

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Tingkat Margin, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Promosi, serta Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung” ini ditulis oleh Ika Binti Faizun, NIM. 12401173270, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I. Penelitian ini dilatar belakangi oleh sebuah fenomena bahwa Bank BRISyariah sebagai lembaga penyalur dana berperan sebagai lembaga pendukung bagi masyarakat untuk membuka dan mengembangkan usaha-usahanya. Khususnya pada produk pembiayaan murabahah terdapat beberapa hal yang mempengaruhi nasabah untuk mengambil keputusan untuk memilih produk pembiayaan murabahah, seperti tingkat margin, lokasi, kualitas pelayanan, promosi serta pengetahuan.

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: (1) Apakah tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung?. (2) Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung?. (3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah pada BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung?. (4) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung?. (5) Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung?. (6) Apakah tingkat margin, lokasi, kualitas pelayanan, promosi, serta pengetahuan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah pada Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung?

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Tingkat Margin, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Promosi, serta Pengetahuan secara parsial maupun silmutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian menggunakan asosiatif. Teknik sampling yang digunakan menggunakan probability sampling. Sumber data adalah data primer. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner atau angket. Analisis data yang digunakan menggunakan: 1. Uji Statistik: Uji Validitas, Uji Reabilitas, 2. Uji Asumsi Klasik: Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas, 3. Analisis Regresi Berganda, 4. Uji Hipotesis: Uji T dan Uji F, 5. Uji Koefisien Determinasi.

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

Kata kunci: tingkat margin, lokasi, kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, keputusan nasabah

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Margin Level, Location, Quality of Service, Prpmtion, and Knowledge of Customer's Decision to Choose Murabahah Financing Products at Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung" was written by Ika Binti Faizun, NIM. 12401173270, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Banking, State Islamic Institute of Tulungagung, supervisor Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

This research is motivated by a phenomenon that Bank Syariah as a channeling institution serves as a supporting institution for the community to open and develop its businesses. Especially in murabahah financing products there are several things that influence customers to make decisions to choose murabahah financing products, such as margin level, location, quality of service, promotion and knowledge.

The problem formulation of this study is: (1) Does the margin level affect the decision of customers to choose murabahah financing products at Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (2) Does the location affect the customer's decision to choose murabahah financing products at Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (3) Does the quality of service affect the customer's decision to choose murabahah financing products at Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (4) Does the promotion affect the decision of the customer's to choose murabahah financing products at Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (5) Does knowledge affect the decision of choose murabahah financing products at Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (6) Whether margin level, location, and knowledge simultaneously affect the decision of customer's to choose murabahah financing products at Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung?

The study aims to test the influence of Margin Level, Location, Quality of Service, Promotion, and Knowledge partially and simultan. The research approach and type of research using associative. Sampling techniques are used using probability sampling. The data source is the primary data. Data collection techniques through the dissemination of questionnaires or questionnaires. Data analysis used using: 1. Statistical Test: Validity Test, Reliability Test, 2. Classic Assumption Test: Normality Test, Multicollinearity Test, Autocorrelation Test, Heteroskedasticity Test, 3. Multiple Regression Analysis, 4. Hypothesis Test: T Test and F Test, 5. Determination Coefficient Test.

positive and significant effect on customer decisions, location negatively and significantly affect customer decisions, quality of service positively and significantly affect customer decisions, promotions negatively and insignificantly affect customer decisions, knowledge positively and significantly affect customer decisions. Furthermore, Test F is known that margin level, location, quality of service, promotion, and knowledge simultaneously have a positive and significant effect on customer decisions.

Keywords: margin level, location, quality of service, promotion, knowledge, decisions customer