

**PENGARUH TINGKAT *MARGIN*, BAURAN
PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT NASABAH PADA
PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DALAM
PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada BMT As-Syafi'iyah Berkah Nasional
KC Sendang Agung)**

SKRIPSI

**NOVALIA SAGITA
NPM : 1851020299**



Program Studi: Perbankan Syari'ah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2022M**

**PENGARUH TINGKAT *MARGIN*, BAURAN
PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT NASABAH PADA
PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DALAM
PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada BMT As-Syafi'iyah Berkah Nasional
KC Sendang Agung)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana S1 Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Novalia Sagita
NPM: 1851020299**

Jurusan : Perbankan Syari'ah

Pembimbing I : Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag

Pembimbing II : Adib Fachri, S.E.I., M.E.Sy.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2022M**

ABSTRAK

Produk pembiayaan *murabahah* pada BMT As-syafiiyah Berkah Nasional Sendang Agung mengalami penurunan dalam segi nominal dan jumlah anggota dari tahun 2017-2020. Pada tahun 2021, pembiayaan *Murabahah* pada BMT As-syafi'iyah BN Sendang Agung mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh tingkat *margin*, bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT As-syafi'iyah BN KC Sendang Agung, dan bagaimana tingkat *margin*, bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam perspektif ekonomi islam. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh tingkat *margin*, bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* di BMT As-syafi'iyah BN KC Sendang Agung dan untuk mengetahui tingkat *margin*, bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam perspektif ekonomi islam.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan sifat penelitian filsafat positivism. Teknik pengambilan sampel ialah menggunakan *Random sampling* populasi 190 nasabah dan sampelnya 65 nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT As-syafi'iyah. Hasil penelitian ini tingkat *margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan *murabahah*. Dalam perspektif ekonomi islam tingkat *margin*, bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* adalah halal dan terhindar dari transaksi yang di larang menurut syariah yaitu jual beli atau transaksi yang mengandung *riba*, *gharar*, *maysir*, *tadlis*, *risywah*, *israf* dan transaksi atas objek yang haram. Minat nasabah dipengaruhi oleh bagaimana pandangan islam nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

Kata Kunci: Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Minat Nasabah.



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721)703260

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Novalia Sagita
NPM : 1851020299
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Margin, Bauran Pemasaran dan Kualitas pelayanan Terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Murabahah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BMT As-syafi'iyah BN kantor cabang Sendang Agung)”** adalah benar benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saluran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 16 September 2022

Penulis,



Novalia Sagita

1851020299



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp (0721)703289

PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Tingkat Margin, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BMT As-Syafi'iyah Berkah Nasional Kc Sendang Agung)

**Nama : Novalia Sagita
Npm : 1851020299
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dipertahankan dalam Sidang Munaqasah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Svamsul Hilal, S.Ag., M.Ag
NIP. 196909272001121001**

**Adib Fachri, S.E.L., M.E.Sy
NIP. 198910302019031013**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Any Eliza, M.Ak
NIP. 198308152006012009**



**KEMENTERIAN AGAMA
 UIN RADEN INTAN LAMPUNG
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721)703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota pada Pembiayaan *murabahah* (Studi pada BMT As-syafi’iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung)”** disusun oleh : **Novalia Sagita, NPM : 18510202099**, Program Studi: **Perbankan Syariah**, Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada : Hari/Tanggal : **Selasa, 18 Oktober 2022.**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Madnasir, M.S.I. (.....)

Sekretaris : Arifa Kurniawan, S.E., M.S.A. (.....)

Penguji I : Dimas Pratomo, M.E. (.....)

Penguji II : Dr.Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag. (.....)

Mengetahui,
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Fuhrudin Fajri, S.E., MM., Akt. CA

262008011008

MOTTO

أَيْنَمَا تَكُونُوا يُدْرِكَكُمُ الْمَوْتُ وَلَوْ كُنْتُمْ فِي بُرُوجٍ مُّشِيدَةٍ وَإِنْ تُصِبْهُمْ
حَسَنَةٌ يَقُولُوا هَذِهِ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ وَإِنْ تُصِبْهُمْ سَيِّئَةٌ يَقُولُوا هَذِهِ مِنْ
عِنْدِكَ قُلْ كُلُّ مِّنْ عِنْدِ اللَّهِ فَمَالِ هَؤُلَاءِ الْقَوْمِ لَا يَكَادُونَ يَفْقَهُونَ

حَدِيثًا ﴿٧٨﴾

“Dimana pun kamu berada, kematian akan mendapatkan kamu, kendatipun kamu berada di dalam benteng yang tinggi dan kukuh. Jika mereka memperoleh kebaikan, mereka mengatakan, “ini dari sisi Allah,” dan jika mereka ditimpa suatu keburukan mereka mengatakan, “ini dari engkau (Muhammad).” Katakanlah, “sesungguhnya (datang) dari sisi Allah”. Maka mengapa orang-orang itu (orang-orang munafik) hamper-hampir tidak memahami pembicaraan (sedikit pun)?”. (Q.S An-Nisa : 78)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam, skripsi ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, kesehatan kemudahan untuk ku dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Kedua orang tua ku, almarhum Bapak Annuar dan ibu Denayu Apriyani yang sangat aku hormati, aku sayangi dan sangat aku cintai. Terimakasih untuk segala hal yang telah kalian beri untuk ku dengan sepenuh hati, merawatku, memotivasiku dengan nasehat-nasehat yang luar biasa dan selalu mendoakan ku agar terus berada di jalan-NYA. Semoga berada dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan baik dunia maupun akhirat.
3. Terimakasih untuk diri ku sendiri, sudah kuat dan sabar menjalani perskripsian ini. Dan untuk pembimbing pertama ku Bapak Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag. dan pembimbing kedua ku Bapak Adib Fachri S.E.I., M.E.Sy. atas segala waktu dan arahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya dengan waktu yang tepat.
4. Kepada Uwo ku Dela Julian Anggita dan ke empat adik-adik ku yang sangat aku sayangi, kakak ipar ku Aris Ariyanto terimakasih untuk segala doa dan dukungannya selama ini.
5. Kepada keluarga besar Tajudin, terimakasih atas jasa dan dukungannya selama ini, kalian memberikan pelajaran hidup yang sangat berarti.
6. Kepada Ibu Erna Wati yang sudah menjadi perantara Allah untuk saya bisa memulai semuanya.
7. Kepada sahabat ku, Febby Febriyani, Evita Sari, Apriyanti, Dena Walda Sholeha, Lesta Viona, Melia Agustina dan Intan Fatmawati terimakasih atas dukungan dan nasihat-nasihat yang menguatkan ku.
8. Almamater Tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Novalia Sagita dilahirkan di Desa Tanjung Jati pada tanggal 21 Juni 2000, anak kedua dari 4 bersaudara dari pasangan Bapak Annuar (Alm) dan Ibu Denayu Apriyani. Pendidikan dimulai dari:

1. SDN Pelita Jaya selesai tahun 2012
2. SMPN 01 Pesisir Selatan selesai tahun 2015
3. SMAN 01 Pesisir Selatan selesai tahun 2018 dan,
4. Melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung jurusan Perbankan Syariah dimulai pada semester 1 tahun akademik 2018.

Bandar Lampung 19 Agustus 2022

Novalia Sagita
1851020299

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada BMT As-syafi’iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung)”.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi S.E. Atas terselesainya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut ikut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara khusus saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto., S.E., M.M., Akt., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
2. Ibu Any Eliza., S.E., M.Ak., selaku ketua jurusan Perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing I dan Bapak Adib Fachry, S.E.I., M.E.Sy. selaku pembimbing II. Terimakasih atas segala bimbingan dan pengorbanan serta kesabarannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam dan perpustakaan umum UIN Raden Intan Lampung yang Telah memberikan data refrensi dan lain-lain.
5. Kepada kedua orang tuaku tercinta, almarhum Bapak Annuar dan ibu Denayu Apriyani yang sangat kusayangi dan kuhormati.
6. Kepada kakak Dela Julian Anggita S.Pd. dan adik- adik ku tercinta Resa Tri Anggini, Widya Kenita, Nabila Puspa Dewi dan Berry Anggara serta semua orang yang selalu memberikan support dan motivasi selama penulis menempuh studi dibangu kuliah.

7. Sahabat-sahabatku, dan seluruh teman Perbankan Syariah angkatan 2018 khususnya perbankan syariah kelas E seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan dukungan selama perkuliahan dan berbagai keluh kesah serta keceriaan.

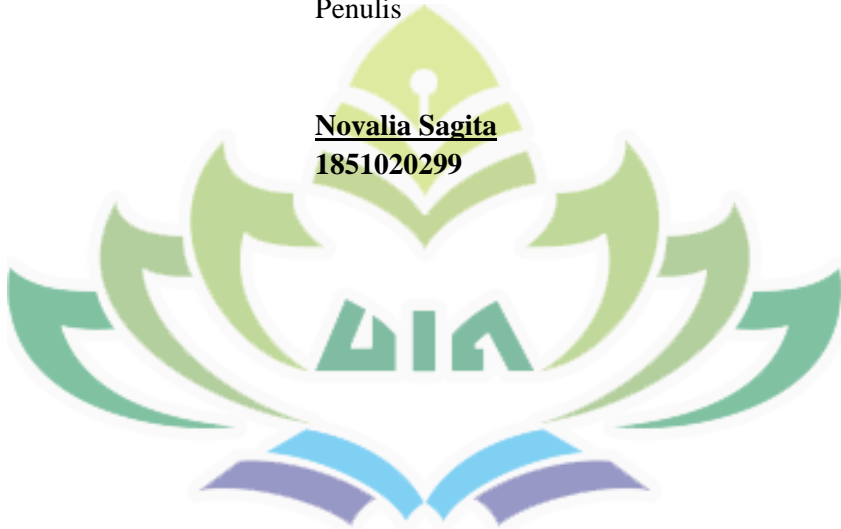
Demikian Pengantar dari saya, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 19 Agustus 2022

Penulis

Novalia Sagita

1851020299



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	13
H. Sistematik Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Theory of Planned Behaviour</i>	19
B. Tingkat <i>Margin</i>	22
1. Pengertian <i>Margin</i>	22
2. Referensi <i>Margin</i> Keuntungan	25
3. Pengakuan Angsuran Harga Jual	26
4. Indikator Dalam Penepatan Tingkat <i>Margin</i>	27
5. Fatwa MUI tentang Keharaman Bunga Bank.....	28
6. Perhitungan <i>margin</i> keuntungan untuk pembiayaan <i>murabahah</i>	29
C. Bauran Pemasaran.....	30
1. Pengertian Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	30
2. Konsep Pemasaran Syariah	37
D. Kualitas Pelayanan.....	40

1. Pengertian Kualitas Pelayanan	40
2. Indikator dalam Kualitas Pelayanan	42
3. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik.....	45
4. Kualitas Layanan dalam Persfektif Islam	46
E. Minat Nasabah	48
1. Pengertian Minat	48
2. Indikator Minat.....	50
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	51
4. Landasan Al-quran dan Hadist Tentang Minat.....	53
F. Pembiayaan <i>Murabahah</i>	53
1. Pengertian <i>Murabahah</i>	53
2. Rukun dan Syarat <i>Murabahah</i>	57
3. Manfaat Bai Al <i>Murabahah</i>	59
4. Sumber Hukum Akad <i>Murabahah</i>	59
5. Prinsip-prinsip Pembiayaan <i>Murabahah</i> dalam Islam ...	63
6. Skema Pembiayaan <i>Murabahah</i>	65
7. Standar Operasional Produksi Kegiatan Usaha Simpan Pinjam.....	66
G. Baitul Mal Bitamwil.....	70
1. Pengertian BMT.....	70
2. Peran BMT.....	73
3. Prinsip-prinsip BMT	74
4. Produk BMT	75
H. Kerangka Berpikir	77
I. Pengembangan Hipotesis Penelitian	79

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	83
B. Metode Pendekatan Penelitian	83
1. Jenis dan Sifat Penelitian	83
2. Jenis dan sumber Data	84
C. Populasi, Sampel dan Teknik pengumpulan data.....	85
1. Populasi.....	85
2. Sampel	85
3. Teknik Pengumpulan Data.....	86
D. Definisi Operasional Penelitian	88
1. Variabel Penelitian.....	88
2. Definisi Operasional	89
E. Tehnik Pengolahan Data	92
F. Metode Analisis Data.....	92
1. Uji Validasi dan Reliabilitas Instrumen	93

2. Uji Asumsi Klasik.....	94
3. Uji Hipotesis	95
4. Uji Koefisien Determinan	96

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT As-Syafi'iyah	99
1. Sejarah Berdirinya BMT As-Syafi'iyah	99
2. Visis Dan Misi BMT As-Syafi'iyah	102
3. Struktur Kepengurusan BMT As-Syafi'iyah Cabang Sendang Agung Lampung Tengah.....	102
4. Produk-Produk BMT As-Syafi'iyah Sendang Agung	103
B. Gambaran Umum Responden	105
1. Jenis kelamin.....	105
2. Usia	106
3. Pekerjaan.....	106
4. Pendapatan Perbulan.....	107
5. Pembiayaan Yang Diterima	108
C. Analisis data	108
1. Gambaran Distribusi Jawaban Responden.....	108
2. Uji Validasi	113
3. Uji Reabilitas	116
4. Uji Asumsi Klasik.....	116
5. Uji Hipotesis	118
D. Pembahasan dan analisis Data.....	125
1. Pengaruh Tingkat <i>Margin</i> , Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah BMT As Syafi'iyah Kantor Cabang Sendang Agung.....	125
2. Pengaruh Tingkat <i>Margin</i> , Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah BMT As- Syafi'iyah Kantor Cabang Sendang Agung.....	128
3. Pengaruh Tingkat <i>Margin</i> , Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam....	131

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	141
B. Saran	143

DAFTAR RUJUKAN LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Pembiayaan <i>Murabahah</i> Periode 2017-2021.....	6
Tabel 1.2 Perhitungan Tingkat <i>Margin</i>	8
Tabel 3.1 Definisi Variabel dan Indikator Penelitian.....	91
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	105
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	106
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerja	106
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	107
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pembiayaan Yang Diterima....	108
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Tingkat <i>margin</i>	109
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Bauran Pemasaran	110
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan	111
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Minat Nasabah	112
Tabel 4.10 Hasil Uji Validasi Variabel Tingkat <i>Margin</i>	113
Tabel 4.11 Hasil Uji Validasi Variabel Bauran Pemasaran	114
Tabel 4.12 Hasil Uji Validasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	115
Tabel 4.13 Hasil Uji Validasi Variabel Minat Nasabah	115
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas	116
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	117
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	117
Tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda.....	119
Tabel 4.18 Uji Parsial.....	122
Tabel 4.19 Uji Simultan	123
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinan	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	20
Gambar 2.2 Skema Pembiayaan <i>Murabahah</i>	65
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	78
Gambar 4.1 Kepengurusan BMT As-syafi'iyah Sendang Agung Lampung Tengah.....	103
Gambar 4.2 Uji Heterokedasitas	118



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN HASIL DATA SPSS 25

KUISONER

**KUNJUNGAN KE BMT AS-SYAFI'YAH BARKAH
NASIONAL KC SENDANG AGUNG**



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan informasi dan gambaran yang jelas serta memudahkan dalam memahami skripsi ini, langkah pertama yang dilakukan adalah menjelaskan arti dari beberapa istilah yang berkaitan dengan tujuan penelitian ini. Dengan penegasan judul tersebut, diharapkan tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami maksud dan tujuan serta cakupan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BMT *As-syafi'iyah* Berkah Nasional KC Sendang Agung)”**. Maka, perlu adanya uraian terhadap penegasan dalam beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini sebagai berikut :

1. Pengaruh

Pengaruh adalah kekuatan yang ada dan muncul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut serta dalam pembentukan kepribadian, kepercayaan atau perilaku seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana terdapat hubungan timbal balik atau kausal antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.¹

2. *Margin*

Margin adalah presentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan *Margin* kentungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari. Perhitungan *Margin* keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.²

¹Suharto Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya, 2006), 243.

²Adiwarman Karim, *Bank Islam , Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 280.

3. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing Mix*) merupakan seperangkat variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan dipadukan diperusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran.³

4. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh disparitas antara fenomena dan asakonsumen atas layanan yang mereka terima atau peroleh.⁴

5. Minat

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.⁵ Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

6. Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah adalah akad jual beli muamalah yang menerapkan prinsip jual beli barang dengan harga perolehan barang dan dengan keuntungan yang disepakati oleh para pihak. Pembiayaan *murabahah* adalah produk keuangan perbankan *syari'ah* yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan menggunakan akad *murabahah* dan *wakalah*.⁶

7. BMT *As-syafi'iyah Berkah Nasional*

KSPPS *BMT As-syafi'iyah Berkah Nasional* menjadi forum keuangan mikro *syari'ah* mempunyai fungsi menjadi *Baitul Tamwil* dan *Baitul Maal*. Sebagai *Baitul Tamwil* beranjak membuatkan bisnis-bisnis produktif dan investasi untuk menaikkan kualitas usaha mikro dan kecil anggota dengan mendorong kegiatan menyimpan dan menabung serta pembiayaan ekonomi. Sebagai *Baitul Maal*, beranjak dalam aktivitas-aktivitas pemberdayaan

³Kotler dan Garry Amstrong Philip, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 48.

⁴Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 148.

⁵Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 122.

⁶Lukmanul Hakim dan Amelia Anwar, *Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum Di Indonesia*, 1 (2017):6.

tanpa orientasi mencari laba menjadi pengembalian amanah dalam menghimpun dan menyalurkan dana *Zakat, Infaq, Shadaqoh* dan *Wakaf*.⁷

Berdasarkan uraian penegasan judul diatas, maksud judul skripsi ini adalah untuk menguraikan suatu pokok atas berbagai bagiannya untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan dengan menganalisis Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada BMT As-syafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung).

B. Latar Belakang Masalah

Peran perbankan sangat lah berpengaruh pada kemajuan perekonomian pada dunia modern saat ini. Dilihat menurut fungsi perbankan adalah wahana intermediasi atau menjadi mediator antara pemilik modal (*fund supplier*) dengan pengguna dana (*fund user*).⁸ Lembaga perbankan adalah salah satu faktor penting dalam kemajuan perekonomian suatu negara. Dengan hal itu maka dapat membentuk lapangan kerja yang memadai, memotivasi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan, mengurangi taraf kemiskinan melalui banyak sekali bidang, baik dalam bidang perdagangan, perindustrian, pertanian dan lain-lain. Untuk memotivasi atau mendorong pemberdayaan masyarakat khususnya masyarakat penghasilan menengah kebawah dan bisnis mikro, mini dan menengah (UMKM) diharapkan dukungan komprehensif menurut forum keuangan.

Lembaga keuangan mikro *syari'ah* adalah lembaga keuangan yang beroperasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat berdasarkan prinsip dan konsep *syari'ah* serta prinsip bagi hasil menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan

⁷<https://www.bmtassafiiyahbn.com>di akses pada 11 Februari 2022 pukul 11:19 WIB.

⁸Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan* (Bogor: Ghalia indonesia, 2005),.14.

kecil, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.⁹ Lembaga keuangan mikro *syari'ah* menjadi salah satu solusi untuk usaha menengah ke bawah (UMKM) yang tidak bisa melakukan kerjasama dengan bank untuk mendapatkan modal komersial. BMT atau *Baitul Maal wa Tamwil* adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip islam.¹⁰ Artinya semua transaksi keuangan dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam. *Baitul mal wat tamwil* (BMT) merupakan salah satu model paling sederhana dari lembaga keuangan *syari'ah* yang saat ini sedang berkembang di Indonesia. Pemilik usaha kecil menengah kebawah berdasarkan prinsip *syari'ah*. Salah satunya disalurkan melalui pembiayaan-pembiayaan

BMT juga memiliki beberapa tujuan salah satunya adalah untuk meningkatkan kualitas usaha perusahaan untuk kesejahteraan anggota dan khususnya masyarakat pada umumnya.¹¹ Usaha bisnis yang dimiliki BMT adalah bersifat mandiri, artinya usaha ini dijalankan dan di tumbuhkan dikembangkan oleh swadaya dan dijalankan secara professional serta bertujuan untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat sekitar. BMT juga memiliki peran untuk melakukan pendanaan dan pembinaan berdasarkan system *syari'ah*. Peran ini menegaskan arti penting sistem-sistem *syari'ah* dalam kehidupan ekonomi masyarakat.¹²

KSPPS BMT *As-syafi'iyah* berkah nasional sebagai lembaga keuangan mikro *syari'ah* memiliki fungsi sebagai *baitul tamwil* dan *baitul maal*. Sebagai *baitul tamwil* bergerak mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi untuk

⁹Muhammad, *Lembaga Keuangan Syariah*(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 32.

¹⁰Hertanto Widodo Ak, Dkk, *Panduan Praktis Operasional Batl Mal Wat Tawil (BMT)*, 2nd ed. (Bandung: Mizan, 2000), 82.

¹¹Veithzal Rivai, *Financial Institution Manajement (Manajemen Kelembagaan Keuangan): Disajikan Secara Lengkap Dari Teori Hingga Aplikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 626.

¹²muhammad Ridwan, *Manajemen BMT* (Yogyakarta: UII Pers, 2010), 128-129.

meningkatkan kualitas usaha mikro dan kecil anggota dengan mendorong kegiatan menyimpan dan menabung serta pembiayaan ekonomi. Sebagai *Baitul Maal*, bergerak pada kegiatan-kegiatan pemberdayaan tanpa orientasi mencari keuntungan sebagai pengembalian amanah dalam menghimpun dan menyalurkan dana *Zakat, Infaq, Shadaqoh* dan *Wakaf*.¹³ Dengan hadirnya BMT sangat membantu dalam mengatasi ketertinggalan pendapatan warga yang mempunyai usaha kecil, karena pihak BMT memberikan pinjaman sesuai dengan kemampuan nasabah dan persyaratannya pun sangat mudah sehingga tidak terlalu menyulitkan calon nasabah.¹⁴

KSPPS BMT *As-syafi'iyah* Berkah Nasional adalah salah satu solusi atau alternatif bagi UMKM dalam mendorong pendapatan usahanya BMT *As-syafi'iyah* yang terletak di Kecamatan Sendang Agung kabupaten Lampung Tengah, dengan kantor pusat berada di Kota Gajah, kabupaten Lampung Tengah. BMT ini merupakan cabang ke 10 yang tersebar di pulau Jawa dan Sumatera dan BMT *As-syafi'iyah* ini termasuk yang terbesar di Lampung.¹⁵ Dalam fungsinya sebagai lembaga penyalur dana, BMT membagi produk pembiayaan berdasarkan tujuan penggunaannya dalam 3 kategori yaitu pembiayaan dengan prinsip jual beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, dan pembiayaan dengan prinsip kerja sama.

Salah satu produk pembiayaan jual beli yang ditawarkan BMT adalah pembiayaan *murabahah* untuk memenuhi kebutuhan anggota baik dalam pembiayaan investasi produktif maupun pembiayaan konsumtif. Sekian banyaknya sistem bagi hasil yang paling menonjol adalah *Murabahah*.¹⁶ Bahkan di lembaga keuangan *syari'ah* pun pembiayaan yang paling

¹³<https://www.bmtassafiayahbn.com> di akses pada 11 Februari 2022 pukul 11:19 WIB.

¹⁴Muhammad, *Lembaga- Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, 1st ed. (Yogyakarta: UII Pers, 2000), 106.

¹⁵<https://www.bmtassafiayahbn.com> di akses pada 11 Februari 2022 pukul 11:19 WIB.

¹⁶Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: PT. Ramaja Rosdakarya, 2015),13–14.

dominan adalah pembiayaan *murabahah*. Lembaga keuangan konvensional menerapkan system bunga, sedangkan pada lembaga keuangan yang berjalan berdasarkan prinsip *syari'ah* sangat menjauhkan dari masalah riba sebagaimana Firman Allah SWT. dalam QS. Al-Imran: 3: 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”. (Q.S. Al-Imran [3]: 130)

Tafsir ayat diatas menurut Ibnu Jarir bahwa yang dimaksud Allah dalam ayat ini ialah: “Hai, orang-orang yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, janganlah kamu memakan riba berlipat ganda, sebagaimana kamu lakukan pada masa jahiliah sesudah kamu masuk islam, padahal kamu telah diberi petunjuk oleh-Nya”. Pada masa itu bila seseorang meminjam uang sebagaimana disepakati waktu meminjam, maka orang yang punya uang menuntut agar utang itu dilunasi menurut waktu yang dijanjikan. Orang yang berhutang meminta penangguhan dan menjanjikan akan membayar dengan tambahan yang ditentukan. Setiap kali pembayaran tertunda ditambah lagi bunganya. Inilah yang dinamakan riba berlipat ganda, dan Allah melarang, kaum muslimin melakukan hal seperti itu.

Berikut data perkembangan produk pembiayaan *Murabahah* dalam 5 (lima) tahun terakhir:

Tabel 1.1
Perkembangan Pembiayaan *Murabahah*
Periode 2017-2021

Tahun	Nominal	Anggota
2017	2.575.955.188	392 Orang
2018	1.979.759.223	304 Orang
2019	1.958.325.551	303 Orang
2020	1.241.088.713	184 Orang

2021	1.259.272.120	190 Orang
------	---------------	-----------

Sumber: Data BMT As-syafi'iyah BN Sendang Agung

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2020 produk pembiayaan *murabahah* pada BMT As-syafiiyah Berkah Nasional Sendang Agung mengalami penurunan dengan nominal masing-masing sebesar Rp 2.575.955.188, Rp 1.979.759.223, Rp 1.958.325.551, dan Rp 1.241.088.713. Hal tersebut juga sesuai dengan jumlah anggota yang terus mengalami penurunan dari tahun 2017-2020 yaitu masing-masing sejumlah 392 orang, 304 orang, 303 orang, dan 184 orang. Namun pada tahun 2021, pembiayaan *Murabahah* pada BMT As-syafiiyah Berkah Nasional Sendang Agung mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, yaitu menjadi sebesar Rp 1.259.272.120 dengan jumlah anggota sejumlah 190 orang. Masalah yang umum dialami di BMT adalah munculnya BMT tidak diimbangi dengan faktor-faktor pendukung yang memungkinkan BMT untuk terus berkembang dan berjalan dengan baik dari segi manajemen yang kurang profesional, strategi pemasaran yang kurang efektif, kualitas layanan yang kurang pengelola amanah sehingga tidak menarik kepercayaan masyarakat, serta kurang tahunya tingkat *Margin* dan sebagainya.¹⁷

Usaha yang dilakukan untuk menarik minat calon anggota pembiayaan, BMT tidak lagi hanya bersaing dengan sesama lembaga keuangan *syari'ah* namun juga dengan lembaga keuangan konvensional.¹⁸ Dalam persaingan ini tidak hanya fokus dalam inovasi produk tetapi juga dalam berbagai strategi pelayanan dan taktik pemasaran. Persainganpun menjadi semakin ketat sehingga menuntut ketelitian calon anggota dalam memilih produk-produk yang ditawarkan yang sesuai dengan harapannya. Salah satu bentuk dari persaingan

¹⁷Anindya Zunaini, "Pengaruh Tingkat *Margin* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* Tahun 2016-2018" (UIN Walisongo Semarang, 2019), 14-15.

¹⁸*Ibid.*, 14.

antara lembaga keuangan *syari'ah* dan lembaga keuangan konvensional adalah dalam pemberian *Margin* atau selisih dari harga pokok dengan harga jual suatu produk *Murabahah*.¹⁹ Dengan adanya pembiayaan *murabahah* di BMT *As-syafi'iyah* diharapkan bisa membantu modal usaha masyarakat dengan cepat tanpa prosedur lama.

Tabel 1.2
Perhitungan Tingkat *Margin*

Pembiayaan	<i>Margin</i> (2,3%- 2,5%)	Bulan			
		10 Bulan	12 Bulan	20 Bulan	24 Bulan
Rp 5.000.000	Rp 125.000	Rp 625.000	Rp 541.667	Rp 375.000	Rp 333.333
Rp 6.000.000	Rp 150.000	Rp 750.000	Rp 650.000	Rp 450.000	Rp 400.000
Rp 7.000.000	Rp 175.000	Rp 875.000	Rp 758.333	Rp 525.000	Rp 466.667
Rp 8.000.000	Rp 200.000	Rp 1.000.000	Rp 866.667	Rp 600.000	Rp 533.333
Rp 9.000.000	Rp 225.000	Rp 1.125.000	Rp 975.000	Rp 675.000	Rp 600.000
Rp 10.000.000	Rp 250.000	Rp 1.375.000	Rp 1.083.333	Rp 750.000	Rp 666.667

Sumber: Data BMT As-syafi'iyah Berkah Nasional

Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk barang atau jasa atau nilai total yang ditukar konsumen untuk memiliki atau menikmati manfaat dari barang atau jasa.²⁰ Harga yang dimaksud di sini adalah harga yang diperoleh dari nilai komoditi dan *Margin* yang disepakati kedua belah pihak.²¹ Berdasarkan hal tersebut, dalam menentukan tingkat *Margin* lembaga keuangan seperti BMT penetapannya masih ditentukan darilembaga tersebut. Beberapa klien telah menjelaskan bahwa terkadang mereka tidak mengerti berapa *Margin* yang sesuai pada saat ini. Dengan demikian biasanya BMT mulai memberikan penjelasan mengenai tingkat

¹⁹Siti Maisaroh, "Pengaruh Tingkat Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT Surya Barokah Kertapati Palembang)," *Skripsi* (UIN Raden Fatah Palembang, 2017), 23.

²⁰Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), 138.

²¹*Ibid.* 138.

Marginyang akan diperoleh selanjutnya akan di sepakati kedua belah pihak. Pada tingkat *Margin* yang ditawarkan di BMT *As-syafi'iyah* BN sangatlah murah, biasanya tingkat *Margin* yang murah akan membantu menarik minat nasabah untuk mengambil pembiayaan sangat tinggi.²²

KSPPS BMT *As-syafi'iyah* Berkah Nasional mengalami kesulitan dalam segi pemasaran yang disebabkan faktor lingkungan yang kurang mendukung. Pemasaran sangat penting untuk memberikan informasi tentang BMT *As-syafi'iyah* mengenai produk-produk pembiayaan dan simpanan mengenai mekanisme sistem bagi hasil, *Margin* dan sistem angsuran.

Sama halnya dengan lembaga keuangan *syari'ah* lainnya tujuan bauran pemasaran adalah untuk mendapatkan laba atau keuntungan semaksimal mungkin yang diperoleh dari usaha yang dijalankan.²³ Pada dasarnya nasabah hanya membutuhkan prosedur dan proses yang jelas tanpa membingungkan di saat mengajukan pembiayaan *Murabahah*. Maka, diperlukannya bauran pemasaran yang diterapkan di BMT *As-syafi'iyah* Berkah Nasional, untuk menciptakan loyalitas kepada nasabah. Karena sikap loyalitas kepada nasabah adalah asset paling penting untuk keberlangsungan lembaga keuangan *syari'ah*.²⁴ Jika tidak terciptanya sikap loyalitas kepada nasabah maka nasabah akan mencari Lembaga Keuangan *Syari'ah* lain yang lebih menguntungkan. Oleh karena itu, mengembangkan dan membangun konsep pemasaran yang berkelanjutan adalah satu cara untuk mempertahankan loyalitas kepada nasabah. Menciptakan loyalitas nasabah maka dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan pihak BMT.

²²Riska Komala, Sari, "Pengaruh Tingkat Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT Kertapati Palembang)," *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), 60.

²³Kotler dan Garry Amstong Philip, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 6.

²⁴Fandy Tjiyono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: ANDI, 2014), 415.

Kualitas pelayanan juga sangat diperlukan untuk menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan di BMT, karena kualitas pelayanan adalah salah satu tolak ukur untuk menentukan keberhasilan sebuah usaha.²⁵ Kualitas pelayanan dapat dinilai dari kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Para anggota akan merasa senang apabila pelayanan yang dilakukan BMT sangat baik oleh karyawannya. Di BMT As-syafi'iyah BN Sendang Agung memiliki pelayanan yang sangat bagus dalam segi kerahmatan yang dilakukan oleh karyawannya, BMT As-syafi'iyah juga memberikan *service excellent* kepada pihak nasabah, contohnya syarat yang diberikan sebagai proses pencairan dana tidak rumit dan sangat cepat mengakses pemberian pengajuan pembiayaan kepada pihak pimpinan dan dalam proses pembayaran angsuran pun sangat dipermudahkannya nasabah tidak harus datang ke BMT. Pihak BMT akan melakukan sistem “jemput bola”, dimana pihak marketing akan menarik tagihan ke rumah ataupun tempat kerja nasabah yang sibuk dengan rutinitasnya sehingga mengurangi adanya kredit macet dengan tujuan agar memudahkan nasabah dalam rangka melunasi hutangnya, hal ini dilakukan pihak marketing dalam waktu jam kerja bank maupun diluar jam operasional BMT.

Berdasarkan latar belakang yang di jelaskan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Tingkat Margin, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada BMT As-Syafi’iyah Bnerkah Nasional KC Sendang Agung)”***.

²⁵Dwi Aryani , Febrina Rosita, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu adminitrasi dan Organisasi* 17 (2010): 2.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Minat nasabah pembiayaan *Murabahah* dalam jumlah anggota maupun nominal pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 terus mengalami penurunan yang cukup signifikan. Maka dalam hal ini banyak faktor yang mempengaruhi pertumbuhan Minat Nasabah pembiayaan *Murabahah* pada BMT As-syafi'iyah BN KC Sendang Agung. Dalam penelitian ini Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh terhadap Minat Nasabah Produk Pembiayaan *Murabahah*.
- b. Munculnya BMT tidak diimbangi dengan faktor-faktor pendukung yang memungkinkan BMT untuk terus berkembang dan berjalan dengan baik dari segi manajemen yang kurang profesional, bauran pemasaran yang kurang efektif, kualitas layanan yang kurang pengelola amanah sehingga tidak menarik kepercayaan masyarakat, serta kurang tahunya tingkat *Margin* dan sebagainya.

2. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar penelitian ini fokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, oleh karena itu diharapkan tujuan penelitian tidak melenceng dari tujuan, dan ruang lingkup penelitian yang dilakukan penulis terbatas pada:

- a. Objek penelitian ini adalah BMT As-syafi'iyah BN Kantor Cabang Sendang Agung.
- b. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* di BMT As-syafi'iyah BN Kantor Cabang Sendang Agung.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan secara Parsial Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* di BMT Assyafi'iyah BN KC Sendang Agung?
2. Bagaimana Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* di BMT Assyafi'iyah BN KC Sendang Agung?
3. Bagaimana Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* Dalam Perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan secara Parsial Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* di BMT Assyafi'iyah BN KC Sendang Agung.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* di BMT Assyafi'iyah BN KC Sendang Agung.
3. Untuk mengetahui Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk memperkaya keilmuan di lingkungan UIN Raden Intan Lampung
 - b. Untuk pengembangan ilmu ekonomi terutama Perbankan *Syari'ah*
 - c. Untuk para pembaca memperkaya khazanah keilmuan dan wawasan dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Perbankan *Syari'ah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
 - b. Sebagai bahan rujukan atau referensi mengenai Perbankan *Syari'ah*, Khususnya dalam Pengaruh Tingkat *Margin*, Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* di BMT *As-syafi'iyah* BN KC Sendang Agung.
 - c. Menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya untuk mendalami substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang lain.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Lakukan tinjauan pustaka dan idealnya biarkan peneliti mengetahui apa yang telah dipelajari dan apa yang belum dipelajari sebelumnya. Penelitian dilakukan untuk menghindari duplikasi penelitian. Peneliti menemukan beberapa temuan yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian pertama pada tugas akhir yang dilakukan oleh Siti Maisaroh (2017) yang berjudul. “Pengaruh Tingkat *Margin* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus BMT Surya Barokah Kertapati Palembang)”.

Hasil analisis dalam penelitian yang dilakukan oleh Siti Maisaroh adalah tingkat *margin* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif signifikan.

Perbandingan pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Maisaroh dengan peneliti adalah dari segi persamaan dapat dilihat dari metode penelitian yang sama yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan tehnik pengumpulan data yaitu angket atau kuisioner. Dilihat dari segi perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Maisaroh ia

meneliti tentang Pengaruh Tingkat *Margin* dan Kualitas Pelayanan terhadap minat nasabah pada Pembiayaan *Murabahah* sedangkan peneliti ingin meneliti tentang Pengaruh Tingkat *Margin*, Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah*. Dan tempat penelitian pun berbeda penelitian yang dilakukan Siti Maisaroh dilakukan di tempat BMT Surya Barokah Kertapati Palembang, sedangkan peneliti melakukan tempat penelitian di BMT *As-syafi'iyah* BN KC Sendang Agung.²⁶

2. Penelitian kedua tugas akhir dari Rizka Komala Asri (2018) dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul skripsi “Pengaruh Tingkat *Margin* Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* (Pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)”.²⁷ Perbandingan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizka Komala Asri dengan peneliti adalah dilihat dari segi persamaan yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh tingkat *Margin* pada pembiayaan murabahah. Hasil analisis dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizka Komala Asri adalah tingkat *margin* dan prosedur pembiayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan murabahah. Serta metode penelitian juga sama yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pembedanya dilihat dari variabel independen juga berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Rizka Komala Asri ia meneliti pengaruh Tingkat

²⁶Maisaroh, “Pengaruh Tingkat *Margin* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus BMT Surya Barokah Kertapati Palembang),” 29.

²⁷Komala, Sari, “Pengaruh Tingkat *Margin* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus BMT Kertapati Palembang),” 65.

Margin dan Prosedur pembiayaan sedangkan peneliti ingin meneliti Pengaruh Tingkat *Margin*, Pemasaran dan Kualitas Pelayanan. Dan objek penelitian pun berbeda pada penelitian yang dilakukan Rizka Komala Asri ia melakukan penelitian di BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sedangkan peneliti mengambil tempat penelitian di BMT As-syafiiyah BN KC Sendang Agung.

3. Penelitian ketiga dilakukan oleh Anindya Zunaini (2019) dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dalam tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Tingkat *Margin* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* Tahun 2016-2018 (Studi Kasus PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang)”. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat margin dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* Tahun 2016-2018 (Studi Kasus PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang) sebesar 77,3%. Perbandingan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizka Komala Asri dengan peneliti adalah dilihat dari segi persamaan yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh tingkat *Margin* dan Kualitas Pelayanan pada pembiayaan *murabahah*. Serta metode penelitian juga sama. Namun terdapat perbedaan dalam penelitian yang di lakukan Anindya Zunaini dengan peneliti adalah terletak pada studi kasus, pada penelitian yang dilakukan oleh Anindya Zunaini beliau melakukan penelitian pada PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang, sedangkan peneliti mengambil studi kasus di BMT As-syafi'iyah BN KC Sendang agung.
4. Penelitian ke empat dilakukan oleh Eswika Nilasari dan Istiatin (2015) dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor

Sukoharjo”.²⁸ Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara simultan maupun parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada dealer PT. Ramayana motor Sukoharjo. Perbandingan dalam penelitian ini terletak dari segi persamaan sama-sama membahas tentang Kualitas Pelayanan dan metode Penelitian yang digunakan pun sama. Di lihat dari segi perbedaannya yaitu objek penelitian. Pada objek penelitian yang dilakukan oleh Eswika Nilasari dan Istiatin mereka mengambil tempat penelitian di Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, sedangkan peneliti mengambil tempat penelitian di BMT As-syafiiyah BN KC Sendang Agung. Pada variabel Independen juga peneliti membahas beberapa variabel yaitu Pemasaran dan kualitas pelayanan.

5. Penelitian ke lima yang dilakukan oleh Rifan Zainuri (2018) dalam tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah Dalam Perspektif *Islamic Marketing Ethics* (studi BMT As-syafiiyah Karang Anyar, Lampung Selatan).²⁹ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rifan Zainuri adalah bahwa bauran pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk jasa keuangan syariah dalam perspektif *Islamic Marketing Ethics* (studi BMT As-syafiiyah Karang Anyar, Lampung Selatan). Perbandingan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rifan Zainuri ini dapat dilihat dari segi persamaannya yaitu metode penelitian kuantitatif dan variabel tentang Bauran Pemasaran, sedangkan bila dilihat dari segi perbedaannya maka

²⁸E. Istiatin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo,” *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta* 13, no. 01 (2015): 1–12.

²⁹Rifan Zainuri, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah Dalam Perspektif *Islamic Marketing Ethics* (Studi Kasus BMT As-Syafi’iyah Berkah Nasional Karang Anyar)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

pada penelitian yang dilakukan oleh rifan Zainuri ia telah melakukan penelitian tentang Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah Dalam Perspektif *Islamic Marketing Ethics*, sedangkan peneliti ingin mengetahui tentang Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *murabahah* dalam perspektif ekonomi islam.

6. Penelitian ke enam yang dilakukan oleh Aulia Ulhaq (2021) dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus BPRS Al-salam, Cinere)”³⁰. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa minat nasabah dalam memilih produk mudharabah di BPRS Al-Salaam cinere dipengaruhi oleh *marketing mix* 78,6%. Perbandingan pada penelitian yang dilakukan oleh Aulia Ulhaq dengan peneliti adalah dari segi persamaan dapat dilihat dari metode penelitian disini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan variabel independenya pun sama. Dilihat dari segi perbedaannya maka penelitian yang akan dilakukan oleh Aulia Ulhaq ia meneliti tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus BPRS Al-salam, Cinere), sedangkan peneliti ingin meneliti tentang Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *murabahah* dalam perspektif ekonomi islam.

Dari beberapa uraian hasil penelitian terdahulu tersebut, Penulis dapat mengambil benang merah bahwasanya Pengaruh Tingkat *Margin* Dan kualitas Pelayanan telah di

³⁰Aulia Ulhaq, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus BPRS Al-Salaam Cinere)” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), 17.

teliti hampir semua BMT, PT maupun Bank di seluruh Indonesia. Namun untuk Bauran Pemasaran belum banyak meneliti.

Pembeda peneltiian ini dengan penelitian terdahulu adalah peneniti ingin mengetahui dan menjelaskan bagaimana Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* di BMT *As-syafi'iyah* BN KC Sendang Agung.

H. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, Identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendasari penelitian ini dan menjadi acuan teori yang digunakan dalam menganalisa penelitian ini yang meliputi teori yang digunakan dan pengajuan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam melakukan penelitian, hal-hal yang akan dijelaskan yaitu pendekatan dan jenis penelitian, populasi, Sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan metode analisis data yang digunakan untuk menganalisa data sampel yang diperoleh,

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah penenliti dapatkan, dan juga penjelasan mengenai hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran-saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada BMT As-syafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung). Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* diperoleh hasil sebagai berikut:
 - a. Berdasarkan hasil uji parsial variabel tingkat *margin* berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah.
 - b. Berdasarkan hasil uji parsial variabel bauran pemasaran berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah.
 - c. Berdasarkan hasil uji parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah.
2. Berdasarkan hasil uji Simultan variabel Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah.
3. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Tingkat *Margin*, Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Tingkat *margin* dalam perspektif ekonomi islam yang ada di BMT As-syafi'iyah BN Sendang Agung sudah dijalankan sesuai dengan prinsip ekonomi islam yaitu penjelasan tingkat *margin* secara jujur dan ditambah dengan keuntungan yang diharapkan nasabah yang bertindak sebagai pembeli. Dalam islam juga penetapan *margin* tidak ada dalil atau hadist yang mengaturnya, jadi diperbolehkan selama dijalankan sesuai kesepakatan bersama dan tidak ada yang ditutup-tutupi baik dari segi harga dan sifat barang.
- b. Bauran Pemasaran mempunyai peran yang sangat penting sehingga harus mengedepankan kejujuran. Salah satu cara agar penjualan meningkat yaitu dengan melalui media promosi yang baik, karna dengan adanya promosi masyarakat dapat mengenal produk yang ditawarkan. BMT As-syafi'iyah melakukan promosi produknya melalui penyebaran browser ke masyarakat setempat dan melalui media sosial.
- c. Kualitas pelayanan dalam islam setiap aktivitas hidup selalu terkait dengan aturan Syariah. harus didasari oleh kepatuhan terhadap Syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Prinsip ekonomi Islam menjelaskan, bahwa jual beli diperbolehkan dan halal jika semua transaksi yang ada dilakukan harus atas dasar suka sama suka, tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi, memberikan keadilan yang mana informasi antar pihak harus seimbang dan tidak ada unsur *riba*, *maysir*, *gharar* dan *spekulatif* atau judi.
- d. Minat nasabah dipengaruhi oleh bagaimana pandangan islam nasabah. Pandangan islam nasabah adalah hal penting, terutama bagi BMT As-syafi'iyah karena jika nasabah mengerti dan paham akan pandangan islam maka mereka akan otomatis akan menggunakan BMT As-syafi'iyah dalam melakukan pembiayaan *murabahah* atau jual beli karena system bagi hasil, dibandingkan dengan menggunakan bank konvensional yang menggunakan sistem bunga. Produk Pembiayaan

murabahah di BMT As-syafi'iyah sangat diminati nasabah karena tidak riba.

B. Saran

Bedasarkan beberapa kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka ada beberapa saran untuk peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Bagi BMT As-syafi'iyah BN kantor cabang Sendang Agung diharapkan harus terus mempertahankan eksistensinya dan meningkatkan bauran pemasaran dan kualitas pelayanan, penentuan tingkat *margin* harus lebih transparan guna menarik minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* di BMT As-syafi'iyah BN kantor cabang Sendang Agung.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain diluar variabel-variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil penelitian yang lebih bervariasi yang berkaitan dengan tingkat *margin*, bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah.
3. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refrensi untuk memperkaya kajian yang di gunakan sebagai tambahan pengetahuan dalam menyelesaikan tugas akhir maupun penelitian yang akan datang.



DAFTAR RUJUKAN

- A, Perwaatmadja, Karnaen. *Membumikan Ekonomi Islam Di Indonesia*. Depok: Usaha Kami, n.d.
- A Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam; Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Adiwarmarman, A., Karim. *Bank Islam Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo, 2010.
- Agung, Nugraha, Bhuono. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV And Offset, 2005.
- Aisyah, Rahmawati, Fithria. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Margin Pada Pembiayaan Murabahah Di BMT Se-Kabupaten Jepara." *EQUILIBTIUM* 3 (2015).
- Ajzen. *Attitudes, Personality, And Behaviour*. Milton Keynes: Open University Press dan Chicago, 1988.
- . *Attitudes, Personality Dan Behaviour*. New York. USA: Open University Press, 2005.
- Akmal, Tarigan, Azhari. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi (Telaah Atas Sampul-Sampul Ekonomi Dan Bisnis Dalam Al-Quran)*. Medan: FEBI UIN SU PRESS, 2016.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- . *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA, 2013.
- Amstrong, Philip Kotler, Gary. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo, 2012.
- Anang Firmansyah, Andrianto. *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Renika Cipta, 2009.
- Anwar, Lukmanul hakim dan Amelia. "Pembiayaan Murabahah Pada

Perbankan Syariah Dalam Persepektif Hukum Di Indonesia” 1 (2017): 6.

Arief, M. Yusuf Alfarizy, Suyoto. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen.” *JIEP* 02 (2019): 408.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. 15th ed. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.

Aryani, Febrina Rosita, Dwi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* 17 (2010): 2.

Astuti, Tri. “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah.” Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.

Azra, Azyumardi. *Berdema Untuk Sesama*. Jakarta: PT. Mizan Publika, 2003.

Bitner, Zeithaml. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Boston: Mc. Graw-Hill, 2013.

Dendawijaya, Lukman. *Manajemen Perbankan*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.

Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

Djuwaini, Dimyuddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. 2nd ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

dwi Anggadini, Sri. “Penetapan Margin Murabahah Pada BMT As-Salam Pacet Cianjur.” *Majalah Ilmiah UNIKOM* 9 (2010): 191.

Edwin Nasution, Mustafa. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2014.

Eka Saifudin, Agung. “Praktek Pembiayaan Murabahah Dan Penanganan Pembiayaan Bermasalah Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Izza Sejahtera Kabupaten Tulungagung.” *Ekonomi Syariah* (2017).

Ekotama, Suryono. *Cara Gampang Bikin Standard Operating Procedures*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2011.

Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing, 2011.

- Hakim, Muhammad, Aziz. *Sistem Operasional Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisa, 2007.
- Hudaifah, Muhammad. *Wawancara Dengan Penulis*, 2022.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA, 2010.
- Husein, Umar. *Manajemen Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2003.
- Ilham Sholihin, Ahmad. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia, 2009.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- . *Perbankan Syariah*. Pertama. Jakarta: Prenada Media Grup, 2016.
- Istiatin, E. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo.” *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta* 13, no. 01 (2015): 115736.
- J, Setiadi, Nugroho. *Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Minat Konsumen*. Jakarta: Kencana prenada media group, 2013.
- Jaja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Janwari, Yadi. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT. Ramaja Rosdakarya, 2015.
- Kadir. *Statistika Tarapan (Konsep, Contoh Dan Analisis Data Dengan SPSS/Lisrel Dalam Penelitian)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Karim, Adiwarmarman. *Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- . *Bank Islam , Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Maju Mundur, 1996.

- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Kho, Budi. “Pengetahuan Tentang Manajemen Produksi Dan Operasional, Manajemen SDM Dan Manajemen Kualitas.” *Ilmu Manajemen Industri* (2017): 10.
- Komala, Sari, Riska. “Pengaruh Tingkat Margin Dan KUALitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT Kertapati Palembang).” *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Komarudin. *Kamus Perbankan*. Jakarta: Grafindo, 1994.
- Lane, philip Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. indeks kelompok Gramedia, 2005.
- . *Manajemen Pemasaran*. Pearson: Education, inc, 2015.
- . *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Lupiyoadi Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- M, Ajzen, fishbein. *Belief, Attitude, Intention, And Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley, 1975.
- M, Tambunan, Rudi. *Pedoman Teknis Standard Operating Procedure*. Jakarta: Maistas Publishing, 2011.
- M, Rudi. *Pedoman Penyusunan Standard Operating Procedure*. Jakarta: Maistas Publishing, 2013.
- Maisaroh, Siti. “Pengaruh Tingkat Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT Surya Barokah Kertapati Palembang).” *Skripsi*. UIN Raden Fatah Palembang, 2017.
- Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.

- Moqsith, Lilik Umami Kaltsum, Abd. *Tafsir Ayat-Ayat Ahkam*. Jakarta: UIN PREESS, 2015.
- muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Unt Penerbit dan Pencetakan Akademik Manajemen Persahaan YKPN, 2008.
- Muhammad. *Lembaga- Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. 1st ed. Yogyakarta: UII Pers, 2000.
- . *Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- . *Teknik Penghitungan Bagi Hasil Dan Profit Margin Pada Bank Syari`ah*. Yogyakarta: UII Press, 2004.
- Muthaher, Osmad. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- N. Agustin H, dan Taqwa, Yulianti. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kompleksitas Audit, Resiko Perusahaan Dan Ukuran Kap Terhadap Ree Audit.” *Eksplorasi Akuntansi* 1 (2019): 217–235.
- Nancy R, Philip Kotler, Lee. *Social Marketing: Influencing Behaviours For Good*. US: Sage Publication, 2011.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Nur Aisyah, Binti. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Teras, 2014.
- Nur Rianto, Muhammad. *Dasar-Dasar Penasaran Bank Syariah*. Bandung: ALFABETA, 2010.
- Philip, Kotler dan garry Amstong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Prayitno, Duwi. *Mandiri Belajar Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2013.
- Priyatno, Dwi. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gaya Media, 2016.
- Rahman Shaleh, dan Muhbid Abdul Wahab, Abdul. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Rahmat, Jalaludin. *Metodelogi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000.

- Retnoningsih, Suharto. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya, 2006.
- Ridwan, muhammad. *Manajemen BMT*. Yogyakarta: UII Pers, 2010.
- Ridwansyah. *Mengenal Istilah-Istilah Dalam Perbankan Syariah*. Bandar Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja, 2016.
- Rivai, Amiur Nuruddin dan Faisar Ananda Arafa, Veithzal. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Rivai, Veithzal. *Financial Institution Management (Manajemen Kelembagaan Keuangan): Disajikan Secara Lengkap Dari Teori Hingga Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Rodomi, dan Abdul Hamid, Ahmad. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT Bestari Buana Murni, 2008.
- Rumiyanti. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Islam.” UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Satya, Kenda. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Murabahah Pembiayaan Konsumtif Di Bank Kaltim Syariah.” *Ekonomika Bisnis* 4 (2013): 157.
- Sholihah, Ummi. “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada BMT Karima Karang Pandang).” IAIN Surakarta, 2016.
- Sudarsono, Heri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonosia Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2007.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 1999.
- . *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2014.
- . *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2011.
- Sujarweni, V. Wirtna. *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2015.

- Sunarto, Ridwan. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sunyoto, Danang. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru, 2012.
- . *Teori, Kuisioner Dan Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Premedia Grup, 2015.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumsi Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Susiadi. *Metodologi Penelitian*. Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2014.
- Sutedi, Ardian. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Ghalia indonesia, 2009.
- Tempubolon Dkk, Nelson. *Bijak Ber-Electronic Banking*. Jakarta: OJK, 2015.
- Tijjono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Tim Penulis DSN MUI. *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional*. Jakarta: DSN MUI dan Bank Indonesia, 2006.
- Ulhaq, Aulia. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BPRS Al-Salaam Cinere).” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Vandy, Tijjono. *Strategi Pemasaran*. 1st ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2011.
- Widodo Ak, Dkk, Hertanto. *Panduan Praktis Operasional Batl Mal Wat Tawil (BMT)*. 2nd ed. Bandung: Mizan, 2000.
- Yulianti, Lamsah dan Periyadi, Farida. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Zainuri, Rifan. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah Dalam Perspektif Islamic Maarketing Ethics (Studi Kasus BMT As-Syafi’iyah Berkah Nasional Karang Anyar).” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Zen, Abdurahman. *Strategi Jenius Marketing Ala Rasulullah*. Yogyakarta: DIVA Press, 2011.

Zunaini, Anindya. "Pengaruh Tingkat Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Tahun 2016-2018." UIN Walisongo Semarang, 2019.

<https://www.bmtassyafiiyahbn.com> di akses pada 11 Februari 2022 pukul 11:19 WIB.

