

BAB I

PENDAHULUAN

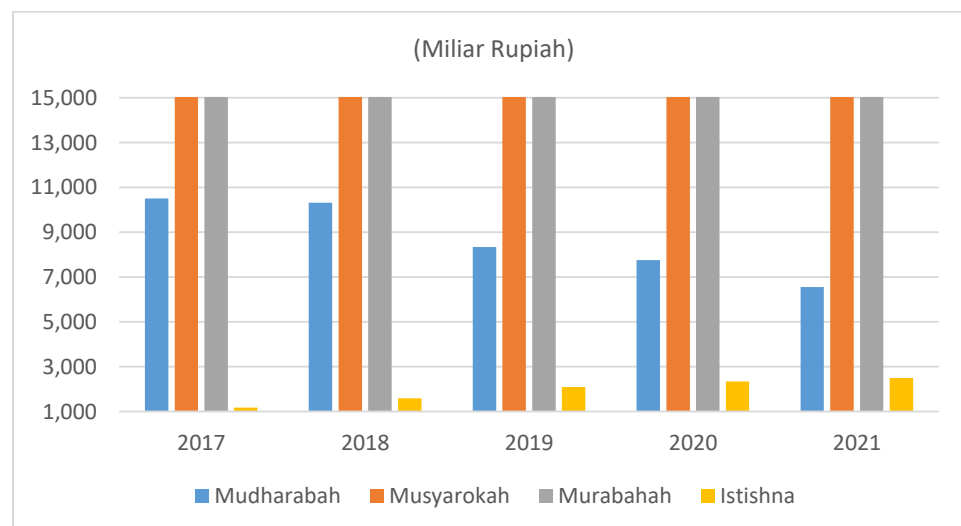
A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan Syariah mempunyai karakteristik umum dan landasan dasar operasional secara keseluruhan adalah pada prinsip bagi hasil (*profit sharing*) atau prinsipnya berdasarkan kaidah *al-murabahah*. Hal ini yang menjadi ciri khas dan membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam aplikasinya, konsep penyertaan modal menjadi pembeda antara keduanya. Selain itu, lembaga keuangan Syariah tidak menggunakan pranata bunga untuk keuangan menutup biaya operasional dan mendapatkan keuntungan dari jasa.

Produk lembaga keuangan Syariah tidak berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, yaitu bertumpu pada penyediaan jasa simpanan dan pinjaman (pembiayaan). Ada banyak produk penghimpunan dan penyaluran dana yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan sebuah lembaga keuangan syariah. Hal ini dimungkinkan karena sistem Syariah memberi ruang yang cukup untuk itu. Namun dalam praktek, sebagian besar lembaga keuangan Syariah masih membatasi diri dengan beberapa produk saja yang dianggap aman dan profitable. Dalam upayanya menghimpun dana, produk dengan prinsip bagi hasil murabahah lebih diminati dengan pertimbangan tidak terlalu berisiko, mengingat kapasitasnya sebagai mudarib, serta relatif lebih mudah dalam penerapannya. Sedangkan dalam upaya menyalurkannya kembali dalam

bentuk pemberian pembiayaan pada nasabah, produk Murabahah lebih dikedepankan dengan alasan produk tersebut mampu memberikan jaminan perolehan keuntungan yang memadai berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak pada saat perjanjian dilakukan.

Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk Murabahah dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk- produk lembaga keuangan syariah khususnya bank muamalat. Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga bank muamalat merupakan salah satu perwujudan dari sistem keuangan Syariah. Lembaga ini dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro, karena umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.



Gambar 1.1
Grafik Pembiayaan Berdasarkan Jenis Akad-Bank Umum Syariah²

² Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada data Statistik Perbankan Syariah, 2021

Berdasarkan pada gambar 1.1 disebutkan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada data Statistik Perbankan Syariah (SPS) Desember 2017-Desember 2021 menyatakan bahwa jumlah dana masyarakat memiliki keputusan yang lebih besar pada pembiayaan murabahah dibandingkan dengan akad lainnya, seperti musyarakah, *istishna'*, dan ijarah. Seperti data yang sudah ada pada data OJK- statistik perbankan syariah yang menyatakan pada tahun 2017-2021. Dapat diketahui juga bahwa piutang Murabahah memiliki kenaikan dari tahun 2017 sebesar 35.818 miliar, tahun 2018 sebesar 36.671 miliar, tahun 2019 sebesar 37.929 miliar, tahun 2020 sebesar 37.311 miliar, hingga tahun 2021 46.704 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tahun terdapat fluktuasi dalam peminatan akad murabahah.

Keputusan nasabah menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan orang-orang yang dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai. Apabila marketing dapat memberikan suatu kepercayaan terhadap nasabah seperti, menjaga kerahasiaan data nasabah hal ini akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank muamalat tersebut.

Kesadaran produk juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Menurut Aaker yang dikutip oleh MH. Tajudin, kesadaran merek mempengaruhi rasa percaya diri nasabah atas keputusan pembelian dengan mengurangi tingkat resiko yang dirasakan atas suatu produk yang diputuskan untuk dibeli. Kesadaran produk memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen mengenai pertimbangan produk mana yang akan digunakan. Hal ini berhubungan dengan suatu fitur atau kelebihan yang ada dalam suatu produk tersebut, seperti halnya produk pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, istishna', dan salam. Apabila suatu produk bank muamalat memiliki kelebihan atau fitur yang dapat menarik nasabah, maka hal tersebut dapat dilakukan marketing untuk mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank muamalat.

Faktor yang pertama yang diduga berpengaruh terhadap keputusan nasabah yaitu kualitas pelayanan, dalam melayani nasabah maupun masyarakat, pihak Lembaga Keuangan Syariah pasti akan memberikan pelayanan yang berkualitas baik, pelayanan yang perhatian, sopan yang nantinya akan memberikan rasa kepuasan untuk anggota maupun masyarakat. Peneliti mengambil faktor ini untuk diteliti karena suatu pelayanan hal yang penting dalam kegiatan usaha perekonomian, baik itu dalam perbankan, maupun dalam koperasi dan sebagai bahan pertimbangan masyarakat dalam memilih koperasi atau bank. Pelayanan

kualitas dapat memberikan pengaruh besar kepada kesenangan nasabah, rentesi nasabah, loyalitas nasabah, pembelian ulang, komunikasi seminar dan profitabilitas. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat laba melalui kemampuan lembaga agar dapat mempertahankan hubungan baik dengan nasabah serta perusahaan mampu mendapatkan pelanggan baru.³

Untuk menilai kualitas pelayanan terdapat faktor-faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa yaitu dimensi kualitas pelayanan terdiri dari lima faktor, yaitu (1) Reliabilitas yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan, (2) Responsive yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap, (3) Assurance yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf, (4) Emphaty yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik (5) Tangibles yaitu fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi yang baik dan memahami pelanggan.⁴ Penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Mustikawati (2013) tentang pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung nasabah.

Faktor kedua yang diduga berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah keunggulan produk setiap bank muamalat pastinya memiliki produk-produk mereka sendiri dengan keunggulan yang

³ Dewa, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Padaal Pt BPR Balidanan Niaga Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5, 2015

⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV, ANDI OFSET, 2014), hlm 262.

berbeda-beda, untuk menjadi daya saing sesama bank syariah lainnya. Disini bank muamalat memiliki produk seperti pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, istishna', dan salam, dengan berbagai kemudahan dan syarat yang diperlukan tidak terlalu sulit. Peneliti mengambil faktor ini dengan alasan keunggulan produk diyakini dapat dijadikan bahan pertimbangan para nasabah untuk menjadipeminatan tersendiri pada bank muamalat.⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Trisnadi dan Surip tentang pengaruh keunggulan, produk tabungan dan kualitas layanan terhadap minat menabung kembali di CIMB Niaga Bintaro menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung kembali di CIMB Niaga Bintaro.

Faktor ketiga yang diduga berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah promosi, citra perusahaan serta kualitas pelayanan. Menurut Swastha promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan seseorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut Stanton promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menunjukkan keistimewaan produk yang ditawarkan serta membujuk konsumen agar membeli produk tersebut.⁶ Usaha dalam memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan langkah awal

⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV, ANDI OFFSET, 2014), hlm 262

⁶ Mawardi, Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, (1)

dalam kegiatan produksi. Dengan diadakannya kegiatan promosi, maka konsumen akan mengetahui manfaat serta keunggulan dari suatu produk yang ditawarkan.

Menurut Kotler, citra adalah kekuatan, artinya citra memiliki kemampuan di luar perusahaan yang dapat menambah kekuatan bagi produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan citra merupakan efek tunda bagi perusahaan, artinya citra dibentuk oleh perusahaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap perusahaan akan tetapi membutuhkan waktu yang relatif lama.

Faktor ketiga yang diduga berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah pengetahuan, Pengetahuan merupakan sebuah keingintahuan, dari segala perbuatan atau usaha untuk memahami apa yang akan dihadapinya. Pengetahuan yang tinggi merupakan sebuah faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Pengetahuan lebih mengarah kepada pemahaman, pengetahuan yang baik akan mampu mengukur besarnya manfaat yang diperoleh, sehingga akan dapat lebih mudah dalam mempertimbangkan keputusan. Dalam pengetahuan konsumen ada beberapa diantaranya yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk bertransaksi pada bank muamalat yaitu pengetahuan, yang mempengaruhi proses kognitif yang melibatkan pengambilan keputusan.⁷

⁷ Kristiyadi dan Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, promosi dan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni dan Ratnasari,⁸ pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Pengetahuan tidak hanya bisa diperoleh dari sekolah maupun lembaga pendidikan akan tetapi juga bisa diperoleh secara eksternal. Pengetahuan eksternal bisa didapat melalui media online, media cetak, media elektronik maupun informasi kerabat/keluarga/ tetangga. Seseorang yang tertarik menggunakan suatu produk cenderung mencari informasi mengenai produk yang akan digunakan. Sama halnya dengan produk tabungan di perbankan syariah, nasabah akan lebih mudah memahami produk tabungan atau tertarik menggunakan tabungan bila mengetahui segala informasi tentang produk tersebut.

Faktor keempat yang diduga berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah pendapatan nasabah, Beberapa hal yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk bank muamalat diantaranya faktor usia, pendidikan, motivasi, promosi, serta pendapatan anggota itu sendiri. Besar kecilnya pendapatan seseorang akan mempengaruhi dalam keputusan pemilihan produk bank muamalat. Semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar Beberapa

pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Syariah terhadap minat menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah,” *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika* Volume 5 Nomor 9, 2016 46-49

⁸ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 4 Nomor 1, 2018

hal yang mempengaruhi keputusan anggota untuk menggunakan produk bank muamalat diantaranya faktor usia, pendidikan, motivasi, promosi, serta pendapatan nasabah itu sendiri. Besar kecilnya pendapatan nasabah akan mempengaruhi dalam keputusan pemilihan produk bank muamalat. Semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan seseorang untuk menunjang kebutuhannya dan semakin besar peluang nasabah.⁹

Pendapatan nasabah merupakan semua penghasilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan, pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan tetap dan sampingan. Pendapatan dari setiap individu tidaklah sama tergantung dari profesi dan prestasi seseorang. Sehingga selain melihat dari faktor kebutuhan pembiayaan itu sendiri, anggota akan mempertimbangkan pendapatannya dalam memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan penghasilan yang ia peroleh.

Peneliti memilih Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri karena letaknya di pusat kota dan peneliti cukup mengetahui kondisi perkembangan lokasi penelitian. Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama di Indonesia yang digagas oleh Cendekiawan Muslim Indonesia (CMI) dan pengusaha muslim yang didukung oleh Pemerintah Republik Indonesia. Kemudian masyarakat masih banyak yang belum mengenal bank syariah dengan segala operasionalnya, dan belum banyak mengetahui lembaga mana saja yang

⁹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hal. 211

menggunakan sistem syariah di wilayah Kediri. Selain itu peneliti ingin mengetahui mengenai berapa besar pengaruh kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah pada Kantor Cabang Pembantu Kediri. Maka peneliti ingin memberikan informasi bahwa melalui variabel kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah dapat meningkatkan keputusan nasabah, sehingga lalu lintas pembayaran akan terus berjalan dengan baik, kemudian dana pihak ketiga dari bank syariah akan mengalami peningkatan.

Berawal dari kondisi tersebut merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti dan dicermati variabel apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam memutuskan memilih pembiayaan pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri. Berdasarkan pemikiran tersebut dalam skripsi ini penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keunggulan Produk, Promosi, Pengetahuan dan Pendapatan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti menemukan masalah-masalah yang dapat diidentifikasi dari variabel-variabel yang akan diuji sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang di tawarkan bank muamalat Indonesia belum maksimal dan masih ada antrian sehingga berakibat pada pembiayaan murabahah.
2. Keunggulan produk yang dimiliki belum maksimal sehingga berdampak pada keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah.
3. Promosi yang dilakukan terhadap keputusan nasabah belum terlalu efektif dan belum cukup menarik sehingga berdampak pada bank muamalat Indonesia.
4. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang sistem pembiayaan murabahah yang berakibat pada pembiayaan murabahah.
5. Nasabah belum mengetahui tingkat pendapatan dapat berpengaruh dalam mengambil suatu keputusan sehingga berdampak pada pembiayaan murabahah bank muamalat Indonesia.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?
2. Apakah keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?

4. Apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?
5. Apakah pendapatan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?
6. Apakah kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?
2. Untuk menguji pengaruh signifikan keunggulan produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?
3. Untuk menguji pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?
4. Untuk menguji pengaruh signifikan pengetahuan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?

5. Untuk menguji pengaruh signifikan pendapatan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?
6. Untuk menguji pengaruh signifikan kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri?

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu menambah informasi dan wawasan bagi ilmu pengetahuan, khususnya dalam ilmu keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi nasabah diharapkan dapat digunakan sebagai informasi, bahan masukan dan sumbangan pemikiran yang dapat membantu nasabah memilih perusahaan yang memiliki prospek bagus untuk pembiayaan murabahah.
- b. Bagi Bank Muamalat KCP Kediri, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan produk murabahah untuk menarik minat nasabah agar memilih pembiayaan murabahah.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian yang sejenis.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini menganalisis populasi, subyek penelitian, dan lokasi penelitian dengan penjabaran sebagai berikut:

Terdapat lima variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (variabel independen) dengan variabel X yang meliputi kualitas pelayanan, keunggulan produksi, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah. Variabel Terikat (variabel dependen) dengan variabel Y yaitu keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah.

2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengalami keterbatasan pada saat melakukan penelitian khususnya memiliki keterbatasan waktu, tenaga, pikiran dalam melakukan penelitian kepada nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri..

G. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sebagai suatu persepsi tentang kinerja perusahaan (*perception of performance based*) yang dialami konsumen, berasal dari perbandingan antara perasaan yang

seharusnya diharapkan diterima konsumen dari pelayanan perusahaan (*expectation*) dengan persepsi konsumen tentang kinerja dari pelayanan yang diperolehnya.¹⁰

b. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi.¹¹

c. Keunggulan Produk

Menurut Henard dan Szimanski keunggulan kompetitif produk adalah superioritas dan atau pembedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran kompetitor.¹²

d. Pengetahuan Nasabah

Pengetahuan Konsumen Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait

¹⁰ Hardiyansyah, "Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya", (Yogyakarta: Gava Media, 2018).

¹¹ Onny Fitriana Sitorus Dan Novelia Utami, "Strategi Promosi Pemasaran", (Jakarta: Erlangga, 2015)..

¹² Henard, D.H dan Szymanski, "Journal of Marketing Research" dalam D.M., 2001, Journal of marketing research vol. XXXVIII august. (diakses tanggal 21 Juli 2022 pukul 20.10 WIB)

dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.¹³

e. Pendapatan Nasabah

Pendapatan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan perputaran usahanya, juga untuk memenuhi berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan. Semakin besar kemampuan faktor produksi maka semakin besar pula pendapatan yang diciptakan. Dari pendapatan yang meningkat diharapkan pembayaran/pengembalian pembiayaan pun akan terjamin.¹⁴

f. Pembiayaan Murabahah

Murabahah secara umum diterapkan melalui mekanisme jual beli barang secara cicilan dengan penambahan margin keuntungan bagi bank. Produk ini paling banyak digunakan oleh nasabah dalam implementasinya dibanding produk pembiayaan lain.¹⁵

2. Penegasan Operasional

Dari penjelasan definisi konseptual diatas maka maksud dari penelitian ini adalah untuk menguji adanya “Pengaruh kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah Terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan

¹³ Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011, Hal. 310).

¹⁴ Priyono Dan Zainuddin Ismail, “*Terori Ekonomi*”, (Semarang: Dharma Ilmu, 2012)

¹⁵ Nur Melinda Lestari, “*Sistem Pembiayaan Bank Syariah Berdasarkan Uu NO.21 Tahun 2008*”, (Jakarta: Serambi Baru, 2015)

murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri”. Dimana penelitian ini dijalankan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri. Sehingga penulis ingin mendalami lebih seberapa berpengaruh variabel tersebut terhadap keputusan nasabah.

H. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional dan sistematika penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori penjelasan pvariabel yang diteliti. Variabel yang dijelaskan berisi tentang teori keputusan nasabah, kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka konseptual serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data dan variabel, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian yang berisi deskripsi Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri dan hasil penelitian yang menunjukkan hasil uji spss yang menunjukkan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat KCP Kediri.

BAB V PEMBAHASAN

Pembahasannya yang mencakup analisis kualitas pelayanan, keunggulan produk, promosi, pengetahuan, dan pendapatan nasabah terhadap keputusan nasabah murabahah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran-saran yang sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan.

Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar pustaka, lampiran lampiran, dokumentasi, data informan, surat-surat dan riwayat hidup peneliti.