

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. Perilaku Konsumen

###### a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut James F. Engel et.al, perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang terlibat secara langsung dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.<sup>1</sup> Sedangkan menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta mengatakan bahwa Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.<sup>2</sup>

###### b. Model Perilaku Konsumen

Model adalah penyederhanaan, melalui model akan diperoleh kemudahan dalam mengembangkan teori yang mengarahkan penelitian terhadap perilaku konsumen.<sup>3</sup> Titik awal untuk memahami perilaku konsumen

---

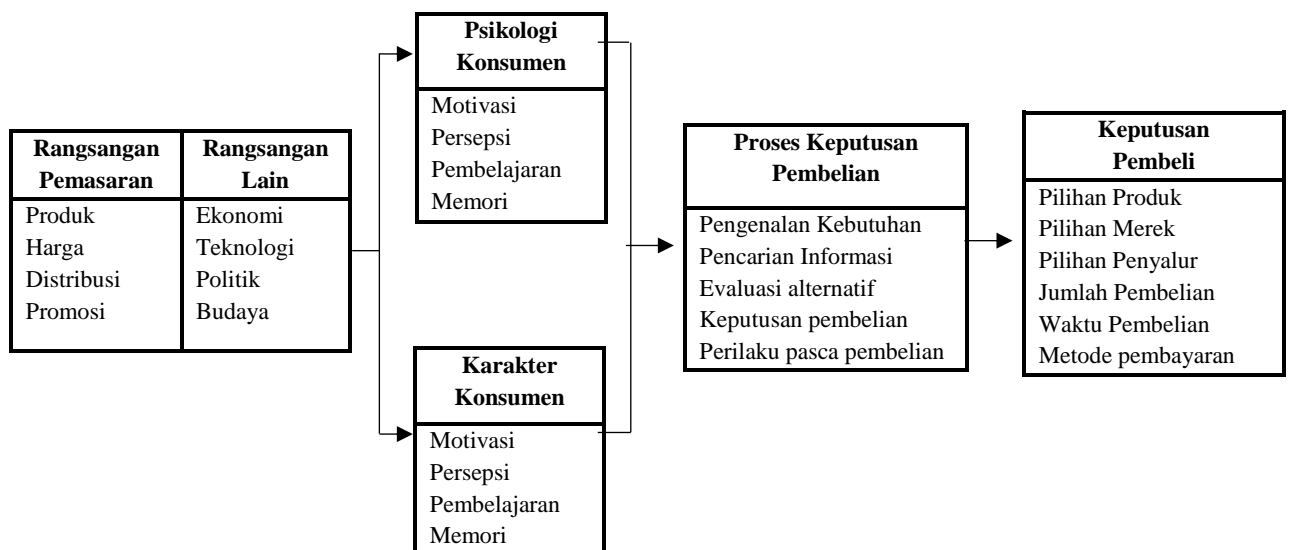
<sup>1</sup>Anwar Prabu mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Rafika Aditama, 2012). hal.3

<sup>2</sup> *Ibid*, hal.6

<sup>3</sup>Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta, 2017). hal.65

adalah model yang diperlihatkan dalam Gambar 2.1. Rangsangan pemasaran dan rangsangan luar memasuki kesadaran konsumen. Satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu, untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian.

**Gambar II. 1**  
**Model Perilaku Konsumen**



*Sumber: Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009*

## 2. Pengambilan Keputusan Konsumen

### a. Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih

perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.<sup>4</sup> Sedangkan Menurut Jhon. C Mowen dan Minor perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian, langkah-langkah ini termasuk pengenalan masalah, pencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian.<sup>5</sup>

b. Proses Keputusan Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong, menyatakan bahwa bagi konsumen, sebenarnya pembelian bukanlah hanya merupakan satu tindakan saja, melainkan terdiri dari beberapa tindakan yang satu sama lainnya saling berkaitan. Dimensi keputusan pembelian terdiri dari: pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.<sup>6</sup>

**3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen**

Menurut Kotler dan Amstrong ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam hal pembelian suatu barang atau jasa, yaitu:<sup>7</sup>

1) Pengetahuan Konsumen

a) Pengertian Pengetahuan

Menurut Jhon C. Mowen dan Michael Minor, Pengetahuan merupakan sejumlah pengalaman dan informasi mengenai produk atau

---

<sup>4</sup>J. Paul Peter dan Jerry C. 1999. Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 1999). hlm.162

<sup>5</sup>John. C Mowen dan Michael Miror, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Erlangga, 2002) hlm.3

<sup>6</sup>Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta, 2017).hal.89

<sup>7</sup>*Ibid*. hal.82

jasa yang dimiliki oleh konsumen.<sup>8</sup> Sedangkan menurut Engel et, al., mengatakan bahwa pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai kumpulan dari keseluruhan informasi yang sesuai dengan fungsi konsumen di pasar.<sup>9</sup>

Berdasarkan berbagai pengertian tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>10</sup>

Berdasarkan psikolog kognitif mengemukakan bahwa ada dua jenis pengetahuan dasar, yaitu:<sup>11</sup>

- (1) Pengetahuan Deklaratif (*declarative knowledge*), yaitu pengetahuan yang melibatkan fakta subjektif yang sudah diketahui
- (2) Pengetahuan Prosedural (*procedural knowledge*), yaitu pengetahuan yang mengacu pada bagaimana fakta dapat digunakan. Fakta ini bersifat subjektif dalam pengertian bahwa fakta tersebut tidak perlu sesuai dengan realitas objektif.

Menurut Engel et. al., menyatakan bahwa terdapat tiga bidang umum pengetahuan umum konsumen, yaitu:<sup>12</sup>

---

<sup>8</sup>*Ibid*, hal.131

<sup>9</sup>*Ibid*, hal.130

<sup>10</sup>*Ibid*, hal.131

<sup>11</sup>*Ibid*, hal.131

<sup>12</sup>*Ibid*, hal.132

- (a) Pengetahuan Produk, merupakan kumpulan dari berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Petter dan Olson mengatakan bahwa konsumen memiliki tingkatan pengetahuan yang berbeda. Konsumen dapat memiliki tiga jenis pengetahuan produk, yaitu pengetahuan tentang ciri atau karakter produk, konsekuensi atau manfaat positif menggunakan produk, dan nilai yang akan dipuaskan atau dicapai oleh produk.
- (b) Pengetahuan Pembelian, mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan pemerolehan produk. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang dimana produk tersebut harus dibeli, lokasi pembelian, dan kapan pembelian harus terjadi.
- (c) Pengetahuan Pemakaian, menggambarkan kategori ketiga dari pengetahuan konsumen, pengetahuan seperti ini mencakupi informasi yang tersedia didalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

## 2) Tingkat *Margin*

### a) Pengertian Tingkat *Margin*

Menurut Adiwarmanto A. Karim, tingkat *margin* secara teknis

adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan *margin* keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan *margin* keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.<sup>13</sup>

*Margin* merupakan penyeimbang dari modal kerja atau investasi yang dimanfaatkan oleh mitra, *margin* digunakan agar terjadinya keadilan dalam memperoleh keuntungan baik pihak mitra maupun pihak lembaga.<sup>14</sup> Dengan demikian, semakin rendah tingkat *margin* keuntungan yang diambil oleh bank, maka semakin besar pembiayaan yang diminta masyarakat, semakin besar pula pembiayaan yang dapat disalurkan oleh pihak bank.

#### b) Faktor-Faktor Tingkat *Margin*

Menurut Binti Nur Aisyah, faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan *margin* antara lain:<sup>15</sup>

##### (1) Komposisi Pendanaan

Bagi bank syariah yang pendanaannya sebagian besar diperoleh dari dana giro dan tabungan, yang nisbah nasabah tidak setinggi deposito (bahwa bonus untuk giro cukup rendah karena diserahkan sepenuhnya pada kebijakan bank syariah).

---

<sup>13</sup>Karim, A. Adiwarman. *Bank Islam. Analisis Fiqh dan Keuangan. Edisi Kelima*. (Jakarta: Raja Grafind, 2008). hal.280

<sup>14</sup>Sumiyanto, Ahmad, *BMT Menuju Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008). hal.160

<sup>15</sup>Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: Kalimedia, 2015). hal.157-159.

(2) Tingkat Persaingan

Jika tingkat kompetisi ketat, porsi keuntungan bank tipis, sedangkan pada tingkat persaingan masih longgar bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi.

(3) Resiko Pembiayaan

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

(4) Jenis Nasabah

Yang dimaksud adalah nasabah prima dan nasabah biasa. Bagi nasabah prima, dimana usahanya besar dan kuat, bank cukup mengambil keuntungan tipis, sedangkan untuk pembiayaan kepada nasabah biasa diambil keuntungan yang lebih tinggi.

(5) Kondisi Perekonomian

Siklus ekonomi meliputi kondisi, yaitu: *revival*, *boom* atau *peak*-*puncak*, *resensi*, dan *depresi*. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi pertama, dimana usaha berjalan lancar, maka bank dapat mengambil kebijakan pengambilan keuntungan yang lebih longgar.

(6) Tingkat Keuntungan yang Diharapkan Bank

Secara kondisional, hal ini (*spread bank*) terkait dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan juga resiko atas suatu sektor pembiayaan, atau pembiayaan terhadap debitur dimaksud. Anggaran keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan

penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil untuk bank.

c) Metode Penentuan Tingkat *Margin*

Menurut Adiwarman A. Karim, metode penentuan *margin* di bank syariah terdiri dari empat metode, yaitu:<sup>16</sup>

(1) Metode *Margin* Menurun (*Sliding*)

*Margin* menurun adalah perhitungan *margin* yang semakin menurun sesuai dengan menurunnya harga pokok sebagai akibat adanya cicilan atau angsuran pokok dan jumlah angsuran (harga pokok dan *margin*) yang dibayar nasabah setiap bulan semakin menurun.

(2) Metode *Margin* Rata-Rata

*Margin* rata-rata adalah *margin* menurun yang perhitungan *margin* secara tetap dan jumlah angsuran (harga pokok dan *margin*) dibayar nasabah setiap bulan.

(3) Metode *Margin Flat*

Metode *margin flat* adalah perhitungan *margin* terhadap nilai harga pokok pembiayaan secara tetap dari satu periode keperiode lainnya, walaupun debetnya menurun sebagai akibat dari adanya angsuran pokok

(4) Metode *Margin Annuitas*

*Margin annuitas* adalah *margin* yang diperoleh dari perhitungan secara annuitas. Perhitungan annuitas adalah suatu cara pengembalian pembiayaan dengan pembayaran angsuran pokok dan

---

<sup>16</sup>Adiwarman Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqh dan Keuangan, cet ke-3*. (Jakarta: Rajawali Press, 2007). hal.257



*margin* keuntungan secara tetap.

### 3) Pembiayaan *Murabahah*

#### a) Pengertian *Murabahah*

Menurut Adiwarman A. Karim, *murābahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati antara penjual dan pembeli. Karena dalam definisinya disebut adanya keuntungan yang disepakati, maka karakteristik *murābahah* adalah penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.<sup>17</sup>

#### b) Landasan Hukum *Murabahah*

Berikut adalah dasar hukum yang melandasi pembiayaan *murabahah*, yaitu:

Q.S Al-Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ  
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ  
النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian

---

<sup>17</sup>Adiwarman A. karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Cet.III (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hal.113.

*itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka: mereka.*

Sesuai dengan ayat diatas, Allah SWT menjelaskan bahwa segala bentuk jual beli diperbolehkan dengan syarat tidak mengandung konsep riba. Pada penerapan jual beli *murabahah* boleh dilakukan oleh perusahaan pembiayaan dengan syarat menjauhi konsep riba dalam setiap transaksi setelah terjadi kesepakatan pembiayaan kredit atas suatu barang, maka perusahaan pembiayaan harus terlebih dahulu membelikan barang pesanan kemudian nasabah membayar pembiayaan sesuai skema pembiayaan yang dipilih.

Kesimpulannya, dalam hukum islam transaksi jual beli secara *murabahah* diperbolehkan dengan sistem perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka (adil). Perusahaan pembiayaan dapat menerapkan pembiayaan secara *murabahah* pada nasabah dengan memperhatikan riba, semua unsur pembiayaan seperti (*margin* keuntungan dan biaya produk) harus diketahui oleh pihak bank dan nasabah sebelum terjadi kesepakatan atau perjanjian pembiayaan.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang peneliti lakukan berjudul Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Tingkat *Margin* Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Rivai Palembang, penelitian ini tentu tidak lepas dari penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan referensi. Berikut adalah tabel ringkasan penelitian terdahulu.

**Tabel II.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ulul Albab (2012) Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah Dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di Tamzis Cabang Prambanan	Persepsi Pembiayaan Murabahah, Margin, dan Pengambilan Pembiayaan Murabahah	Analisis Deskriptif dan Analisis Statistik Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pembiayaan murabahah dan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Tamzis Cabang Prambanan.
2.	Alima Setiyarani (2012) Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani	Persepsi Nasabah dan Margin, Keputusan Pengambilan Pembiayaan murabahah	Analisis Regresi Berganda, dan Uji Asumsi Klasik	Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan variabel persepsi nasabah dan margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Bumi Sekar Madani
3.	Aisyah Nur Aini (2015) Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i> Di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo.	Tingkat Margin, Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Analisis Regresi Berganda	Berdasarkan hasil Penelitian variabel tingkat margin Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo.

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
4.	Visa Alvi Sa'adah (2015) Pengaruh Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Agridama Blitar	Harga Jual, Tingkat Margin, dan Keputusan Pembiayaan Murabahah	Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, Uji Asumsi Klasik	Hasil penelitian menunjukkan variabel harga jual dan tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada anggota BMT Agridama Blitar
5.	Yuyun Ragilia Nur'Aini (2015) Pengaruh Pendapatan Nasabah dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Unit II Bago Tulungagung	Pendapatan Nasabah, Tingkat Margin, Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah	Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi klasik, Uji Regresi Linear Berganda.	Hasil penelitian menunjukkan variabel pendapatan nasabah dan tingkat margin berpengaruh terhadap pengambilan pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Unit II Bago Tulungagung
6.	Ummi Sholihah (2016) Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)	Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Margin Keuntungan, dan Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah	Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik	Hasil penelitian menunjukkan variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada BMT Karima Karangpandan.
7.	Widodo Dwi Atmoko (2016) Pengaruh Persepsi Anggota pada Syariah Compliance, Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Binamas Cabang Kutoarjo	Harga Jual, Tingkat Margin, Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah	Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, dan Uji asumsi klasik	Hasil penelitian menunjukkan variabel harga jual dan tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Binamas Cabang Kutoarjo

No.	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
8.	Zuarti Yakabera (2017) Pengaruh Penetapan Harga Jual Dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang	Penetapan harga Jual, Tigkat Margin, dan Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan variabel Penetapan harga jual, tigtat margin, memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang
9.	Saidah Mushoffa Rohmah (2017) Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Buana Mulur Sukaharjo	Pengetahuan, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembiayaan Murabahah	Uji regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo.
10.	Novi Patminingsih (2018) Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Di BMT Surya Abadi Ponorogo	Pengetahuan Nasabah, Kualitas Produk, Keputusan Pengambilan Pembiayaan	Uji asumsi klasik uji, dan Uji hipotesis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo.

*Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2018*

### C. Kerangka Konseptual

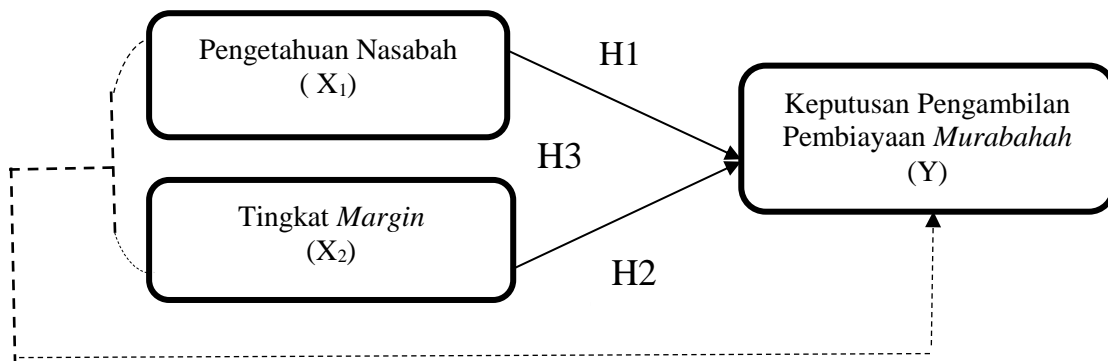
Kerangka Konseptual teoritis menunjukkan tentang pola pikir teoritis terhadap pemecahan masalah penelitian yang ditemukan yang didasarkan pada teori-teori yang relevan, sebagai dasar pemecahan masalah penelitian.

Penelitian ini mencoba mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah, dan tingkat margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Rivai Palembang.

Agar penyusunan penelitian ini lebih terarah maka dibutuhkan adanya kerangka konseptual yang terperinci. Kerangka konseptual tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

- a) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*
- b) Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan nasabah, dan tingkat *margin*

**Gambar II.2**  
**Kerangka Konseptual**



Sumber: Dikembangkan peneliti, 2018

Keterangan:

- > Secara Parsial
- - - - -> Secara Simultan

## **D. Pengembangan Hipotesis**

### **1. Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah***

Menurut Jhon C. Mowen dan Michael Minor, Pengetahuan merupakan sejumlah pengalaman dan informasi mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh konsumen.<sup>18</sup>

Hasil penelitian Ummi Sholihah (2016)<sup>19</sup> menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Aris Sulistyono (2012)<sup>20</sup>, yang menyatakan bahwa pengetahuan nasabah tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*

Berangkat dari teori dan penelitian yang relevan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis, yaitu:

H<sub>1</sub> = Pengetahuan Nasabah berpengaruh Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Rivai Palembang

---

<sup>18</sup>*Ibid*, hal.131

<sup>19</sup>Ummi Sholihah, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)*. (Surakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah IAIN Surakarta, 2016)

<sup>20</sup>Muhamad Aris Sulistyono, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah* (Yogyakarta, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, 2005)

## 2. Pengaruh Tingkat *Margin* Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*

Menurut Adiwarmarman A. Karim tingkat *margin* atau keuntungan secara teknis adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun, perhitungan margin keuntungan secara harian maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.<sup>21</sup>

Hasil penelitian Aisyah Nur Aini (2015)<sup>22</sup>, menunjukkan bahwa tingkat *margin* berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustika Rimadhani (2011)<sup>23</sup>, yang menyatakan bahwa tingkat *margin* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*

Berangkat dari teori dan penelitian yang relevan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis, yaitu:

H<sub>2</sub> = Tingkat *Margin* berpengaruh Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Rivai Palembang

---

<sup>21</sup>Karim, A. Adiwarmarman. Bank Islam, *Analisis Fiqh dan Keuangan. Edisi Kelima*, (Jakarta: Raja Grafindo). hal.279

<sup>22</sup>Aisyah Nur Aini, *Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo*, Jurnal, (Vol. 05, No. 01, April 2015)

<sup>23</sup>Mustika Rimadhani, *Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri*, (Fakultas Ekonomi, Universitas Trisakti, 2011)



### **3. Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah***

Telah dijelaskan dari penjelasan diatas mengenai setiap teori variabel Pengetahuan Nasabah dan Tingkat *Margin* serta hasil penelitian yang relevan dari setiap variabel maka peneliti merumuskan hipotesis (H<sub>3</sub>) yaitu peneliti mengajukan dugaan pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*.

Hasil penelitian dari Ummi Sholihah (2016)<sup>24</sup> menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah dan tingkat margin *margin* berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah*, maka peneliti merumuskan hipotesis, yaitu:

H<sub>3</sub> = Pengetahuan Nasabah dan Tingkat *Margin* berpengaruh Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Rivai Palembang.

---

<sup>24</sup>Ummi Sholihah, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)*. (Surakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah IAIN Surakarta, 2016)