

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Salesmanship*, *Margin* dan Pengetahuan Produk oleh Nasabah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada PT BNI Syariah KCP Tulungagung” ini ditulis oleh Tyas Andriani, NIM 17401153037 pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh produk-produk bank syariah bermacam-macam yang disediakan untuk masyarakat diantaranya produk pendanaan dan pembiayaan. Produk pembiayaan diantaranya yaitu menggunakan akad *Murabahah* atau *Ijarah Multijasa*.. Begitu pentingnya kegiatan pemasaran yang mau tidak mau harus dilakukan oleh pihak perbankan, maka hal yang tidak boleh kalah pentingnya bagi perbankan syariah untuk menyusun strategi pemasaran demi menarik minat para nasabah dan calon nasabah untuk mempergunakan produk perbankan syariah tersebut. Untuk menjaga dan mengembangkan agar produk yang ditawarkan dapat diterima masyarakat maka keberadaan produk tersebut harus disesuaikan dengan peluang pasar yang ada, karena tujuan strategi pemasaran adalah untuk memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) Apakah *Salesmanship* Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung ?; (2) Apakah *Margin* Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung?; (3) Apakah Pengetahuan Produk oleh Nasabah Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung ?; (4) Apakah *Salesmanship*, *Margin*, dan Pengetahuan Produk oleh Nasabah Secara bersama-sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Salesmanship*, *Margin* dan Pengetahuan Produk oleh Nasabah terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara memberikan angket kepada nasabah pembiayaan Murabahah di BNI Syariah KCP Tulungagung. Sampel pada penelitian ini berjumlah 72 nasabah. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji T, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil ini diuji menggunakan SPSS 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (1) *Salesmanship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada PT Bank BNI Syariah KCP Tulungagung, (2) *Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada PT Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. (3) Pengetahuan Produk oleh Nasabah berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembiayaan murabahah pada PT Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. (4) Sedangkan secara simultan *Salesmanship*, *Margin* dan Pengetahuan Produk oleh Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada PT Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

Kata kunci: *Salesmanship*, *Margin*, Pengetahuan Produk oleh Nasabah dan Keputusan Pembiayaan Murabahah

ABSTRACT

Thesis entitled "Effect of Salesmanship, Margin , and Customer's Erudition Product toward Murabahah's Financing Decision in BNI Syariah Limited Company KCP Tulungagung" written by Tyas Andriani, Student Registered Number 17401153037. Advisor: Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

This research is motivated by A variety products of Syariah banking are provided for public such as funding product and financing product. Financing product uses way like akad Murabahah or Ijarah Multijasa. That is so important that somehow marketing activities has to be done by banking services, so it is equally important for Syariah banking to devise marketing strategies to attract customers and potential customers in using its products. To keep and develop the offered products that are socially acceptable so those products must be adapted to opportunities because of the purpose of marketing strategy is to maximize consumption or in other words to make consumption easier and stimulating, so it may attract customers to buy those product repeatedly.

The research question of this research was (1) Does the salesmanship has significant impact on the murabahah financing decision in BNI Syariah KCP Tulungagung?, (2) Does the margin have significant impact on the murabahah financing decision in BNI Syariah KCP Tulungagung?, (3) Does customer's erudition product have any significant impact on the murabahah financing decision in the BNI Syariah KCP Tulungagung?, (4) Do the salesmanship, margin, and customer's erudition product collectively have significant impact on the murabahah's financing decision in Syariah KCP Tulungagung?. The purpose of this research was to determine whether there is significant impact partially and simultaneously on the salesmanship, margin and customer's erudition product on the murabahah's financing decision in BNI Syariah KCP Tulungagung?.

The research design of this study was associative with quantitative approach. The data used was primary data obtained from distributing questionnaire to the Murabahah's financing customers in BNI Syariah KCP Tulungagung. The sample in this research amounted to 72. The data analysis was using validity tests, reliability tests, data normality tests, classical assumption tests, linear regression tests, T-test, F-test, and determinate coefficient (R^2). Those results were tested by using SPSS 16.

The result showed that as partial: (1) Salesmanship had positive and significant effect on the murabahah's financing decision in BNI Syariah limited company KCP Tulungagung, (2) Margin had positive and significant effect on the murabahah's financing decision in BNI Syariah limited company KCP Tulungagung, (3) Customer's erudition product had positive and significant effect on the murabahah's financing decision in BNI Syariah limited company KCP Tulungagung. Meanwhile (4) simultaneous: salesmanship, margin and customer's erudition product had positive and significant effect on the murabahah's financing decision in the BNI Syariah limited company KCP Tulungagung

Keywords: *Salesmanship, Margin, customer's erudition product, and Murabahah's financing decision*