan, nilai margin tersebut tetap dan tidak berubah meskipun terjadi keterlambatan pembayaran.

2.2.2 Penetapan Indikator Margin

Dalam menetapkan margin keuntungan mempertimbangkan beberapa hal diantaranya margin keuntungan ditetapkan dalam rapat ALCO bank syariah. Penetapan margin keuntungan

pembiayaan yang berdasarkan rekomendasi, usul dan saran dari Tim ALCO bank syariah adalah sebagai berikut (Karim, 2017):

a. *Direct Competitor's Market Rate (DCMR)*

DCMR adalah tingkat margin keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat margin keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO (*Asset Liability Commite*) sebagai kelompok competitor langsung, atau tingkat margin keuntungan bank syariah tertentu yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai competitor langsung terdekat.

b. *Indireck Competitor's Market Rate (ICMR)*

ICMR adalah tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai competitor tidak langsung, atau tingkat rata-rata suku bunga bank konvensional tertentu yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai competitor tidak langsung terdekat.

c. *Expected Cometitive Return For Investor (ECRI)*

ECRI adalah target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.

d. *Aquaring Cost*

Aquaring cost adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

e. *Overhead Cost*

Overhead cost adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

Penetapan margin yang dilakukan perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah (LKS) dipastikan berdasarkan kebutuhan dan kondisi lingkungan yang dihadapi dan diasumsikan bahwa bank syariah atau lembaga keuangan syariah (LKS) berada pada pasar persaingan sempurna.

2.2.3 Faktor-faktor Penetapan Margin

Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan margin pada lembaga keuangan antara lain (Widiyanto, 2016:82):

a. **Komposisi Pendanaan**

Pendanaan pada lembaga keuangan akan lebih kompetitif dalam menentukan besarnya margin keuntungan.

b. **Tingkat Persaingan**

Apila tingkat kompetisi ketat, porsi keuntungan lembaga keuangan tipis, sedangkan pada tingkat persaingan masih longgar lembaga keuangan dapat mengambil keuntungan yang lebih tinggi.

c. **Risiko Pembiayaan**

Pada pembiayaan pada sektor yang berisiko tinggi, lembaga keuangan dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibandingkan yang berisiko sedang.

d. **Jenis Nasabah/Anggota**

Pada nasabah yang memiliki usaha besar dan ketat, lembaga keuangan cukup mengambil tipis, sedangkan untuk pembiayaan pada nasabah biasa diambilkan keuntungan yang lebih tinggi.

e. Kondisi Perekonomian

Siklus ekonomi meliputi kondisi: revival, boom atau pelacak atau peak puncak, resesi dan depresi. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi pertama, dimana usaha berjalan lancar, maka lembaga keuangan dapat mengambil kebijakan pengambilan keuntungan yang lebih longgar. Namun jika pada kondisi lainnya (resesi dan depresi) lembaga keuangan tidak merugipun sudah bagus keuntungan sangat tipis.

f. Tingkat keuntungan yang diharapkan lembaga Keuangan

Secara kondisional, hal ini terkait dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan juga risiko atas suatu sektor pembiayaan atau pembiayaan terhadap debitur. Namun apapun kondisi dan siapapun debiturnya, lembaga keuangan dalam operasionalnya setiap tahun tertentu telah menetapkan berapa besar keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil.

Menurut Priyono (dalam Astriani, 2017: 31-34) ada beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan tingkat margin, yaitu:

a. Faktor Negosiasi

Mekanisme menentukan harga jual dan profit margin dalam transaksi murabahah bank syariah membeli produk dari tempat penjualan produk dengan memberikan pembayaran. Agar tidak terlibat dalam penerimaan kiriman barang dan agar tidak perlu repot mengatur penyimpanan produk.

b. Faktor Positif dan Negatif

Pandangan masyarakat mengenai penentuan harga jual dan margin antara syariah dan konvensional tidak ada bedanya, bahkan terkadang harga jual yang diberikan pihak bank syariah lebih mahal dari pada konvensional.

c. Faktor Kondisi

Faktor yang mempengaruhi harga jual dan profit margin di bank syariah terkait dengan jangka waktu, penggunaan dana dan kondisi nasabah. Faktor tersebut sulit dihindari bahkan tidak dapat dihindari karena faktor yang telah disebutkan sangat erat kaitannya dalam menentukan harga jual dan profit margin.

2.2.4 Unsur-unsur Margin Murabahah

Murabahah merupakan suatu akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan margin yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Dalam akad murabahah ada unsur-unsur murabahah seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1
Unsur-unsur Margin Murabahah

No	Komponen	Data yang digunakan
1	Ekspektasi Bagi Hasil	<ul style="list-style-type: none"> - Rata-rata bagi hasil yang lalu, yang diberikan oleh bank syariah kepada pemilik dana ditambah dengan kenaikan yang akan diharapkan. - Lebih akurat apabila dana ini merupakan gabungan dari rata-rata apabila data ini merupakan gabungan dari rata-rata bagi hasil dari beberapa bank.
2	<i>Overhead Cost</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Merupakan rata-rata beban overhead rill yang lalu, meliputi antara lain beban promosi, beban administrasi, beban personalia, dsb. - Beban ini termasuk bagi hasil yang dibayarkan kepada nasabah (bagi hasil yang dibayarkan bukan beban bank syariah).
3	Keuntungan	<ul style="list-style-type: none"> - Merupakan keuntungan normal yang layak untuk diharapkan oleh bank syariah. - Keuntungan ini bukan spread seperti yang dilakukan bank konvensional.
4	Premi Risiko	<ul style="list-style-type: none"> - Jika risk cost ini menutup kegagalan nasabah yang tidak membayar (PPAP), maka nasabah yang lancar harus dikembalikan (bukan sebagai pendapatan bank syariah)

Sumber: Wiroso (2005).

Dari penjelasan unsur-unsur margin murabahah di atas dapat dilihat bahwa komponen yang bisa mempengaruhi naik turunnya margin murabahah salah satunya dapat dilihat dari ekspektasi bagi hasil atau dikenal dengan biaya dana, overhead cost atau biaya

operasional, keuntungan atau dikenal dengan pendapatan yang diharapkan (*expected yield*), premi resiko atau dikenal dengan penyisihan penghapusan aktivitas produktif (PPAP).

2.3 Pengambilan Keputusan

2.3.1 Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan (*decision*) secara harfiah berarti pilihan (*choice*). Pilihan yang dimaksud adalah pilihan dari dua lebih kemungkinan, atau dapat dikatakan sebagai keputusan dicapai setelah dilakukan pertimbangan dengan memilih satu kemungkinan pilihan. Seperti yang diungkapkan oleh Gito Sudarno, bahwa keputusan terkait dengan ketetapan atau penentuan suatu pilihan yang diinginkan (Nadwa, 2014: 43). Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi (Fahmi, 2013: 2). Schiffman dan Kanuk (2004) mendefinisikan keputusan pembelian oleh konsumen adalah suatu keputusan seseorang ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Menurut Paul Peter dan Jerry (2001) menyebutkan keputusan pembelian oleh konsumen adalah sebagai proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Philip Khotler (2001) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah karakteristik pembeli dan proses pengambilan akan menimbulkan keputusan pembelian (Sangaji, 2016: 247).

Inti dari pengambilan keputusan adalah terletak pada perumusan berbagai alternatif tindakan sesuai dengan yang sedang dalam perhatian dan dalam pemilihan alternatif yang tepat setelah suatu evaluasi (penilaian) mengenai efektivitasnya dalam mencapai tujuan yang dikehendai pengambil keputusan. Salah satu komponen terpenting dalam proses pembuatan keputusan adalah kegiatan pengumpulan informasi dari mana suatu apresiasi mengenai situasi keputusan dapat dibuat (Supranto, 2009:3).

2.3.2 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan

Kegiatan membeli adalah bagian yang mengagumkan dari hidup setiap orang karena kegiatan membeli merupakan aktivitas rutin yang jarang disadari secara mendalam berbagai proses kewajiban yang terlihat di dalamnya. Secara umum untuk mencapai keputusan pembelian dan hasilnya, konsumen memiliki lima tahap sebagai berikut (Sangaji, 2016: 253-258):

a. **Pengenalan Kebutuhan**

Pada tahap ini, konsumen mengenali sebuah kebutuhan, keinginan atau masalah. Kebutuhan pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh rangsangan dari dalam atau dari luar. Perusahaan harus menentukan kebutuhan, keinginan atau masalah yang mendorong konsumen untuk memulai proses membeli.

b. **Pencarian Informasi**

Calon konsumen telah dirangsang untuk mengenali kebutuhan dan keinginan tersebut, dapat atau tidak mencari

informasi lebih lanjut. Jika dorongan kebutuhan dan keinginan itu kuat dan saluran pemuasan ebutuhan berada di dekatnya, tentu konsumen akan segera membeli produk. Sebaliknya, jika tidak ada kebutuhan dan keinginan tersebut konsumen tidak akan melakukan pencarian lebih lanjut atau dapat melakukan pencarian lebih lanjut. Adapun hal-hal yang dapat diketahui oleh perusahaan adalah sumber informasi utama yang digunakan oleh konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah melalui:

- Sumber pribadi (melalui iklan, keluarga, tetangga atau kenalan)
- Sumber komersial (melalui iklan, tenaga penjual perusahaan, para pedagang atau melihat pameran)
- Sumber publik (melalui publikasi di media masa atau lembaga konsumen)
- Sumber eksperimental (melalui penanganan langsung dan pengujian penggunaan produk tersebut).

c. Evaluasi atau pilihan

Pada tahap ini bagaimana konsumen menggunakan informasi tersebut untuk tiba pada satu pilihan merk akhir dan bagaimana konsumen memilih diantara merk-merk alternatif yang ada.

d. Pilihan (keputusan pembelian)

Keputusan pembelian baru dapat dilakukan setelah tahap evaluasi dari berbagai merk dan ciri telah disusun menurut

peringkat yang akan membentuk niat pembelian terhadap merk yang paling disukai. Meskipun begitu, niat pembelian belum bisa menjadi kenyataan karena masih banyak dipengaruhi oleh sikap orang lain dan situasi yang diinginkan.

e. Perilaku purna pembelian

Tugas perusahaan pada dasarnya tidak hanya berakhir setelah konsumen membeli produk yang dihasilkan, tetapi yang harus diperhatikan lebih lanjut adalah meneliti dan memonitor apakah konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah menggunakan produk yang dibeli. Tugas tersebut merupakan tugas terakhir setelah periode pembelian.

2.3.3 Faktor-faktor Pengambilan Keputusan

Pada dasarnya, konsumen tidak sembarangan dalam membuat keputusan untuk membeli. Oleh sebab itu, beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan yaitu (Sofiah dan Sangaji, 2011: 258-262):

- a. Faktor kebudayaan, meliputi budaya, sub budaya dan kelas sosial.
- b. Faktor sosial, meliputi kelompok referensi, keluarga dan peranan dan status.
- c. Faktor pribadi, meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup.

- d. Faktor psikologi, motivasi, persepsi, *learning*/belajar, kepercayaan, sikap dan keyakinan dan konsep diri.

Menurut Swasta dan Handoko (2000: 258) secara sederhana faktor-faktor perilaku konsumen dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:

- a. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen.
- b. Faktor-faktor individu atau internal yang menentukan perilaku.
- c. Proses pengambilan keputusan dari konsumen.

Faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi, serta keluarga. Sedangkan faktor internal meliputi motivasi, persepsi, kepribadian dan konsep diri, belajar dan sikap dari individu. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen tersebut kemudian akan menyatu dalam perilaku konsumen, kemudian akan diolah sampai akhirnya konsumen tersebut membuat keputusan pembelian. Hal ini tentu akan menyulitkan perusahaan untuk mengamati konsumen satu persatu, meskipun nantinya akan mendatangkan manfaat besar bagi perusahaan. Sehingga biasanya perusahaan akan mengamatinya melalui kelompok dari kelompok, lingkungan dari lingkungan yang mempengaruhi tingkah laku konsumen.

2.4 Murabahah

2.4.1 Pengertian Murabahah

Murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli

membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati (Peraturan Menteri Koperasi, 2015). Menurut Tarek Al-Diwany, sebagaimana dikutip oleh Khir et., murabahah adalah suatu bentuk jual-beli berdasarkan kepercayaan karena pembeli harus percaya bahwa penjual akan mengungkapkan harga beli yang sebenarnya. Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memberikan definisi tentang murabahah dalam penjelasan pasal 19 ayat 1 huruf d. Menurut penjelasan Pasal 19 ayat 1 huruf d tersebut, yang dimaksud dengan akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati (Sjahdeini, 2014: 191).

Menurut Veithzal Rivai, jual beli murabahah adalah akad jual beli atas suatu barang dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, setelah sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebesarnya harga perolehan atas barang tersebut dan besarnya keuntungan yang diperoleh (Veithzal Rivai: 2007).

Ibnu Qudamah mengatakan bahwa murabahah adalah jual beli barang dengan mengambil keuntungan tertentu yang diketahui pihak penjual dan pembeli masing-masing pihak harus mengetahui modal atau harga awal dari barang tersebut. Kompleksitas Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Pasal 20 ayat 6 mendefinisikan murabahah adalah pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh *shaibul al mal* dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa harga

pengadaan barang dan harga jual beli terdapat nilai lebih yang merupakan keuntungan atau laba bagi *shabib al mal* dan pengembaliannya dilakukan seraca tunai dan angsur.

2.4.2 Indikator Pembiayaan Murabahah

Adapun indikator pembiayaan murabahah menurut Warno (2014) adalah sebagai berikut:

1. Penjual
Yaitu pihak yang memiliki barang untuk dijual atau pihak yang ingin menjual barangnya.
2. Pembeli
Yaitu pihak yang membutuhkan dan ingin membeli barang dari penjual.
3. Barang atau objek
Yaitu barang yang harus dimiliki oleh penjual sebelum dijual kepada pembeli
4. Harga
Yaitu harga yang disepakati harus jelas jumlahnya dan jika dibayar secara hutang maka harus jelas waktu pembayarannya.
5. Ijab Qabul
Yaitu sebagai indikator paling ridho antara kedua pihak (penjual dan pembeli) untuk melakukan transaksi

2.4.3 Dasar Hukum Murabahah

Al-Qur'an memang tidak pernah secara spesifik menyinggung tentang murabahah, namun demikian dalil diperbolehkan jual beli murabahah dapat dipahami dari keumuman dalil diperbolehkannya jual beli. Murabahah merupakan bagian dari jual beli, dan secara umum jual beli diperbolehkan. Berdasarkan hal ini, maka dasar hukum diperbolehkannya jual beli murabahah berdasarkan ayat-ayat jual beli diantaranya adalah:

- a. Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۗ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: *Orang-orang yang memakan riba tidak bisa berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli yang sama dengan riba. Barang siapa mendapatkan peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.*

b. Firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Berdasarkan ayat di atas, maka jual beli murabahah diperbolehkan karena berlakunya ayat secara umum. Allah berfirman: Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Allah tidak berfirman : Allah telah menghalalkan jual beli salam, Allah telah menghalalkan jual beli khiyar, Allah telah menghalalkan jual beli murabahah. Akan tetapi berfirman secara umum, yaitu menghalalkan jual beli. Kemudian ketika mengharamkan, Allah secara khusus menyebut riba. Hal ini menunjukkan bahwa jual beli yang dihalalkan jauh lebih banyak dari pada jual beli yang diharamkan (Mustofa, 2016:68).

2.4.4 Rukun dan Syarat Jual Beli Murabahah

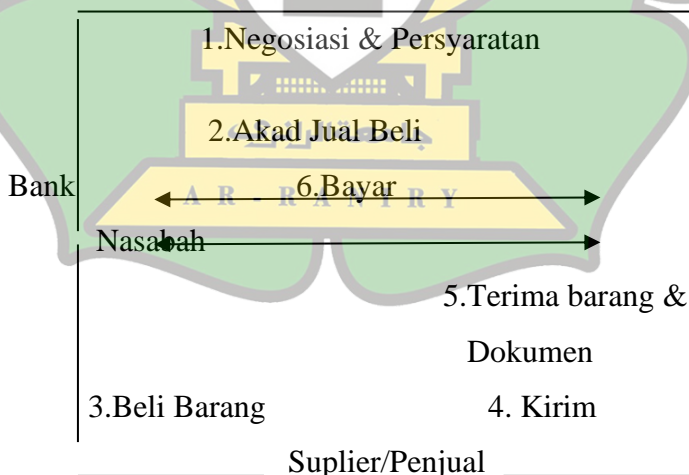
Rukun jual beli murabahah sama halnya dengan jual beli pada umumnya, yaitu adanya pihak penjual, pihak pembeli, barang yang dijual, harga dan akad atau ijab qabul. Sementara itu Mustofa

(2016: 71) mengungkapkan secara singkat syarat jual beli *murabahah* adalah:

- a. Para pihak yang berakad harus cakap hukum dan tidak dalam keadaan terpaksa.
- b. Barang yang menjadi objek transaksi adalah barang yang halal serta jelas ukuran, jenis dan jumlahnya.
- c. Harga barang harus dinyatakan secara transparan (harga pokok dan komponen keuntungan) dan mekanisme pembayarannya disebutkan dengan jelas.
- d. Pernyataan serah terima dalam ijab qabul harus dijelaskan dengan menyebutkan secara spesifik pihak-pihak yang terlibat yang berakad.

2.4.3 Skema Akad Murabahah

Berikut skema akad murabahah



Sumber: Intansari: 2010.

Gambar 2.1 Skema Akad Murabahah

Dari skema di atas, maka dapat dilihat bahwa:

1. Ada tiga pihak yang terkait yaitu:
 - a. Pemohon atau pemesan barang dan ia adalah pembeli barang dari lembaga keuangan.
 - b. Penjual barang kepada lembaga keuangan.
 - c. Lembaga keuangan yang barang sekaligus penjual barang kepada pemohon atau pemesan barang.
2. Ada dua akad transaksi yaitu:
 - a. Akad dari penjual barang kepada lembaga keuangan.
 - b. Kadar dari lembaga keuangan kepada pihak yang minta dibelikan (pemohon),
3. Ada tiga janji yaitu:
 - a. Janji dari lembaga keuangan untuk membeli barang.
 - b. Janji mengikat dari lembaga keuangan untuk membeli barang untuk pemohon,
 - c. Janji mengikat dari pemohon (nasabah) untuk membeli barang tersebut dari lembaga keuangan.

2.5. Penelitian Terkait

Beberapa penelitian terkait penelitian ini adalah:

Tabel 2.2 Penelitian Terkait

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yorica Rahma (2020)	Pengaruh Pengetahuan Nasabaha, Pendapatan Nasabah dan Margin Keuntungan terhadap	Berdasarkan hasil penelitian pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah, dan

		Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah pada Bank Central Asia Syariah	margin keuntungan berpengaruh sebesar 76,3% terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, dan sisanya 23,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Penelitian ini bermanfaat bagi lembaga keuangan syariah, khususnya Bank Central Asia Syariah untuk dapat melakukan peningkatan edukasi kepada masyarakat tentang produk pembiayaan murabahah agar masyarakat yang menggunakan produk pembiayaan murabahah semakin meningkat.
2	Hanif Nanda (2020)	Arifi Pengaruh Tingkat Margin, Pengetahuan Nasabah, Prosedur Pembiayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Murabahah (Studi	Hasil perhitungan SPSS menunjukkan hasil uji hipotesis parsial yang mana tingkat margin dan prosedur pembiayaan berpengaruh positif signifikan terhadap

		<p>Kasus pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera)</p>	<p>keputusan nasabah, sedangkan pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil uji hipotesis simultan menunjukkan bahwa tingkat margin, pengetahuan nasabah, prosedur pembiayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan Hasil Uji koefisien determinasi (R-Square) diperoleh hasil sebesar 61,6% yang berarti tingkat margin, pengetahuan nasabah, prosedur pembiayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh 61,6% terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan</p>
--	--	--	---

			<p>murabahah sedangkan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain.</p>
3	Putri Duwi Handayani (2020)	<p>Pengaruh Tingkat Margin dan Prosedur Pembiayaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah KCP Ngronggo Kediri</p>	<p>Dari analisis ditemukan, 1) variabel tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan murabahah pada BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri dengan signifikansi $0,004 < 0,05$. 2) variabel prosedur pembiayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan murabahah pada BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri signifikansi $0,002 < 0,05$. 3) variabel tingkat margin dan prosedur pembiayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan</p>

			<p>pembiayaan murabahah pada BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri dengan signifikansi uji F $0,000 < 0,05$.</p>
4	Ika Binti Faizun (2021)	<p>Pengaruh Tingkat Margin, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Promosi serta Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung</p>	<p>Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, lokasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Selanjutnya uji F diketahui bahwa tingkat margin, lokasi, kualitas pelayanan, promosi,</p>

			serta pengetahuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
--	--	--	--

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada variabel margin dan keputusan nasabah dalam mengambil keputusan produk pembiayaan.

2.6. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting (Ayu, 2015:36). Adapun kerangka berpikir pada penelitian ini adalah:



Sumber: Buku Panduan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.7 Bank Syariah

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti/lemari atau bangku. Peti/lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial,

yaitu : *pertama*, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), *kedua*, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*) (Imam Syafi’I, 2006) . Pengertian bank syariah atau bank Islam dalam bukunya Edy Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Quran dan hadits (Edy Wibowo, 2005).

Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam maksudnya adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu dijauhi praktik- praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.

Sedangkan menurut Sutan Remy Shahdeiny Bank Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah (Sutan Remy Shahdeiny, 2007).

Menurut undang-undang No. 21 tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Edy Wibowo, 2005).

2.7.1 Prinsip-prinsip Bank Syariah

Prinsip dasar perbankan syariah berdasarkan pada al- Quran dan sunnah. Setelah dikaji lebih dalam Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya berprinsip pada tiga hal yaitu efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. *Efisiensi* mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan/margin sebesar mungkin. *Keadilan* mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya. *Kebersamaan* mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas (Edy Wibowo, 2005).

Dalam mewujudkan arah kebijakan suatu perbankan yang sehat, kuat dan efisien, sejauh ini telah didukung oleh enam pilar dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yaitu, struktur perbankan yang sehat, sistem pengaturan yang efektif, system pengawasan yang independen dan efektif, industri perbankan yang kuat, infrastruktur pendukung yang mencukupi, dan perlindungan konsumen (Jundiani, 2009).

2.7.2 Dasar Hukum Bank Syariah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di Negara Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, Sedangkan secara yuridis empiris, bank syariah diberi kesempatan dan peluang yang baik untuk berkembang di seluruh wilayah Indonesia. Upaya intensif pendirian bank syariah di Indonesia dapat ditelusuri sejak tahun 1988, yaitu pada saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang mengatur deregulasi industri perbankan di Indonesia, dan para ulama waktu itu telah berusaha mendirikan bank bebas bunga (Imam Syafi'i, 2006).

Hubungan yang bersifat akomodatif antara masyarakat muslim dengan pemerintah telah memunculkan lembaga keuangan (bank syariah) yang dapat melayani transaksi kegiatan dengan bebas bunga. Kehadiran bank syariah pada perkembangannya telah mendapat pengaturan dalam sistem perbankan nasional. Pada tahun 1990, terdapat rekomendasi dari MUI untuk mendirikan bank syariah, tahun 1992 dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang mengatur bunga dan bagi hasil. Dikeluarkan Undang - Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang mengatur bank beroperasi secara ganda (*dual system bank*), dikeluarkan UU No. 23 Tahun 1999 yang mengatur kebijakan moneter yang didasarkan prinsip syariah, kemudian dikeluarkan Peraturan Bank Indonesia tahun 2001 yang mengatur kelembagaan

dan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah, dan pada tahun 2008 dikeluarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah (Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2011).

Pengaturan (regulasi) perbankan syariah bertujuan untuk menjamin kepastian hukum bagi *stakeholder* dan memberikan keyakinan kepada masyarakat luas dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

2.7.3 Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank konvensional pada umumnya, bank syariah juga bertujuan sebagai berikut :

- a. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Pengumpulan modal dari masyarakat dan pemanfaatannya kepada masyarakat diharapkan dapat mengurangi kesenjangan sosial guna tercipta peningkatan pembangunan nasional yang semakin mantap. Metode bagi hasil akan membantu orang yang lemah permodalannya untuk bergabung dengan bank syariah untuk mengembangkan usahanya. Metode bagi hasil ini akan memunculkan usaha-usaha baru dan pengembangan usaha yang telah ada sehingga dapat mengurangi pengangguran.

- b. Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan karena keengganan sebagian masyarakat untuk berhubungan dengan bank yang disebabkan oleh sikap menghindari bunga telah terjawab oleh bank syariah. Metode perbankan yang efisien dan adil akan menggalakkan usaha ekonomi kerakyatan.
- c. Membentuk masyarakat agar berpikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- d. Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melalui bank- bank dengan metode lain (Edy Wibowo, 2005).

2.8 Hipotesis Penelitian

- H1: Terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah (studi kasus PT. Bank Syariah Capem Tapaktuan).
- H2: Terdapat pengaruh yang signifikan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah (studi kasus PT. Bank Syariah Capem Tapaktuan).
- H3: Terdapat pengaruh pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah (studi kasus PT. Bank Syariah Capem Tapaktuan).

Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

Jika tingkat signifikan $\leq 5\%$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima.

Jika tingkat signifikan $\leq 5\%$, maka H_0 di terima dan H_a ditolak.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Penelitian ini disusun sebagai penelitian induktif yakni mencari dan mengumpulkan data yang ada dilapangan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh, unsur-unsur bentuk dan suatu sifat fenomena di lapangan. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah regresi linier berganda dengan serangkaian uji instrumen dan uji asumsi klasik.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Jenis data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2013: 132). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan penyebaran angket atau kuesioner kepada anggota Bank Aceh Syariah Tapaktuan.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari,

tetapi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono, 2016: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Aceh Syariah Tapaktuan yang menggunakan produk murabahah.

Sampel merupakan sebagian dari anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi (Martono, 2012:74). Sedangkan mengenai penentuan jumlah sampling berdasarkan pendapat Arikunto (2016) dimana apabila jumlah responden kurang dari 100, maka sampel diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100 maka pengambilan sampel 10%-15% atau 20%-25% atau lebih. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu dengan cara pertimbangan tertentu. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 35 nasabah dengan kriteria nasabah murabahah yang paling banyak menabung, nasabah yang sering ke Bank Aceh Syariah untuk menabung dan nasabah yang sudah menabung dengan sistem murabahah.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang ditempuh atau alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya (Darmawan, 2013:159). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data

yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam penelitian ini kuesioner dibuat dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti (Sugiyono, 2015 : 168).

Skala likert terdiri dari 5 (lima) alternatif jawaban yang harus dipilih setiap responden dan setiap jawaban tersebut dinilai dengan angka sebagai berikut (Sugiyono, 2015 : 168) :

1. Skor 5 = Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 = Setuju (S)
3. Skor 3 = Kurang Setuju (KS)
4. Skor 2 = Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

3.4 Pengujian Kualitas Instrumen

3.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas merupakan salah satu kriteria penting dalam penelitian keperilakuan, karena validitas dan reabilitas, sebuah pembuatan skala atau alat ukur yang dibuat oleh peneliti untuk mengukur variabelnya dapat dipertanggungjawabkan dengan jelas. Validitas dan reabilitas memberikan gambaran keakuratan dan ketepatan pengukuran yang dilakukan oleh peneliti terhadap variabel-variabel yang diukur (Zulganef, 2013: 80).

- a. Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur (Noor, 2011:132). Pada penelitian ini menggunakan pengujian

konstruk menguji kecocokan antara butir-butir dalam kuesioner dengan teori yang mendasari konsep atau konstruk yang diukur.

- b. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tingginya suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Adapun fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik cronbach alpha, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2011: 48).

3.4.2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2011: 160-165).

3.4.3. Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2011: 105-106) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji

multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.4.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji *park*, uji *glejser* dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2011: 139-143).

3.5 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

3.5.1. Defenisi Variabel

Defenisi variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Adisva, 2019, 3).

3.5.2. Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent, variabel pengaruh, variabel perlakuan, kausa, treatment, risiko atau variabel bebas. Variabel bebas adalah yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel dependen (terikat). Dinamakan sebagai variabel bebas karena bebas dalam mempengaruhi variabel lain (Adisva, 2019, 4-5). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk (X1) dengan pengukuran skala interval, dan variabel bebas kedua yaitu margin (X2) dengan skala pengukuran interval.

3.5.3. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, variabel efek, variabel terpengaruh, variabel terikat atau variabel tergantung. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas (Adisva, 2019, 5). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan dengan skala pengukuran skala likert.

Adapun indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel. 3.1 Indikator Variabel

No	Variabel	Pengertian	Dimensi dan Indikator	Pengukuran
1	Variabel (X ₁) Pengetahuan Produk	Pengetahuan produk adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang tentang produk bank syariah yang ditawarkan kepada pembeli atau nasabah	Adapun indikator pengetahuan produk adalah: 1. Pengetahuan informasi produk perbankan syariah 2. Faktor penentu nasabah 3. Informasi relevan (Ali, 2008)	Interval
2	Variabel (X ₂) Margin	Keuntungan yang diperoleh pihak bank atas hasil	Adapun indikator margin adalah:	Interval

		transaksi penjualan dengan pihak pembelinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat margin 2. Tingkat bunga 3. Target bagi hasil 4. Biaya yang dikeluarkan secara langsung 5. Biaya yang dikeluarkan secara tidak langsung (Karim, 2017)	
3	Variabel (Y) Pengambilan Keputusan	Proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu	Adapun indikator pengambilan keputusan adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi atau pilihan 4. Pilihan (Keputusan pembelian) 5. Perilaku purna pembelian (Sangaji, 2016)	Interval
4	Murabahah	Murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati	Adapun indikator murabahah adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya penjual 2. Adanya pembeli 3. Adanya barang yang dijual 4. Adanya harga yang dijual 5. Adanya ijab qabul (Warno, 2014)	Interval

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara-cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian. Salah satu metode analisis data yang

dapat diandalkan dalam penelitian adalah formula statistik (Widodo, 2011: 75). Agar kesimpulan valid, maka data terlebih dahulu harus diuji kelayakannya. Uji-uji tersebut dengan uji validitas dan reabilitas serta uji asumsi klasik dengan uji normalitas, heteroskedastisitas, uji multikolinieritas serta uji hipotesis.

3.6.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), jadi analisis regresi berganda dilakukan jika jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2016: 210). Regresi linear berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Dimana persamaan umum regresi berganda adalah sebagai berikut: (Sugiyono, 2016: 211).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (3.1)$$

Dimana:

- a : Konstanta
- Y : Keputusan Nasabah (variabel independen)
- b₁ : Koefisien regresi berganda antara X₁ dan Y
- b₂ : Koefisien regresi berganda X₂ dan Y
- X₁ : Pengetahuan produk
- X₂ : Margin
- e : Koefisien error

Masing-masing variabel ditulis dalam persamaan di atas diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan, yang merupakan indikator masing-masing variabel. Kemudian jawaban-jawaban responden berupa angka-angka (4,3,2,1) diambil dari perolehan nilai dengan rumus: nilai perolehan dibagi nilai maksimum dikali 100%. Data yang sudah dikumpulkan secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan menguraikan data dalam kalimat-kalimat yang tersusun secara terperinci, sistematis dan analisis sehingga akan mudah dalam melakukan penarikan terhadap suatu kesimpulan.

3.6.2. Uji-t (Parsial)

Dalam melakukan analisis data pada penelitian ini, menggunakan uji hipotesis antara lain uji t (parsial).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (3.2)$$

dimana:

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah (studi kasus PT. Bank Syariah Capem Tapaktuan)
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah (studi kasus PT. Bank Syariah Capem Tapaktuan)

Dengan asumsi (Fhitung)

Ho = diterima bila signifikan $< \alpha = 0,05$

Ho = ditolak bila signifikan $> \alpha = 0,05$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT Bank Aceh Syariah

4.1.1 Sejarah Berdirinya PT Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerinta Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pengihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, (NV)” dengan modal dasar ditetapkan Rp. 25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan surat keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Husein Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah,

semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

4.1.2 Sejarah Berdirinya Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan

Menurut situs resmi Bank Aceh Syariah, Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan resmi didirikan oleh Bupati Aceh Selatan, HT Sama Indra, SH bersama Plt. Direktur Utama PT Bank Aceh Syariah Rusydi M. Adam di Gedung Kantor Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan di jalan Jenderal Sudirman atau di depan SMAN 1 Tapaktuan pada Sabtu (10/2/2018). Peresmian gedung baru yang juga dirangkaikan dengan peusujuk dan penyantunan anak yatim itu turut dihadiri unsur Forkopimda, Wakil Bupati Aceh Selatan, Kamarsyah, S.Sos, MM, Direktur Dana dan Jasa Bank Aceh Syariah, Haizir Sulaiman beserta jajaran Bank Aceh Syariah lainnya.

Sekdakab, H Nasjuddin, SH, MM, para Asisten, Staf Ahli, Pimpinan Bank Aceh Syariah Cab. Tapaktuan, Jufri, SE, Kepala SKPK dan Anggota DPRK, para Camat, para Pimpinan Perbankan di Tapaktuan, para pengusaha, para nasabah, Tokoh Agama, Tokoh Adat, Tokoh Masyarakat, para Keuchik dan undangan lainnya.

Dengan adanya gedung baru ini diharapkan pelayanan Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan lebih baik lagi dari sebelumnya dan mampu menumbuhkan perekonomian masyarakat Aceh Selatan. Ia juga mengharapkan kepada Bank Aceh agar

mengupayakan operasional Kantor Kas di beberapa kecamatan. Seiring bergulirnya dana gampong, para Keuchik merasa kewalahan dalam bertransaksi untuk itu perlu ada Kantor Kas di beberapa kecamatan.

Plt Direktur Utama, Bank Aceh Syariah, Rusydi M. Adam sebelumnya menyampaikan, Gedung Bank Aceh Syariah Tapaktuan telah berdiri representatif untuk ukuran kota di Tapaktuan. Nilai bangunannya mencapai belasan miliar. Hal ini merupakan sebuah prestasi yang telah diperlihatkan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan. Bank Aceh di Tapaktuan berawal pada tahun 1988 atau 30 tahun yang lalu yang berawal Kantor Kas di jalan Merdeka.

4.1.3 Visi dan Misi PT Bank Aceh Syariah

1. Visi

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan d Indonesia”

2. Misi

- 1) Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
- 2) Memberi pelayanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.
- 3) Menjadi Bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif *syumul*.

- 4) Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
- 5) Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

4.1.4 Produk-produk dan Akad dalam Bank Aceh Syariah

Sampai saat ini produk dan jasa PT Bank Aceh Syariah adalah sebagai berikut:

1. Penghimpunan Dana

- a. Giro

- 1) Giro Wadiah

Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah Yad Dhamanah, yaitu dana titipan murni nasabah kepada Bank yang dapat di ambil setiap saat dengan menggunakan media Cheque dan Bilyet Giro.

- 2) Giro Mudharabah

Giro adalah simpanan dalam bentuk rupiah Pihak Ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cheque, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindah bukuan (misalnya Bilyet Giro, Warkat Kliring, dll). Giro Mudharabah terdiri dari: Giro Pemerintah Pusat, Giro Pemerintah daerah, Giro BUMN/BUMD, Giro Pemerintah Campuran, Giro Perusahaan Umum (Pribumi), Giro Perusahaan Umum (Non Pribumi), Giro Yayasan/Bansan Sosial/Koperasi, Giro

Perorangan Pribumi, Giro Perorangan (Non Pribumi, Giro Antar Bank, Giro lainnya.

3) Deposito Mudharabah

Investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah Muthalaqah, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*Shahibatul Maal*) dengan pengelola dana (Mudharib). Dalam hal ini *Shahibatul Maal* (Nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

4) Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA iB)

Tabungan SIMPEDA iB merupakan tabungan dengan akad Mudharabah, dengan sistem bagi hasil yang kompetitif (nisah bagi hasil progresif)

5) Tabungan Aneka Guna (TAG iB)

Tabungan Aneka Guna (TAG) iB merupakan tabungan dengan akad mudharabah, dengan sistem bagi hasil rata-rata harian yang kompetitif.

6) Tabungan Seulanga iB

Tabungan Seulanga iB merupakan tabungan yang memiliki keunggulan dengan nisbah Progressif dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).

7) Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus pada bank syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip mudharabah (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank (mudharib) dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah (*Shahibatul Maal*). Tabungan Firdaus menggunakan akad mudharabah muthalaqah yang berarti pihak Bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya.

8) Tabungan Sahara

Tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah Yad Dhamanah, yaitu dana titipan murni Nasabah kepada Bank.

9) TabunganKu iB

TabunganKu iB adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

10) Tabungan Pensiun iB

Tabungan Pensiun merupakan layanan tabungan bagi Nasabah Pensiun pada PT Bank Aceh Syariah yang diharapkan

dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memasuki masa pensiun.

11) Tabungan Simpel iB

Tabungan untuk siswa/pelajar dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

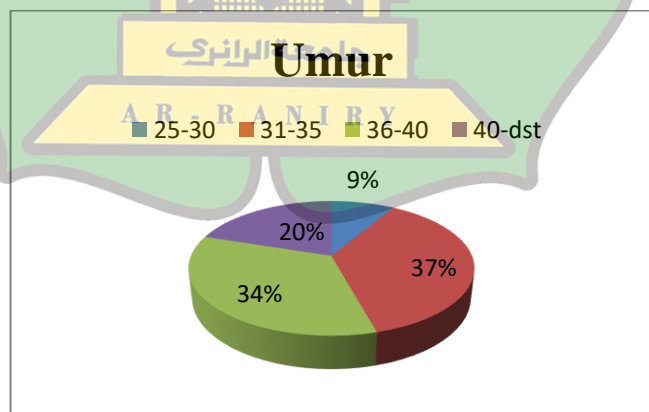
2. Penyaluran Dana

- a. Pembiayaan Murabahah
- b. Pembiayaan Musyarakah
- c. Pembiayaan Mudharabah
- d. Pembiayaan Qardhul Hasan
- e. Pembiayaan Rahn

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Umur

Adapun data berdasarkan umur nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan sebagai berikut:

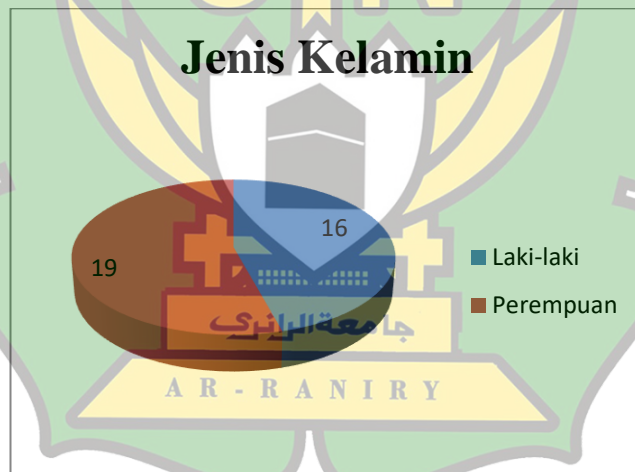


Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa umur responden nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan yaitu umur 25-30 tahun berjumlah 3 orang atau 9%, berusia 30-35 tahun berjumlah 13 orang atau 37,1%, usia 36-40 berjumlah 12 orang atau 34,3% dan berusia 40 tahun dan seterusnya berjumlah 7 orang atau 20%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah yang menggunakan produk murabahah di Bank Aceh Capem Tapaktuan yaitu berumur 25-45 tahun.

4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data berdasarkan jenis kelamin nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan sebagai berikut:



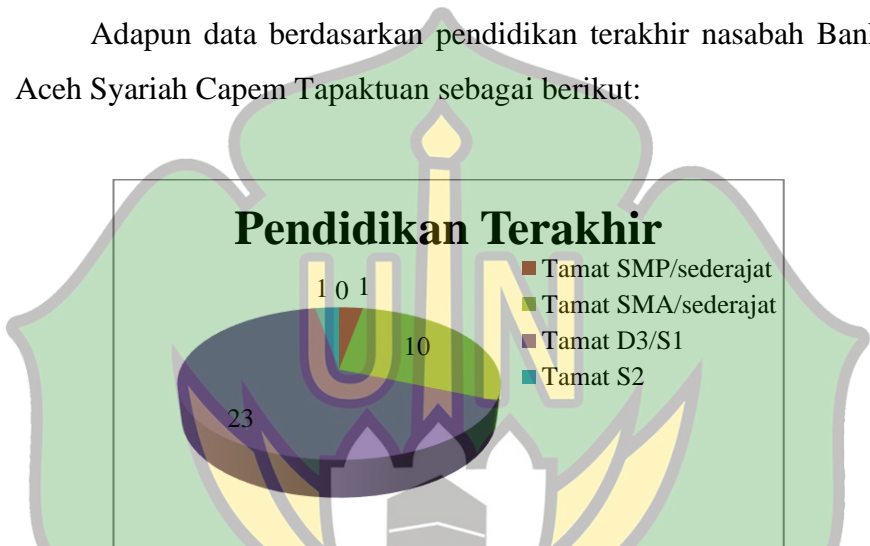
Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 4.2 dapat disimpulkan bahwa karakteristik berdasarkan jenis kelamin nasabah di Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan adalah laki-laki berjumlah 16 orang atau

31,4% dan perempuan berjumlah 19 orang atau 54,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden adalah berjenis kelamin perempuan.

4.2.3 Karakteristik Berdasarkkan Pendidikan Terakhir

Adapun data berdasarkan pendidikan terakhir nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan sebagai berikut:

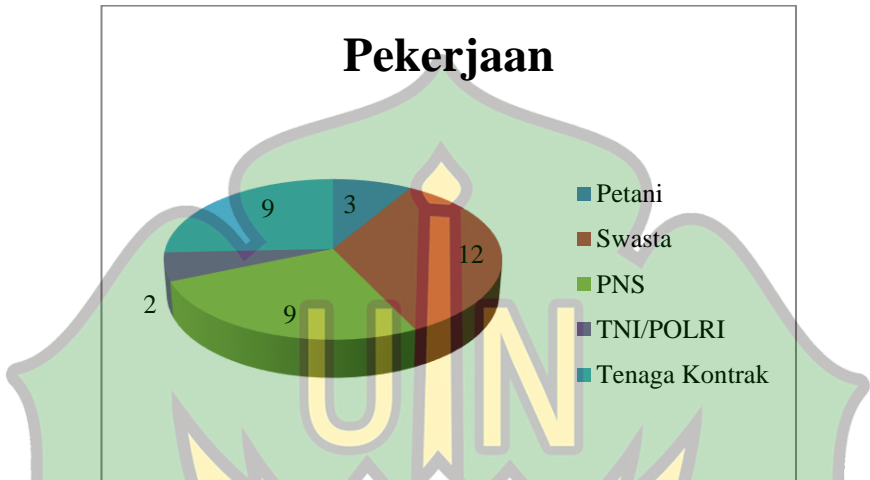


Gambar 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan gambar 4.3 dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan merupakan tamatan SMP/ sederajat berjumlah 1 orang atau 2,9%, tamatan SMA/ sederajat berjumlah 10 orang atau 28,6%, tamatan D3/S1 berjumlah 23 orang atau 65,7% dan tamatan S2 berjumlah 1 orang atau 2,9%. Dari analisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan berpendidikan D3/S1.

4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data berdasarkan pekerjaan nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan adalah sebagai berikut:

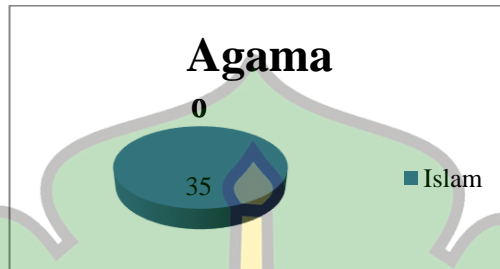


Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan gambar 4.4 dapat disimpulkan bahwa pekerjaan nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan adalah petani berjumlah 3 orang atau 8,6%, yang bekerja sebagai swasta berjumlah 12 orang atau 34,3%, nasabah yang bekerja sebagai PNS berjumlah 9 orang atau 25,7%, bekerja sebagai TNI/POLRI berjumlah 2 orang atau 5,7% dan bekerja sebagai tenaga kontrak berjumlah 9 orang atau 25,7%. Dapat disimpulkan bahwa pekerjaan nasabah yang menabung di Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan adalah rata-rata bekerja sebagai Swasta.

4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Agama

Adapun data berdasarkan agama nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan sebagai berikut:

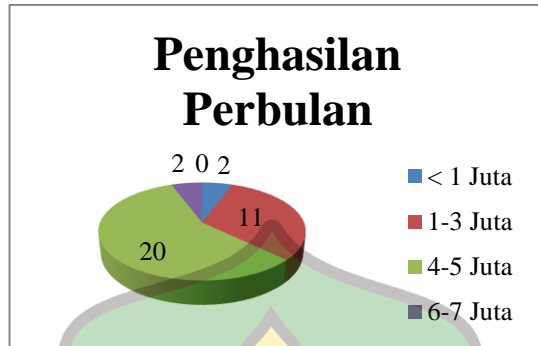


Gambar 4.5
Karakteristik Responden berdasarkan Agama

Berdasarkan gambar 4.5 dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan bergama Islam 35 orang atau 100%, beragama Katholik berjumlah 0 orang atau 0%, bergama Kristen berjumlah 0 orang atau 0%, Beragama Buddha berjumlah 0 orang atau 0%, beragama Hindu berjumlah 0 orang atau 0% dan beragama Konghuchu berjumlah 0 orang atau 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menabung di Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan adalah beragama Islam.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Adapun data berdasarkan penghasilan perbulan nasabah di Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan sebagai berikut:

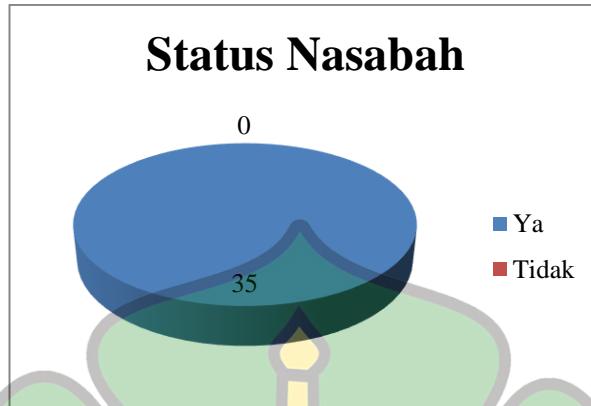


Gambar 4.6
Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan

Berdasarkan gambar 4.6 dapat disimpulkan bahwa penghasilan nasabah Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan kurang dari 1 juta adalah berjumlah 2 orang atau 5,7%, berpenghasilan 1-3 juta berjumlah 11 orang atau 31,4%, berpenghasilan 4-5 tahun berjumlah 20 orang atau 57,1%, berpenghasilan 6-9 juta berjumlah 2 orang atau 5,7% dan berpenghasilan kurang dari 10 juta berjumlah 0 orang atau 0%. Dapat disimpulkan bahwa penghasilan rata-rata responden yang menabung di Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan adalah 4-5 juta.

4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Nasabah Bank Aceh Syariah

Adapun data berdasarkan status nasabah di Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan sebagai berikut:



Gambar 4.7
Karakteristik Responden berdasarkan Status Nasabah di Bank Aceh Syariah

Berdasarkan gambar 4.8 dapat disimpulkan bahwa nasabah yang menabung di Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan merupakan nasabah Bank pembiayaan murabahah berjumlah 35 orang atau 100%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data responden seluruhnya merupakan nasabah pembiayaan murabahah

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada suatu pernyataan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r_{hitung} (nilai *pearson correlation*) yang dibandingkan dengan r_{tabel} dimana r_{tabel} dapat diperoleh melalui df (*degree off freedom*) = $n-2$ (signifikan 5%, n = jumlah sampel). Jadi $df = 35-2 = 33$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,339.

Tabel 4.1 Uji Validitas

No	Nomor Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Interpretasi
1	X1 ₁	0,666	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 35-2$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3338$	Valid
2	X1 ₂	0,656		Valid
3	X1 ₃	0,790		Valid
4	X1 ₄	0,656		Valid
5	X2 ₁	0,003		Tidak Valid
6	X2 ₂	0,279		Tidak Valid
7	X2 ₃	0,705		Valid
8	X2 ₄	0,741		Valid
9	X2 ₅	0,784		Valid
10	Y ₁	0,646		Valid
11	Y ₂	0,574		Valid
12	Y ₃	0,223		Tidak Valid
13	Y ₄	0,102		Tidak Valid
14	Y ₅	0,143		Tidak Valid
15	Y ₆	0,790		Valid
16	Y ₇	0,734		Valid
18	Y ₈	0,669		Valid
19	Y ₉	0,425		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (data diolah 2022)

Dari Tabel 4.1 diperoleh bahwa hasil uji validitas variabel pengetahuan produk (X1) dan margin (X2) terhadap keputusan nasabah (Y) pada tabel 4.1 dengan jumlah sampel 35-2 adalah sebesar 0,3338. Maka dapat disimpulkan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini dikarenakan item valid lebih banyak dibandingkan yang tidak valid. Item tidak valid terdapat pada variabel margin 5 item yaitu X2₁ dan X2₂, sedangkan pada keputusan nasabah terdapat 3 item yang tidak valid yaitu Y₃-Y₅.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dari instrumen sebagai alat ukur sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Maka penelitian ini apabila $r > 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel, dan apabila nilai $r < 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk (X1) dan Margin (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,859	18

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (data diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.2, dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan pada variabel pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah tersebut reliabel.

4.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini akan digunakan uji *Kolmogrov-Smirinov* (K-S) dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.

Tabel 4.3 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	4,47206182
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,146
	Positive	0,146
	Negative	-0,104
Test Statistic		0,146
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,058 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2022)

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4.3 dapat dilihat nilai dari *asympt.sig (2-tailed)* diketahui bahwa nilai signifikansi untuk data pengetahuan produk (X1) dan margin (X2) terhadap keputusan nasabah (Y) sebesar 0,058. Karena nilai lebih besar dari pada 0,05, maka disimpulkan bahwa data pengetahuan produk (X1) dan margin (X2) keputusan nasabah (Y) dinyatakan berdistribusi normal.

4.3.4 Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dari uji ini dapat diketahui dengan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance* apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,100, maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel

independen. Hasil olah data berdasarkan SPSS Versi 23, maka hasil dari multikolinearitas seperti pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan produk	0,404	2,478
Margin	0,404	2,478

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2022)

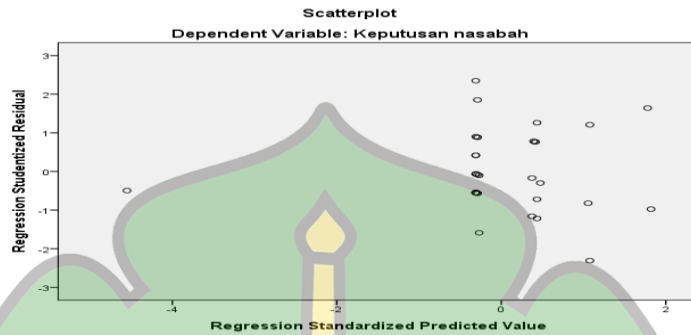
Dari Tabel 4.4 *collinearity statistics* menunjukkan bahwa nilai variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,100 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Dengan demikian dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Multikolinearitas juga diuji dengan menghitung VIF. Bila nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Semua nilai VIF pada tabel *coefficients* menunjukkan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel independen (non-multikolinearitas).

4.3.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan membuat *scatterplot* (alur sebaran) antara residual dan nilai prediksi dari variabel dependen yang telah distandarasi. Hasil uji

heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar *scatterplot*, seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada model ini memenuhi syarat untuk menjadi model yang baik karena merupakan model yang memenuhi syarat yang baik, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

4.4 Uji Hipotesis

Setelah data terkumpulkan dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

4.4.1 Analisis Regresi Berganda

Perumusan hipotesis:

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah (studi pada PT. Bank Syariah Capem Tapaktuan)

H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah (studi pada PT. Bank Syariah Capem Tapaktuan)

H3 : Terdapat pengaruh pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah (studi pada PT. Bank Syariah Capem Tapaktuan).

Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38,204	9,562		3,995	0,000
	Pengetahuan produk	0,526	0,175	0,631	2,998	0,005
	Margin	0,024	0,165	0,031	0,147	0,884

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.5 terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan produk (X1) dan margin (X2) terhadap keputusan nasabah (Y). Persamaan regresi bergandanya menjadi:

$$Y = 38,204 + 0,526X1 + 0,024X2 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 38,204 menyatakan jika variabel pengetahuan produk dan margin sama dengan nol, maka nilai

konstanta bertanda positif menunjukkan meningkatnya keputusan nasabah sebesar 38,204.

2. Koefisien regresi (b_1) untuk X_1 bertanda positif sebesar 0,526, hal ini apabila nilai koefisien variabel independen lainnya konstan maka penambahan variabel pengetahuan produk sebesar 1% akan meningkatkan keputusan nasabah memilih produk murabahah sebesar 52,6%. Koefisien bernilai positif, maka pengetahuan produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk murabahah.
3. Koefisien regresi (b_2) untuk X_2 bertanda positif sebesar 0,024, hal ini apabila nilai variabel independen lainnya konstan maka penambahan variabel margin menjadi nasabah sebesar 1% akan meningkatkan keputusan nasabah memilih produk murabahah sebesar 2,4%. Koefisien bernilai positif, maka variabel margin mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan memilih produk murabahah.

4.4.2 Uji-t (Parsial)

Uji statistika t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji t menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t tabel dengan t hitung, dengan kriteria sebagai berikut :

- a. H_0 diterima dan H_a ditolak jika t hitung $< t$ tabel untuk $\alpha = 0,05$
- b. H_0 ditolak dan H_a diterima jika t hitung $> t$ tabel untuk $\alpha = 0,05$

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah. Taraf signifikan yang digunakan adalah 5%.

- a. $H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel-variabel terikat (pengetahuan produk dan margin) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas (keputusan nasabah memilih produk murabahah).
- b. $H_a : b_1 \neq 0$, artinya bahwa variabel-variabel terikat (pengetahuan produk dan margin) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas (keputusan nasabah memilih produk murabahah).

Tabel 4.6 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38,204	9,562		3,995	0,000
	Pengetahuan produk	0,526	0,175	0,631	2,998	0,005
	Margin	0,024	0,165	0,031	0,147	0,884

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber: Hasil Output SPSS, Versi 23 (Diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa:

H1 = Diketahui nilai sig. untuk pengetahuan produk terhadap Y adalah sebesar 0,005 dan nilai t hitung $2,998 < t$ tabel 2,03452, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di Bank Aceh Capem Tapaktuan.

H2 = Diketahui nilai sig. untuk variabel margin terhadap Y adalah sebesar 0,884 dan nilai t hitung $0,147 > t$ tabel 2,03452, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel margin terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di Bank Aceh Capem Tapaktuan.

4.4.3 Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Uji koefisien determinansi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinansi, maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen.

Tabel 4.7 Koefisien Determinansi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,429	,393	4,60970

a. Predictors: (Constant), Margin, Pengetahuan produk

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh nilai R sebesar 0,655 hal ini menunjukkan terjadi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen pada kategori kuat (0,60-0,799). Angka R^2 (*R square*) sebesar 0,429, hal ini menunjukkan variabel dependen dipengaruhi sebesar 43% sedangkan sisanya 57% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dalam arti lain bahwa masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi keputusan nasabah.

4.4.4 Uji-F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada *output* tabel ANOVA pada tabel dengan menggunakan probabilitas sebesar 5% atau 0,05.

Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	510,423	2	255,211	12,010	,000 ^b
	Residual	679,977	32	21,249		
	Total	1190,400	34			

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

b. Predictors: (Constant), Margin, Pengetahuan produk

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2022)

Dengan ketentuan:

1. Jika nilai sig. < 0,05 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

2. Jika nilai sig. $> 0,05$ atau f hitung $< f$ tabel maka tidak terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

Berdasarkan output di atas diketahui nilai sigfikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $12,010 > F$ tabel $3,28$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

3.7. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah

Ha = terdapat pengaruh antara pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah di Capem Tapaktuan

Pengetahuan calon nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah yang akan digunakan merupakan faktor penting dalam lembaga keungan syariah, karena dengan mengetahui produk dan manfaat yang didapati maka keputusan calon nasabah untuk mengambil produk murabahah akan lebih meningkat.

Hasil uji linear berganda menunjukkan besar koefisien regresi variabel pengetahuan produk (X1) bertanda positif sebesar $0,526$ artinya bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah. Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial (uji T) diperoleh nilai t hitung $2,998$ dengan nilai sig. $0,005 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya ada terdapat pengaruh yang signifikan margin terhadap

keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan informasi produk perbankan syariah, faktor penentu nasabah dan informasi relevan merupakan faktor penting dalam proses mengambil keputusan sehingga mempengaruhi calon nasabah untuk menjadi nasabah produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan.

Hasil penelitian konsisten dengan penelitian yang dilakukan Dewi (2015) bahwa pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Dibuktikan dengan nilai $+ 0,423$ dan mempunyai nilai sig. $0,000$ yang berarti lebih kecil dari pada α sebesar 5% atau $0,05$.

Penelitian dilakukan Susanti (2017) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera. Pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan calon nasabah mengenai produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan, seperti pengetahuan informasi produk perbankan syariah, faktor penentu nasabah dan informasi relevan yang sangat berpengaruh terhadap keputusan calon nasabah terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan.

2. Pengaruh Margin terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan

H₀ = terdapat pengaruh antara margin terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan

Margin merupakan selisih dari harga jual dikurangi dengan harga beli. Perhitungan margin murabahah dengan mencontohkan perdagangan yang dilakukan Rasulullah yaitu *Cost Recovery* ditambah dengan keuntungan yang diinginkan bank. *Cost Recovery* merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan yang dapat didekati dengan membagi jumlah proyeksi biaya operasional bank dengan target volume pembiayaan murabahah bank. Perhitungan margin itulah yang digunakan pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan. Besar kecilnya perolehan tergantung pada keuntungan yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa margin merupakan salah satu praktik keuangan syariah.

Berdasarkan uji secara parsial (uji T) diperoleh nilai sig. 0,884 dan $t_{hitung} ,147 < 2,03$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan margin terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan.

Hal ini diketahui dari hasil angket yang diberikan kepada responden, bahwa margin juga menjadi faktor pendorong untuk memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah

Capem Tapaktuan, sebab jika margin yang diberikan kepada nasabah memenuhi keinginan nasabah untuk menjadi nasabah produk pembiayaan murabahah maka nasabah akan memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan.

3. Pengaruh pengetahuan produk dan margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan

H_{a2} = Terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan produk dan margin secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Tapaktuan.

Nilai konstanta sebesar 38,204 menyatakan jika variabel pengetahuan produk dan margin sama dengan nol, maka nilai konstanta bertanda positif menunjukkan meningkatnya keputusan nasabah sebesar 38,204. Berdasarkan hasil output SPSS Versi 23 maka variabel pengetahuan produk dan margin secara simultan positif terhadap keputusan nasabah memilih produk murabahah PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan. Hasil *output* SPSS Versi 23 diketahui nilai sigfikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $12,010 > F$ tabel 3,28, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H3 diterima.

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh nilai R sebesar 0,655 hal ini menunjukkan terjadi hubungan antara variabel independen dan

variabel dependen pada kategori kuat (0,60-0,799). Angka R^2 (*R square*) sebesar 0,429, hal ini menunjukkan variabel dependen dipengaruhi sebesar 43% sedangkan sisanya 57% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dalam arti lain bahwa masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi keputusan nasabah.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh pengetahuan produk, margin terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan.

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah diperoleh nilai t hitung 2,998 dengan nilai sig. 0,005.
2. Hasil pengujian hipotesis bahwa Margin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah diperoleh nilai t hitung 2,03 dengan nilai sig. 0,0884.
3. Hasil pengujian hipotesis bahwa pengetahuan dan margin berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah diperoleh nilai t 12,010 dengan nilai sig. 0,05.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi
 - a. PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan hendaknya meningkatkan pemahaman maupun transparansi mengenai margin secara optimal sehingga calon nasabah juga akan tertarik dan lebih paham mengenai margin yang diterapkan.

- b. PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah sehingga nasabah akan merasakan nyaman dalam melakukan transaksi
 - c. PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan hendaknya sebelum menjadikan calon nasabah menjadi nasabah, memberikan penjelasan terlebih dahulu mengenai produk serta fitur-fitur lainnya sehingga calon anggota tidak kebingungan apabila nanti akan mengambi/tarik tunai tabungan.
 - d. Agar masyarakat tertarik menabung di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan, hendaknya pihak Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan lebih gencar lagi melakukan sosialisasi maupun promosi, baik melalui media cetak maupun media elektronik.
2. Bagi Akademis
- a. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah referensi perpustakaan di UIN Ar-Raniry Banda Aceh bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
 - b. Variabel yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk, margin dan keputusan nasabah. Dengan demikian masih terdapat variabel lain yang juga mempengaruhi keputusan calon nasabah untuk memilih produk pembiayaan murabahah di PT. Bank Aceh Syariah Capem Tapaktuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisah, Dina, Muthi'ah dan Mirzan. (2012). Pengaruh Faktor Pribadi Nasabah terhadap Pengambilan Keputusan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT UMY. *Jurnal Ekonomi*. Tahun 2012.
- Arini, Irma, Dwi. (2019). Pengaruh Pelayanan, Kebutuhan Modal dan Margin Keuntungan terhadap Proses Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah Batang. *Skripsi: Ilmu Ekonomi Islam Walisongo*.
- Ascarya. (2008). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Astriani, Toriqul. (2017). Pengaruh Kebutuhan Anggota Pendapatan Anggota, dan Tingkat Margin terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil Harun Tulung Agung. *Skripsi: IAIN Tulung Agung*.
- Ayu, Frida Setya. (2015). Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pemilihan Produk Tabungan (studi pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta). *Skripsi*. Jakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Bungin, Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rosdakarya.

- Darsono. (2017). *Dinamika Produk dan Akad Keuangan Syariah di Indonesia*. Depok: Rajawali Pers.
- Diana, Susanti Mei. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe. *Skripsi tidak diterbitkan*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Fahmi, Irham. (2013). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: UNDIP.
- Hadi, Syamsul. (1986). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Handayani, Putri Duwi. (2020). Pengaruh Tingkat Margin dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah pada bank syariah KCP Ngronggo Kediri. *Skripsi tidak diterbitkan*. Ponorogo: IAIN PONOROGO.
- Isnaliana. (2015). Penetapan Margin Keuntungan Murabahah: Analisis Komparatif Bank Muamalat Indonesia dan Bank Aceh Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 2.
- Kotler. (2012). Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1, Alih Bahasa*, Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Martono, Nanang. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Menteri Negara Koperasi dan UKM RI. (2004). No: 91/Kep/M.KUKM I/IX/2004. Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah.
- Mustofa, EQ., Zainal. (2016). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mutia, Elma Juliani. (2017). Pengaruh Referensi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Aqobah Palembang. *Skripsi tidak diterbitkan*. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Nadwa. (2014). Proses Pengambilan Keputusan Untuk Mengembangkan Mutu Madrasah. *Herson Anwar, Vol. 8, No. 1, April 2014*.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, J., Setiadi. (2005). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Paul Peter dan Jerry. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 4th ed. The Mc Graw-Hill Companies.Inc
- Peraturan Menteri Koperasi dan Usaham Kecil dan Menengah Republik Indonesia No. 16/Per/M.KUKM/IX/2015.
- Philip Kotler. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Rachmawati. (2017). Pengaruh Persepsi Tantang Bank Syariah terhadap Minat Menggunakan produk di BNI Syariah Semarang. *Jurnal ADDIN*. 8 (1). 6-7.

- Rahma, Bellani. (2016). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. *Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah*.
- Sangadji, Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sari, Novita Erliana, Nik Amah dan Yahya Reka Irawan. (2017). Penerapan Bagi Hasil dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. *Jurnal Promosi Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*. Vol.5, No.2
- Schiffman, L.G. dan Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sinambela, Lijan, Poltak. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Graha Ilmu
- Sjahdeini, Sutan, Remy. (2014). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sofiah dan Sangaji, E.M. (2011). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis *Disertasi Jurnal Penelitian-Ed. I. Yogyakarta: ANDI*.
- Sugiyono. (2016). *Statistik Non Parametrik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Buku Seru.
- Supanto. (2009). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Swasta, Basu, Dharmesta dan Handoko, T., Hani. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Ed. ke-3*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Syah. (2014). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wahab, Wirdayani. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Menabung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 1 Nomor 2, Juli-Desember*, diakses 20 September 2020.
- Widodo. (2011). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Semarang: Unissula Press.
- Wiroso. (2005). *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press.
- Yossiana, Ayu, Aulia. (2018). Pengaruh Bagi Hasil Produk Tabungan Mudharabah terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ulee Kareng. Banda Aceh: *Skripsi: UIN Ar-raniry*.
- Zulganef. (2013). *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.