

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada perekonomian suatu Negara, peranan bank begitu penting bagi kegiatan ekonomi, dapat dikatakan bahwa bank sebagai darahnya perekonomian suatu Negara. Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu Negara dapat dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu Negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut. Dalam dunia modern ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar dan memiliki tempat yang teramat penting sebagai lembaga yang mempengaruhi kegiatan perekonomian. Lembaga perbankan merupakan salah satu tulang punggung perekonomian suatu Negara, karena memiliki fungsi intermediasi atau sebagai perantara antara pemilik modal (*fund supplier*) dengan pengguna dana (*fund user*).

Berdasarkan Undang-undang No.10 tahun 1998 bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup manusia. Menurut Kasmir bank mempunyai kegiatan berupa menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana ke masyarakat dengan memberikan pinjaman kepada masyarakat yang mengajukan permohonan serta memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti transfer, *clearing*, inkaso, dan lain-lain.

Saat ini perbankan Syariah perkembangannya pesat sejak disahkan Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan Syariah dimana bank memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri perbankan syariah. Dilirik dari hal tersebut banyak perbankan konvensional mulai menjalankan *dual banking sistem*. Dalam sistem perbankan ganda ini, kedua sistem perbankan secara bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, serta mendukung pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional. Perbankan Islam yaitu bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, dengan mengacu pada Al-Quran dan Sunnah sebagai landasan dasar hukum dan operasionalnya.¹

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).²

¹ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm 71

² Ismail MBA, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm 31

Tabel 1.1

Jumlah Komposisi Pembiayaan yang diberikan BUS dan UUS berdasarkan akad (Jutaan)

AKAD	2013	2014	2015	2016	2017
Murabahah	56.365	88.004	106.779	117.371	122.111
Musyarakah	18.960	27.667	36.715	49.336	60.713
Mudharabah	10.229	12.023	13.363	14.354	14.820
Ijarah	1.423	1.639	1.813	2.391	2.579
Qardh	989	1.045	1.232	1.875	2.190

Sumber : Statistik Perbankan Syariah Desember 2013-2017 (OJK), telah

diolah kembali.

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*. Pembiayaan murabahah merupakan perjanjian jual beli antara bank dan nasabah dimana bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya dengan nasabah yang bersangkutan dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

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.³

Bentuk *salesmanship* harus dijalankan dengan efektif dan efisien, maka perlu program pemasaran yang tepat seperti mengidentifikasi pasar sasaran dan motif pembeli, misi yang menyangkut sasaran dan merancang pesan atau kata-kata yang akan disampaikan secara langsung kepada konsumen, sehingga pesan yang disampaikan kepada konsumen ini dapat menarik dan mempengaruhi konsumen. Bahkan tidak jarang kita menemukan banyaknya pesan yang disampaikan perusahaannya melalui salesman ataupun brosur yang mempromosikan produk perusahaannya dengan pesan yang sangat memikat dan mempengaruhi dan tak jarang juga isi dari pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan kondisi barang yang sebenarnya.

Penentuan *margin* juga menjadi salah satu hal yang menjadi perhatian nasabah. *Margin* adalah keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak atas pembelian suatu barang atau jual beli. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alima dan Ainul menyatakan bahwa keuntungan *margin* merupakan profit yang diperoleh pihak lembaga keuangan syariah dari hasil transaksi yang berlangsung sesuai dengan prinsip syariah. *Margin* merupakan keuntungan bank dari akad murabahah yang dinyatakan dalam bentuk persentase tertentu yang ditetapkan oleh Bank Syariah. *Margin* keuntungan merupakan

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Media, 2005), hlm. 66

tingkat keuntungan yang diperoleh syariah dari harga jual objek murabahah yang ditawarkan bank syariah kepada nasabahnya.⁴

Pengetahuan produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memutuskan menjadi anggota pada lembaga keuangan yang diinginkan. Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dua atau lebih pemilihan alternatif. Sebagai konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Banyaknya macam bank syariah dan produk tabungan murabahah yang ditawarkan menjadikan banyak alternatif. Jika konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian.

Pembiayaan murabahah merupakan perjanjian jual beli antara bank dan nasabah dimana bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya dengan nasabah yang bersangkutan dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Murabahah memberikan banyak manfaat kepada bank syariah. Satu-satunya adalah keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjualan dengan harga jual kepada nasabah. Selain itu, sistem ini juga sangat sederhana, hal tersebut memudahkan penanganan administrasinya di bank syariah. Selain itu begitu banyaknya nasabah yang menggunakan jasa pembiayaan tersebut semakin mempertegas penulis untuk melakukan penelitian di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung tersebut.

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung sebagai salah satu Bank berbasis syari'ah. Banyak sekali produk pembiayaan dana di Bank

⁴ Jihad, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi permintaan pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Indonesia*. Vol. 6 No. 2, 2009, hlm. 104

BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung misalnya produk BNI Multiguna iB Hasanah. Pada umumnya banyak sekali lembaga keuangan itu yang memiliki produk Tabungan, setiap produk di lembaga keuangan pasti ada perbedaan, perbedaannya itu bisa dilihat dari suku bunga untuk bank konvensional dan sistem bagi hasil untuk berbasis syariah.

Tabel 1.2

Pembiayaan pada PT BNI Syariah Periode 2013-2017

(Jutaan)

AKAD	2013	2014	2015	2016	2017
Murabahah	854.003	1.450.260	1.753.944	1.891.261	2.021.768
Musyarakah	117.623	136.237	169.090	266.771	289.076
Mudharabah	54.685	99.232	139.302	151.780	176.321
IMBT	10.304	85.658	74.504	36.047	34.874
Qardh	13.219	17.938	22.231	20.518	35.437

Sumber : Laporan Keuangan BNI Syariah KCP Tulungagung

Berdasarkan laporan keuangan tahunan tersebut, dapat diketahui besarnya nilai pembiayaan pada BNI Syariah pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2017. Besarnya pembiayaan pada BNI Syariah KCP Tulungagung rata-rata mengalami kenaikan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017. Kenaikan yang cukup drastis terjadi pada pembiayaan murabahah dari tahun 2013 ke tahun 2014 yaitu sebesar 596.257. Sedangkan untuk pembiayaan musyarakah terjadi peningkatan yang sangat drastis bisa dilihat pada tahun 2015 menuju tahun 2016 yaitu kenaikan sebesar 97.711. Sedangkan untuk pembiayaan mudharabah

terjadi peningkatan yang sangat drastis bisa dilihat pada tahun 2014 menuju tahun 2015 yaitu kenaikan sebesar 40.070. Sedangkan untuk pembiayaan IMBT terjadi peningkatan yang sangat drastis bisa dilihat pada tahun 2013 menuju tahun 2015 yaitu kenaikan sebesar 75.354. Sedangkan untuk pembiayaan qardh terjadi peningkatan yang sangat drastis bisa dilihat pada tahun 2016 menuju tahun 2017 yaitu kenaikan sebesar 14.919.

Pada saat ini, perkembangan perbankan di Kabupaten Tulungagung juga berkembang cukup pesat, hal ini bisa dilihat dari banyaknya perbankan yang muncul di Kabupaten Tulungagung. Munculnya perbankan di Kabupaten Tulungagung mulai dari bank konvensional maupun bank syariah, yang salah satunya adalah BNI Syariah. Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah hampir sama melalui dari jenis produk, akad, deposito dan giro. Tetapi yang membedakan adalah bagaimana BNI Syariah KCP Tulungagung dapat memberikan keunggulan-keunggulan tersendiri bagi produk-produk yang mereka miliki.

Banyak produk-produk dana yang dimiliki oleh di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung yang sudah disetujui oleh DPS diantaranya TabunganKU iB Hasanah, Tabungan iB Hasanah, Tabungan iB Prima Hasanah, Tabungan iB Bisnis Hasanah, Tabungan iB Tunas Hasanah, Tabungan iB THI Hasanah, Tabungan iB Tapenas Hasanah, Tapenas Griya Hasanah, Giro iB Hasanah dan Deposito iB Hasanah. Tidak hanya itu saja di BNI Syariah KCP Tulungagung juga menyediakan pembiayaan Produktif dan Pembiayaan Konsumtif. Dalam Pembiayaan Produktif diantaranya Tunas usaha iB Hasanah, Wirausaha iB Hasanah, Usaha kecil iB Hasanah dan Pembiayaan Konsumtif diantaranya Griya

iB Hasanah, Flexi iB Hasanah, Multiguna iB Hasanah, Pembiayaan Haji iB Hasanah.⁵

BNI Syariah merupakan salah satu bank yang berhasil mendapatkan berbagai penghargaan. Diantaranya adalah The Best Digital Brand 2012-2017 kategori KPR Bank Umum Syariah, Digital Popular Brand Award 2017 kategori tabungan syariah, Trusted Company Based on Corporate Governance Perception Index (CGPI) 2017. Selain itu penghargaan yang diraih oleh BNI Syariah baru-baru ini adalah Top Brand Award 2018 kategori sharia bank dan Indonesia Top Digital Public Relation Award 2018.⁶

Dari Berbagai penghargaan tersebut membuktikan bahwa BNI Syariah termasuk dalam salah satu bank syariah terbaik di Indonesia, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian di BNI Syariah KCP Tulungagung.

Pembiayaan murabahah menjadi produk yang unggulan dibandingkan dengan pembiayaan lainnya di Bank BNI Syariah karena banyak nasabah yang menjatuhkan pilihannya menggunakan pembiayaan Murabahah. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH SALESMANSHIP, MARGIN DAN PENGETAHUAN PRODUK OLEH NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT BNI SYARIAH KCP TULUNGAGUNG”**

⁵ Brosur produk-produk BNI Syariah

⁶ Laporan Keuangan (Bulanan) BNI Syariah

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Keputusan pembiayaan dipengaruhi oleh *salesmanship*, *margin* dan pengetahuan produk oleh nasabah.
2. BNI Syariah sebagai salah satu perbankan syariah yang memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan perekonomian yang berbasis Islam.
3. Banyaknya penelitian sejenis dengan mengambil cakupan objek penelitian yang luas. Penambahan objek penelitian pada pembiayaan Murabahah yang didasarkan pada penelitian terdahulu diharapkan mampu menghadirkan hasil penelitian yang berkualitas.

Sedangkan ruang lingkup yang dibahas dalam penelitian ini dibatasi pada permasalahan yang kaitannya dengan *salesmanship*, *margin*, dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan murabahah. Dan peneliti mengambil sampel penelitian pada BNI Syariah KCP Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah *salesmanship* berpengaruh secara 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 berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh *salesmanship* terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung
2. Pengaruh *margin* terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung
3. Pengaruh Pengetahuan Produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung
4. Pengaruh *salesmanship*, *margin*, dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan Murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian dalam pengaruh *salesmanship*, *margin* dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan murabahah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *salesmanship*, *margin* dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap

keputusan pembiayaan Murabahah dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai penambah pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai akad Murabahah, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.

b. Bagi Akademik

Sebagai asset pustaka yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan akademisi, baik dosen maupun mahasiswa, dan upaya dalam memberikan informasi, pengetahuan dan sebagai proses pembelajaran mengenai salesmanship, margin dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan murabahah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang terkait pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut.

d. Bagi BNI Syariah KCP Tulungagung

Penelitian ini diharapkan turut menjadi kontribusi pemikiran yang memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi, serta sebagai bahan koreksi bagi perusahaan mengenai berapa besar peranan pengaruh *salesmanship*, *margin* dan pengetahuan produk oleh nasabah

terhadap keputusan pembiayaan murabahah di BNI Syariah KCP Tulungagung.

F. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua, yaitu definisi konseptual dan definisi operasional yang diangkat oleh peneliti dengan tujuan untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan, yaitu:

1. Secara Konseptual

a. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.⁷

b. *Salesmanship*

Salesmanship merupakan suatu kemampuan yang mempunyai segi penampilan kejujuran, keramahan dan persesuaian serta pertimbangan mencapai suatu titik keputusan terhadap hal-hal yang berharga bagi seseorang atau menyenangkan bagi seseorang.⁸

c. *Margin*

Margin adalah penambahan harga di atas harga beli bank (cost price) dari pemasoknya.⁹

⁷ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 849

⁸ Sotar Baduara, *Salesmanship Ilmu dan Seni Menjadi Penjual yang Sukses*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara Jakarta, 2004), hlm.13

⁹ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-aspek Hukumnya, Cetakan Pertama* (Jakarta: Kencana,2014), hlm. 137

d. Pengetahuan

Pengetahuan adalah suatu istilah yang dipergunakan untuk menuturkan apabila seseorang mengenal tentang sesuatu.¹⁰

e. Produk

Produk adalah segala sesuatu atau apa saja yang dapat ditawarkan di suatu pasar untuk mendapat perhatian untuk dibeli, dipakai atau dikonsumsi yang diperkirakan dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.¹¹

f. Keputusan Pembiayaan

Keputusan Pembiayaan suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.¹²

g. Murabahah

Murabahah adalah suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (*margin*) yang diinginkan.

Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk lumpsom atau persentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara spot (tunai) atau bisa dilakukan di kemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu, murabahah tidak dengan sendirinya mengandung konsep

¹⁰ Surajiyo, *Filsafat Ilmu dan Perkembangannya di Indonesia: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 26

¹¹ Philip kotler, A.B.Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm.560

¹² M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002) hlm. 10

pembayaran tertunda (*deferred payment*) seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui murabahah hanya dalam hubungannya dengan transaksi pembiayaan di perbankan syariah.¹³

h. Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkannya dengan mekanisme tertentu.

2. Secara Operasional

Kajian tentang pengaruh *salesmanship*, *margin* dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan murabahah yaitu suatu kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah atau calon nasabah agar mereka mengenal akan produk yang ditawarkan oleh BNI Syariah KCP Tulungagung.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam mengarahkan penulisan skripsi ini untuk lebih mudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai buku pedoman skripsi. Sistematika penulisan ini berisi tentang isi kelesuruhan penulisan yang terdiri dari bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir penelitian.

Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, abstrak.

¹³ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah.*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2006), hlm 81-82

Bagian utama terdiri dari enam bab yang masing-masing bab menjelaskan hal-hal tersendiri, yaitu:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, bertujuan untuk mengungkapkan masalah yang akan dikaji sesuai dengan objek penelitian. Dalam bab ini terdiri dari beberapa sub bab pendahuluan, yaitu: a) latar belakang, b) identifikasi masalah dan batasan masalah, c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e) kegunaan penelitian, f) penegasan istilah, g) sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori. Pada bab ini digunakan sebagai pijakan penelitian untuk menganalisis data hasil penelitian. Dalam bab landasan teori ini berisi beberapa sub bab, yaitu sub bab berikut: a) kajian teori yang membahas tentang pengaruh *salesmanship*, *margin* dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BNI Syariah KCP Tulungagung, b) hasil-hasil penelitian terdahulu, c) kerangka konseptual, d) hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini menjelaskan mengenai cara memperoleh data, menganalisis data, dan menguji data. Dalam bab metode penelitian ini terdiri dari beberapa sub bab diantaranya: a) pendekatan dan jenis penelitian, b) populasi, sampel, dan sampling penelitian, c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, e) teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini menguraikan secara detail diskripsi objek, diskripsi data, dan diskripsi hasil penelitian. Pada a) diskripsi objek penelitian akan dijelaskan mengenai sejarah, visi misi, dan penilaian BNI Syariah KCP Tulungagung, b) diskripsi data akan dijelaskan tentang pengaruh *salesmanship*, *margin* dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan

murabahah di BNI Syariah KCP Tulungagung, c) diskripsi hasil penelitian akan dijelaskan hasil dari uji normalitas data, asumsi klasik, hasil uji regresi linier, berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinan.

Bab V Pembahasan, pada bab ini membahas mengenai rumusan masalah yang ada terdiri dari beberapa sub diantaranya: a) pengaruh yang signifikan *salesmanship* terhadap keputusan pembiayaan murabahah di BNI Syariah KCP Tulungagung, b) pengaruh yang signifikan *margin* terhadap keputusan pembiayaan murabahah di BNI Syariah KCP Tulungagung, c) pengaruh yang signifikan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan murabahah di BNI Syariah KCP Tulungagung, d) pengaruh *salesmanship*, *margin* dan pengetahuan produk oleh nasabah terhadap keputusan pembiayaan murabahah di BNI Syariah KCP Tulungagung.

Bab VI Penutup, pada bab ini berisikan tentang: a) kesimpulan penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis data dari hasil temuan dan b) saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini, baik kepada pihak bank maupun pihak lain yang ingin mengembangkan atau mengadakan penelitian lanjutan.

Pada bagian akhir yang berisikan tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran yang dilampirkan, surat pernyataan keaslian skripsi, daftar riwayat hidup peneliti dan lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi skripsi ini

