

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. Minat nasabah

Minat adalah kecenderungan hati, gairah, atau keinginan yang tinggi terhadap sesuatu.<sup>28</sup> Sedangkan nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi langganan bank (dalam hal keuangan).<sup>29</sup>

Ali Chamidun mengutip pendapat Poerwadaminta yang menyebutkan bahwa minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu objek.<sup>30</sup> Menurut Assael, yang dikutip oleh Roni Andespa, minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian.<sup>31</sup>

Roni Andespa mengutip pendapat Kinnear dan Taylor yang menyebutkan bahwa minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.<sup>32</sup>

---

<sup>28</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring , diakses secara online melalui laman <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat> pada 22 Februari 2019.

<sup>29</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring , diakses secara online melalui laman <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/nasabah> pada 22 Februari 2019.

<sup>30</sup> Ali Chamidun, Skripsi, "*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus di BMT Barokah Magelang)*", hlm. 37-38.

<sup>31</sup> Roni Andespa, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*", Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol. 2 No. 1, 2017, hlm. 44.

<sup>32</sup> *Ibid.*, hlm. 44.

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah keinginan yang tinggi sebelum membeli sesuatu sehingga cenderung melakukan tindakan pembelian.

Menurut Lucas dan Britt sebagaimana dikutip dalam Ellyza Wahyu Wulandari, aspek-aspek yang terdapat dalam minat antara lain:<sup>33</sup>

- a. Ketertarikan (*interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- b. Keinginan (*desire*) yang ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
- c. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Aldaan Faikar Annafik mengutip pendapat Agusty Tae Ferdinand mengidentifikasi minat beli melalui indikator-indikator berikut:<sup>34</sup>

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.

---

<sup>33</sup>Ellyza Wahyu Wulandari, Skripsi, “Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bangun Drajat Warga Yogyakarta”, hlm. 22.

<sup>34</sup>Aldaan Faikar Annafik, Skripsi, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha: Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang”, hlm. 15.

Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

- d. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## 2. Tingkat margin

Setiap bank melakukan transaksi pastinya menginginkan perolehan laba yang maksimal atau optimal. Sehingga dalam penetapan laba yang diinginkan ini memerlukan perhitungan dan pertimbangan yang matang yang akan berakibat pada tingkat tingkat margin/imbalance bagi hasil. Margin biasanya dinyatakan dalam suatu persentase.<sup>35</sup>

Dalam Islam, keuntungan yang diambil pada saat jual beli disebut dengan margin. Menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah No: 91/Kep/M.KUKM/IX/2014 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Veithzal Rivai & Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hlm. 822.

<sup>36</sup>Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah No:91/Kep/M.KUKM/IX/2014 diakses secara online melalui laman internet [http://sumbarprov.go.id/images/Dinas\\_KUMKM/KEPMEN%20NO%2091%20TAHUN%202004%20oke.pdf](http://sumbarprov.go.id/images/Dinas_KUMKM/KEPMEN%20NO%2091%20TAHUN%202004%20oke.pdf) pada 20 Maret 2019.

Margin adalah persentase keuntungan tertentu yang ditetapkan oleh suatu lembaga dalam periode perhitungan tertentu agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan baik bagi pihak lembaga maupun mitra.<sup>37</sup>

Dapat disimpulkan bahwa margin merupakan persentase keuntungan yang diambil oleh bank syariah pada saat jual beli yang ditetapkan dalam periode perhitungan tertentu agar tercapai keadilan.

Faktor-faktor pertimbangan dalam penetapan margin di bank antara lain sebagai berikut:<sup>38</sup>

a. Komposisi pendanaan.

Bagi bank syariah, pendanaan sebagian besar diperoleh dari dana giro dan tabungan yang nisbah nasabahnya tidak setinggi pada deposito. Sehingga penentuan keuntungan/margin/bagi hasil akan lebih kompetitif jika dibandingkan dengan bank yang porsi pendanaannya lebih besar berasal dari deposito.

b. Tingkat persaingan.

Jika tingkat persaingan ketat, porsi keuntungan bank tipis, sedangkan pada tingkat persaingan masih longgar bank dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar.

---

<sup>37</sup> Sri Wulandari, Tugas Akhir, “*Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan produk Pembiayaan Murabahah pada BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) Mu’awanah Palembang*”, hlm. 30.

<sup>38</sup> Veithzal Rivai & Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hlm. 786-787.

c. Risiko pembiayaan.

Pada pembiayaan yang beresiko tinggi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibanding dengan pembiayaan yang beresiko sedang atau lebih kecil.

d. Jenis nasabah.

Jenis nasabah yang dimaksudkan adalah nasabah prima dan nasabah biasa. Bagi nasabah prima (misal usahanya besar dan kuat) bank cukup mengambil keuntungan tipis, sedangkan untuk pembiayaan kepada nasabah biasa diambil keuntungan yang lebih tinggi.

e. Kondisi perekonomian.

Siklus ekonomi meliputi: revival, *boom/peaki*-puncak, resesi, dan depresi. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi pertama, yaitu usaha berjalan lancar, maka bank dapat mengambil keuntungan yang lebih besar. Namun pada kondisi lainnya (resesi dan depresi) bank tidak merugi pun sudah bagus (keuntungan sangat tipis).

Sri Wulandari mengutip pendapat Philip Kotler dalam bukunya, menyebutkan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel margin ialah sebagai berikut:<sup>39</sup>

a. Tidak memberatkan

Margin yang ditetapkan tidak memberatkan nasabah untuk melakukan pembiayaan.

---

<sup>39</sup>Sri Wulandari, Tugas Akhir, “*Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan produk Pembiayaan Murabahah pada BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) Mu’awanah Palembang*”, hlm. 31.

b. Keunggulan kompetitif

Keunggulan kompetitif contohnya margin yang rendah.

c. Memudahkan perhitungan

Margin yang ditetapkan memudahkan untuk perhitungan harga.

d. Sebanding

Margin yang ditetapkan sebanding dengan harga pasaran.

e. Mudah mengajukan pembiayaan

Nasabah mudah mengajukan pembiayaan kembali.

f. Kelancaran

Kelancaran dalam melakukan pembayaran angsuran membuat nasabah mudah mengajukan pembiayaan kembali.

g. Karakteristik yang berbeda

Harga jual yang ditetapkan memiliki karakteristik yang berbeda dengan pembiayaan konvensional.

### 3. Prosedur pembiayaan

Rizka Komala Sari dalam skripsinya mengutip pendapat Bayu Ilham Cahyono menyebutkan bahwa prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerial (kegiatan yang dilakukan untuk mencatat informasi dan formulir, buku besar, dan buku jurnal yakni meliputi menulis, mengadakan, menghitung, memberi kode, mendaftar, memilih, memindahkan, dan membandingkan) yang biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang

dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan terjadi berulang-ulang.<sup>40</sup>

Prosedur merupakan suatu kesatuan dari sistem yang saling berhubungan dan berinteraksi. Prosedur adalah suatu urutan kerja klerikal untuk mencapai tujuan tertentu. Prosedur dapat pula merupakan urutan seri tugas yang saling berkaitan dan dibentuk guna menjamin pelaksanaan kerja yang seragam. Urutan yang saling berkaitan berarti suatu kegiatan tidak akan berjalan apabila kegiatan sebelumnya belum selesai dilaksanakan dan hal ini dibentuk untuk menjamin pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan secara bersamaan.

Sedangkan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>41</sup>

Jadi, prosedur pembiayaan adalah suatu urutan kerja yang berkaitan yang harus dilakukan oleh pihak yang berkepentingan untuk mencapai kesepakatan pembiayaan.

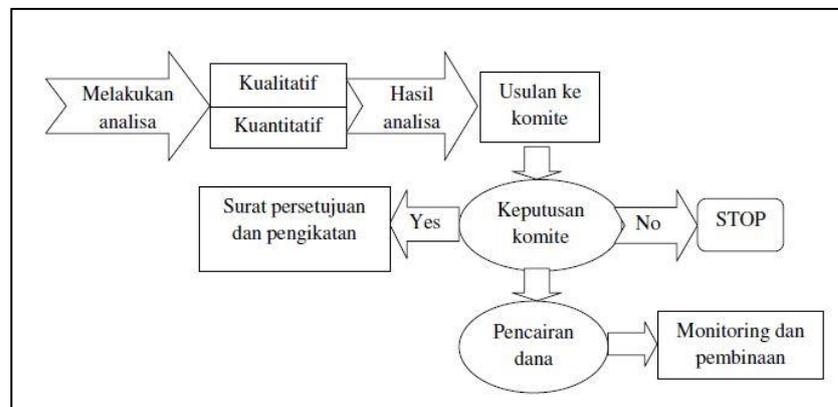
Iga Arisanti dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Prosedur Pembiayaan dan Margin terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan

---

<sup>40</sup>Rizka Komala Asri, Skripsi, “*Pengaruh Tingkat Margin dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung*”, hlm. 1.

<sup>41</sup> UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

*Murabahah* pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin” menggambarkan prosedur pembiayaan sebagai berikut:<sup>42</sup>



**Gambar 2.1** Prosedur Pembiayaan

Dalam skripsinya, Ali Chamidun menyebutkan indikator dalam variabel prosedur pembiayaan menurut Baridwan antara lain:<sup>43</sup>

- a. Pengajuan pembiayaan
- b. Analisis pembiayaan
- c. Realisasi pembiayaan

#### 4. Kualitas Produk

Ellyza Wahyu Wulandari mengutip Fandy Tjiptono dalam bukunya menyebutkan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi atau pemakaian. Kualitas dapat dibangun dengan tahapan-tahapan tertentu yang

<sup>42</sup>Iga Arisanti, Skripsi, “*Pengaruh Prosedur Pembiayaan dan Margin Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan Murabahah pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin*”, hlm. 5.

<sup>43</sup>Ali Chamidun, Skripsi, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus di BMT Barokah Magelang)*”, hlm. 48.

berbeda antara satu dengan yang lain tergantung dengan produk yang akan dihasilkan.<sup>44</sup>

Menurut M. Syamsul Maarif dan Hendri Tanjung yang dikutip oleh Ellyza Wahyu Wulandari, produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen, baik individu maupun organisasi. Ellyza Wahyu Wulandari mengutip Philip Kotler menyebutkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen.<sup>45</sup>

Kualitas produk merupakan keunggulan dan kemampuan dari suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, termasuk keawetannya, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan.<sup>46</sup>

Konsep produk berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta memiliki keistimewaan yang mencolok. Secara umum konsep produk menekankan kepada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik. Sehingga perusahaan harus terus mengerahkan upaya-upaya dalam perbaikan produk.<sup>47</sup>

Jadi, kualitas produk adalah segala bentuk keunggulan mutu, spesifikasi dan pemakaian serta kemampuan yang dimiliki suatu produk dalam melaksanakan fungsinya.

---

<sup>44</sup>Ellyza Wahyu Wulandari, Skripsi, “*Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bangun Drajat Warga Yogyakarta*”, hlm. 17.

<sup>45</sup>*Ibid.*, hlm. 17

<sup>46</sup>*Ibid.*, hlm 18.

<sup>47</sup>Kasim, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 69.

Ellyza Wahyu Wulandari dalam skripsinya menuliskan pendapat Prof. David Garvin yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, bahwa indikator yang sering digunakan dalam mengevaluasi kualitas produk atau biasa disebut dimensi kualitas, sebagai berikut:<sup>48</sup>

- a. Kinerja (*performance*), merupakan karakteristik pokok dari produk yang dihasilkan.
- b. Karakteristik tambahan (*features*), merupakan keistimewaan tambahan yang diberikan produsen dalam produk yang dihasilkan.
- c. Kesesuaian (*conformance*), yaitu kesesuaian karakteristik dengan standar yang telah ditetapkan, baik desain maupun operasinya.
- d. Keandalan (*reability*), yaitu produk yang ditawarkan minim akan kecacatan yang mungkin terdapat baik fisik maupun fungsinya.
- e. Daya tahan (*durability*), merupakan umur ekonomis dari suatu produk yang ditawarkan oleh produsen, baik jika digunakan maupun tidak.
- f. Pelayanan (*servicetable*), yaitu pelayanan terhadap apa yang diperlukan oleh pelanggan.
- g. Estetika, merupakan nilai menarik atau tidaknya bentuk fisik dari suatu produk yang bisa ditangkap oleh pancaindera konsumen.
- h. Persepsi (*perceived*), merupakan citra kualitas produk yang telah terbangun serta tanggungjawab produsen untuk tetap merealisasikan kualitas yang telah dipersepsikan oleh konsumen.

---

<sup>48</sup>Ellyza Wahyu Wulandari, Skripsi, “Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bangun Drajat Warga Yogyakarta”, hlm. 18-20.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Layaman & Pritha Nilamsari (2018)	Analisis Pengaruh <b>Margin</b> dan <i>Personal Selling</i> terhadap <b>Minat</b> Nasabah	Variabel <b>margin</b> dan <b>minat</b>	Menambahkan <b>prosedur pembiayaan</b> dan <b>kualitas produk</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah.
2	Siti Maisaroh (2017)	Pengaruh <b>Tingkat Margin</b> dan Kualitas Pelayanan terhadap <b>Minat Nasabah</b> pada <b>Pembiayaan Mu'rabahah</b> (Studi Kasus BMT Surya Barokah Kertapati Palembang)	Variabel <b>margin</b> dan <b>minatnasabah</b> menggunakan produk <b>pembiayaan</b> .	Menambahkan <b>prosedur pembiayaan</b> dan <b>kualitas produk</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah.
3	Sri Wulandari (2017)	Pengaruh <b>Margin</b> dan <b>Kualitas Produk</b> terhadap <b>Minat Nasabah</b> dalam Menggunakan <b>Produk Pembiayaan Mu'rabahah</b> pada BMT ( <i>Baitul Mal Wa Tamwil</i> ) Mu'awanah Palembang	Variabel <b>margin</b> , <b>kualitas produk</b> , dan <b>minatnasabah</b> menggunakan produk <b>pembiayaan</b> .	Menambahkan <b>prosedur pembiayaan</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
4	Yuyun Yuaningsih (2016)	Pengaruh <b>Margin</b> dan <b>Prosedur Pembiayaan</b> terhadap <b>Minat Nasabah Pembiayaan</b> <i>Murabahah</i> pada Koperasi Syariah (Studi kasus pada BMT Amanah Tuparev Kota Cirebon)	Variabel <b>margin</b> , <b>prosedur pembiayaan</b> , dan <b>minat nasabah</b> dalam menggunakan produk <b>pembiayaan</b> .	Menambahkan <b>kualitas produk</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah.
5	Ike Wulandari (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan <b>Kualitas Produk</b> terhadap <b>Minat Beli</b> Konsumen Supermarket TOP Bangunan Kediri	Variabel <b>kualitas produk</b> dan <b>minat</b> .	Menambahkan <b>tingkat margin</b> dan <b>prosedur pembiayaan</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah. Produk yang diteliti pembiayaan perumahan.
6	Eva Roviana (2015)	Analisis Pengaruh Persepsi Harga atau <b>Margin</b> dan Kualitas Pelayanan terhadap <b>minat Anggota</b> dalam Membeli <b>Produk Pembiayaan</b> <i>Murabahah</i> di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus BMT Amal Mulia).	Variabel <b>margin</b> dan <b>minat nasabah</b> menggunakan <b>produk pembiayaan</b> .	Menambahkan <b>prosedur pembiayaan</b> dan <b>kualitas produk</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
7	Ali Chamidun (2015)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi <b>Minat</b> UMKM Mengajukan <b>Pembiayaan</b> pada Lembaga Keuangan Syari'ah (Studi kasus di BMT barokah Magelang)	Meneliti pengaruh <b>prosedur pembiayaan</b> terhadap <b>minat</b> dalam mengajukan <b>pembiayaan</b>	Menambahkan <b>tingkat margin</b> dan <b>kualitas produk</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah bank BRISyariah.
8	Ellyza Wahyu Wulandari (2015)	Pengaruh Strategi Promosi dan <b>Kualitas Produk</b> terhadap <b>Minat Nasabah</b> dalam Menggunakan Produk <b>Pembiayaan Mudharabah</b> di Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Bangun Drajat Warga Yogyakarta	Variabel <b>kualitas produk</b> dan <b>minat nasabah</b> dalam menggunakan produk <b>pembiayaan</b> .	Menambahkan <b>tingkat margin</b> dan <b>prosedur pembiayaan</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah. Produk yang diteliti adalah produk pembiayaan <i>murabahah</i> yaitu pembiayaan perumahan bersubsidi.
9	Iga Arisanti (2014)	Pengaruh <b>Prosedur Pembiayaan</b> dan <b>Margin</b> terhadap <b>Minat</b> Menjadi <b>Nasabah Pembiayaan Murabahah</b> pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin	Variabel <b>margin</b> , <b>prosedur pembiayaan</b> , dan <b>minat nasabah</b> dalam menggunakan produk <b>pembiayaan</b> .	Menambahkan <b>kualitas produk</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah bank BRISyariah.

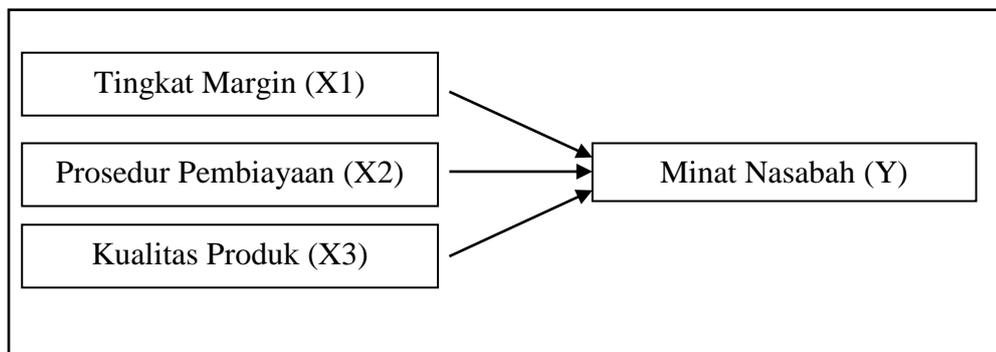
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
10	Bayu Prawira & Ni Nyoman Kerti Yasa (2014)	Pengaruh <b>Kualitas Produk</b> , Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap <b>Minat</b> Beli Produk <i>Smartphone</i> Samsung di Kota Denpasar	Variabel <b>kualitas produk</b> dan <b>minat</b> .	Menambahkan <b>tingkat margin</b> dan <b>prosedur pembiayaan</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah. Produk yang diteliti adalah produk pembiayaan perumahan bersubsidi.
11	Dedi Trisnadi & Ngadino Surip (2013)	Pengaruh <b>Kualitas Produk</b> Tabungan dan Layanan terhadap <b>Minat</b> Menabung Kembali di CIMB Niaga (Studi Kasus PT Bank CIMB Niaga Tbk Bintaro)	Variabel <b>kualitas produk</b> dan <b>minat nasabah</b> .	Menambahkan <b>tingkat margin</b> dan <b>prosedur pembiayaan</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah. Produk yang diteliti adalah produk pembiayaan perumahan bersubsidi.
12	Aldaun Faikar Annafik (2012)	Analisis Pengaruh <b>Kualitas Produk</b> , Harga, dan Daya Tarik Iklan terhadap <b>Minat</b> Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang)	Variabel <b>Kualitas produk</b> dan <b>minat</b> .	Menambahkan <b>tingkat margin</b> dan <b>prosedur pembiayaan</b> sebagai variabel independen. Objek penelitian adalah bank BRISyariah. Produk yang diteliti adalah produk pembiayaan perumahan bersubsidi.

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir berguna sebagai acuan bagi peneliti agar penelitian yang dilakukan tersebut menjadi terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Berikut kerangka berpikir dari judul “Pengaruh Tingkat Margin, Prosedur Pembiayaan, dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan KPR Sejahtera iB di Bank BRI Syariah KC Palembang A. Rivai”.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

### D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu persoalan yang masih perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Pengaruh Tingkat Margin terhadap Minat Nasabah

Dalam Islam, keuntungan yang diambil pada saat jual beli disebut dengan margin. Menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2014 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan

pihak pembelinya.<sup>49</sup>Margin adalah persentase keuntungan tertentu yang ditetapkan oleh suatu lembaga dalam periode perhitungan tertentu agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan baik bagi pihak lembaga maupun mitra.<sup>50</sup>

Menurut hasil penelitian Eva Roviana, Siti Maisaroh dan Sri Wulandari tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ha : Terdapat pengaruh dari variabel tingkat margin terhadap minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan KPR Sejahtera iB di Bank BRISyariah KC Palembang A. Rivai.

## **2. Pengaruh Prosedur Pembiayaan terhadap Minat Nasabah**

Prosedur merupakan suatu kesatuan dari sistem yang saling berhubungan dan berinteraksi. Prosedur adalah suatu urutan kerja klerikal untuk mencapai tujuan tertentu. Prosedur dapat pula merupakan urutan seri tugas yang saling berkaitan dan dibentuk guna menjamin pelaksanaan kerja yang seragam. Urutan yang saling berkaitan berarti suatu kegiatan tidak akan berjalan apabila kegiatan sebelumnya belum selesai

---

<sup>49</sup>Aisyah Nur Aini, “*Pengaruh Tingkat Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo*”, Jurnal eL-Qist Vol. 05 No. 01, 2015, hlm. 950.

<sup>50</sup>Sri Wulandari, Tugas Akhir, “*Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan produk Pembiayaan Murabahah pada BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) Mu’awanah Palembang*”, hlm. 30.

dilaksanakan dan hal ini dibentuk untuk menjamin pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan secara bersamaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Iga Arisanti dan Ali Chamidun menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel prosedur pembiayaan terhadap minat nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dipilih pada penelitian ini adalah:

Ha : Terdapat pengaruh dari variabel Prosedur Pembiayaan terhadap minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan KPR Sejahtera iB di Bank BRISyariah KC Palembang A. Rivai.

### **3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah**

Kualitas produk merupakan keunggulan dan kemampuan dari suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, termasuk keawetannya, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan.<sup>51</sup>

Konsep produk berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta memiliki keistimewaan yang mencolok. Secara umum konsep produk menekankan kepada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik. Sehingga perusahaan harus terus mengerahkan upaya-upaya dalam perbaikan produk.<sup>52</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bayu Prawira, Ellyza Wahyu Wulandari dan Sri Wulandari menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh

---

<sup>51</sup>*Ibid.*, hlm 18.

<sup>52</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 69.

positif dan signifikan dari variabel kualitas produk terhadap minat nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang disusun dalam penelitian ini adalah:

Ha : Terdapat pengaruh dari variabel Kualitas Produk terhadap minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan KPR Sejahtera iB di Bank BRISyariah KC Palembang A. Rivai.

**4. Pengaruh Tingkat Margin, Prosedur Pembiayaan, dan Kualitas Produk secara Bersama-sama terhadap Minat Nasabah**

Ha : Terdapat pengaruh dari variabel tingkat margin, prosedur pembiayaan, dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap minat nasabah mengajukan pembiayaan KPR Sejahtera iB di Bank BRISyariah KC Palembang A. Rivai.