

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN
PRODUK PEMBIAYAAN IMPLAN PADA BANK SYARIAH
MANDIRI**



(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Cireundeu)



SKRIPSI

Disusun untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi (S.E)

Oleh :

SABILA ANSHORULLOH

NIM : 1607025030

NIMKO : 3954020216030

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITASA MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2020 M/ 1442 H**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN
PRODUK PEMBIAYAAN IMPLAN PADA BANK SYARIAH
MANDIRI**

(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Cireundeu)



SKRIPSI

Disusun untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi (S.E)

Oleh :

SABILA ANSHORULLOH

NIM : 1607025030

NIMKO : 3954020216030

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITASA MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2020 M/ 1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Implan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Cireundeu”** merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka tersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan

Jakarta, 8 Mei 2020

Penulis,

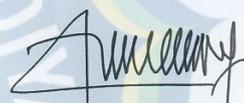


(Sabila Anshorulloh)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Implan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Cireundeu” , ditulis oleh Sabila Anshorulloh, NIM : 1607025030 , NIMKO : 3945020216030, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing



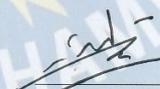
(Arif Hamzah M.A.)

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Implan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Cireundeun”, ditulis oleh Sabila Anshorulloh, NIM : 1607025030 , NIMKO : 3945020216030, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM
Dekan,


(Fitri Liza, S.,Ag.,M.A)

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, S.,Ag.,M.A</u> Ketua		04/12/2020
<u>Ai Fatimah Nur Fuad, Lc.,M.A., Ph.D.</u> Sekretaris		1/12/2020
<u>Arif Hamzah, M.A</u> Anggota/Pembimbing		02/12/2020
<u>Nur Melinda Lestari SE.i.,MH</u> Anggota/Penguji I		27/11/2020
<u>Yanti Budiasih, SE.,MM</u> Anggota Penguji II		2/12/2020

ABSTRAK

Sabila Anshorulloh, *Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Implan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Cireundeu*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Implan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Cireundeu. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

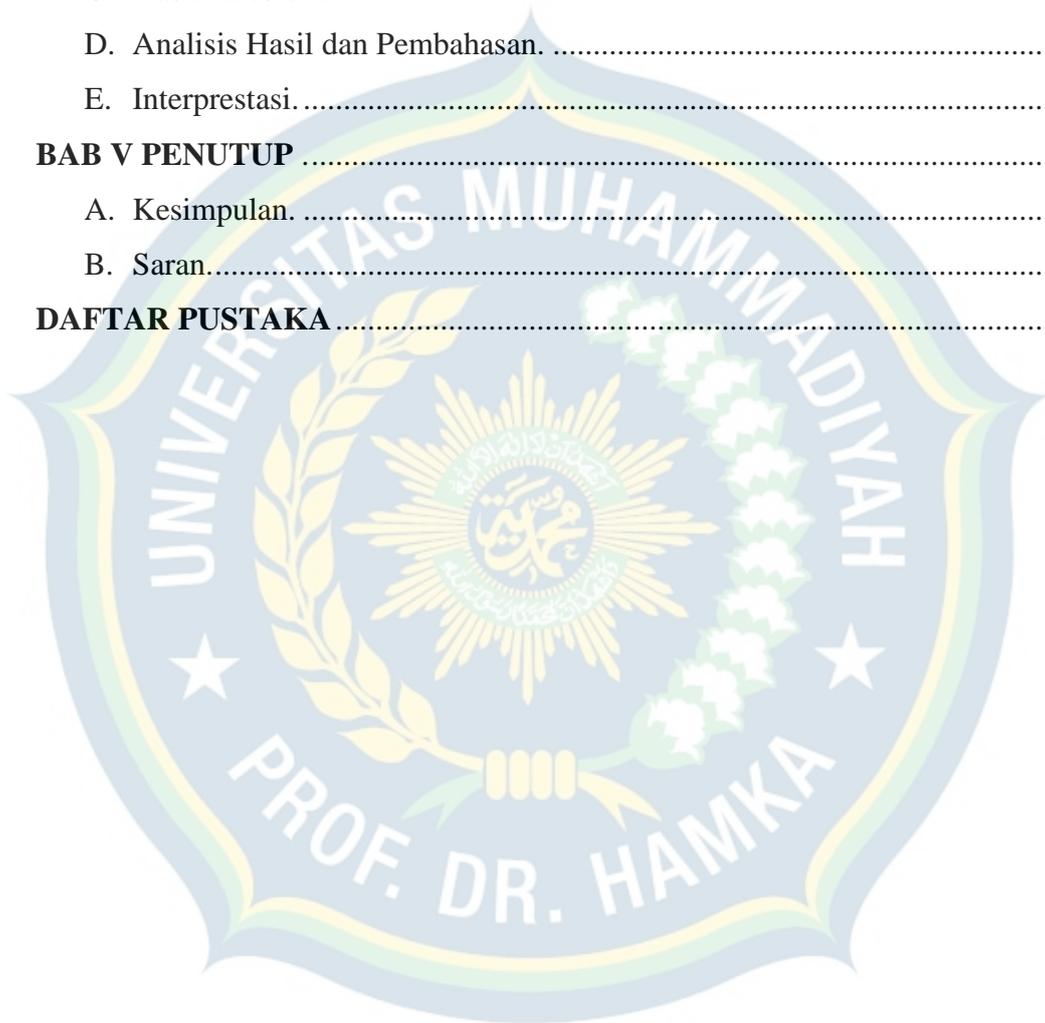
Berdasarkan hasil pengujian variabel menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan, dengan menggunakan dasar $p\text{-value} > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $5,386 > 0,2787$ pada uji F atau uji serempak menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ bahwa pengetahuan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan dengan nilai $47,499 > 3,19$. Menurut $R\text{ square}$ adalah sebesar 0,678 atau 67% yang berarti keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan pada bank syariah mandiri KCP Cirendeude dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Kata Kunci : Keputusan Nasabah , Pengetahuan, Kepercayaan,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PANITIAAN UJIAN SKRIPSI.	iv
KATA PENGANTAR.	v
ABSTRAK.	vii
DAFTAR ISI.	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
F. Penelitian Terdahulu.....	11
G. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.	15
A. Pengetahuan.....	15
B. Kepercayaan.....	20
C. Keputusan Nasabah.....	24
D. Pembiayaan .	31
E. Pembiayaan Implan	32
F. Kerangka Berfikir.....	39
G. Hipotesis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.	42
A. Ruang lingkup penelitian.	42
B. Metode pengumpulan data.	45

C. Metode pengolahan data.....	46
D. Metode analisis data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN INTERPRESTASI.....	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
B. Gambaran Umum Responden.....	54
C. Hasil Kuesioner.....	58
D. Analisis Hasil dan Pembahasan.....	61
E. Interpretasi.....	71
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75

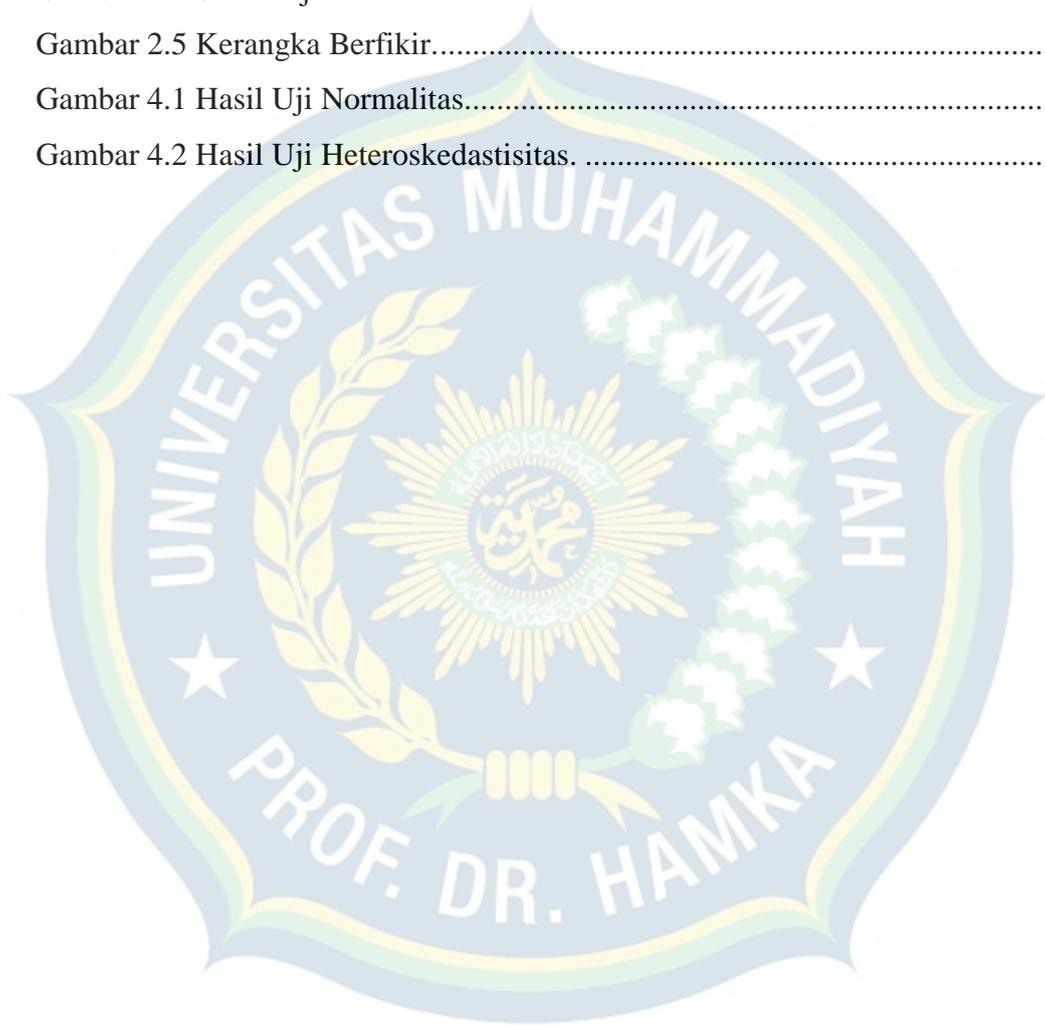


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.	11
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Umur/Usia.....	59
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.	60
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5 Frekuensi Statistik Variabel Pengetahuan.....	62
Tabel 4.6 Frekuensi Statistik Variabel Kepercayaan.	63
Tabel 4.7 Frekuensi Statistik Variabel Keputusan Nasabah.	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan.	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.	69
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Proses Pembelian.....	27
Gambar 2.2 Skema Wakalah.....	39
Gambar 2.3 Skema Murabahah.....	41
Gambar 2.4 Skema Ijarah.....	42
Gambar 2.5 Kerangka Berfikir.....	43
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perkembangan bank syariah di Indonesia sudah cukup berkembang pesat, tetapi jumlah bank dan kantor bank sudah cukup banyak, akan tetapi jumlah asset Bank Syariah masih kurang dibanding dengan bank konvensional. Perbankan Syariah di Indonesia pun umurnya masih muda tetapi sudah dituntut untuk bersaing dengan perbankan konvensional yang ada di Indonesia. Menurut Undang-undang No.21 Tahun 2008 Bank ialah badan usaha yang dapat menghimpun dana dari masyarakat yang bentuknya simpanan dan disalurkan kembali kepada masyarakat berbentuk kredit atau bentuk yang lain dalam rangka peningkatan taraf hidup masyarakat. Bank mempunyai dua ragam yaitu Bank Perkreditan Rakyat dan Bank Umum. Pada kedua bank tersebut dapat diklasifikasikan kegiatan usahanya yaitu bank yang menggunakan prinsip berbasis syariah dan bank konvensional. Bank dengan prinsip syariah dapat disebut bank syariah.

Masyarakat mempunyai alasan dan beberapa faktor tertentu yang mempengaruhi untuk mengambil sebuah keputusan dalam menetapkan pilihan di bank syariah. Alasan muncul Bank Syariah menurut sejarah ada dua alasan, alasan yang pertama yaitu bunga didalam bank konvensional adalah haram karena termasuk riba dan dilarang didalam islam. Alasan kedua yaitu karena aspek ekonomi, dimana penyerahan resiko usaha dalam salah satu pihak dirasa sangat merugikan pihak yang lain, maka ketidakadilan ini terjadi pada bank konvensional, sedangkan didalam sistem perbankan syariah kerugian dan

keuntungan diperoleh bergantung pada kesempatan atau akad dan berlaku pada kreditur maupun debitur. Sistem ini yang disebut bagi hasil yang adil bagi kedua belah pihak.

Bank menurut Rivai (2007 : 759) mengatakan bahwa lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan berdasarkan etika dan sistem nilai islam, bebas bunga, bebas dari kegiatan yang diharamkan dan terbatas dari hal-hal yang kurang jelas.” Dimana tindakan ini dilakukan oleh bank yang berguna untuk merealisasikan larangan riba yang tercantum dalam Q.S Al-Baqarah (2 : 278-279).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾
فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ
لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Tafsiran surat al-baqarah ayat 278-279 ialah sebagaimana orang beriman yang bertakwa kepada Allah maka tinggalkanlah riba. Apabila tidak ditinggalkan maka kalian telah berdusta kepada Allah. Dan apabila riba masih dilakukan, maka kalian telah melanggar perintah-Nya Allah, dan akan disamakan pula dengan orang yang memerangi agama Allah. Orang yang akan memerangi agama Allah akan diperangi kembali oleh Allah dan Rasul-Nya. Maksud dari diperangi Allah ialah, Allah akan memberikan azab yang pedih kepada orang yang melanggar perintahnya di dunia maupun di akhirat. Sedangkan maksud dari diperangi Rasul-Nya ialah Rasul akan memerangi yang memakan riba pada zamannya. Orang yang melakukan memakan riba akan dihukum murtad (keluar agama) dan menentang hukum Allah, maka merekalah yang boleh diperangi. Namun apabila pelaku yang memakan riba telah melakukan pemberhentian, dengan menjalankan perintah-Nya

dan larangan Allah, dan yang diperbolehkan untuk menerima kembali pokok modal tanpa adanya pengurangan . (Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia, Al-Qur'an dan tafsirnya (1990 : 148).

Industri pada bidang perbankan syariah ini merupakan bagian dari sistem perbankan nasional yang sangat penting adalah dalam sektor ekonominya. Peranan ini pada perbankan syariah di Indonesia, bank syariah perlu peningkatan kinerja agar terciptanya perbankan sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut (Rianto, 2012 : 107) yang menjadi keunggulan industri perbankan syariah adalah perbedaan produknya karena mempunyai produk yang beragam dan berbeda. Perbedaan tersebutlah yang menjadi daya tarik konsumen atau calon nasabah dalam menggunakan bank syariah. Dari keunggulan perbankan syariah ini dapat menciptakan rasa aman kepada pihak bank dengan tidak menggunakan besar keuntungan dari adanya bunga, maka hal tersebut dilarangnya riba oleh umat islam. Perbedaan ini dijadikan oleh perbankan syariah bebas riba sehingga masyarakat atau konsumen lebih tertarik dibandingkan produk para pesaing.

Pengambilan keputusan seseorang muncul dari reaksi masalah yang tidak sesuai dengan perkara atau keadaan yang diinginkan, dan yang sangat dibutuhkan yaitu pertimbangan dalam pembuatan tindakan alternatif. Menurut (Robbins dan Judge, 2008 : 188-189) pada skripsi Tandi Larasati Putri persoalan penginterpertasian merupakan kesadaran bahwa terdapat sebuah keputusan dan masalah. Interpertasi dan evaluasi informasi sangat dibutuhkan dalam sebuah

keputusan. Dalam proses pengambilan keputusan rasional dapat membuat pilihan yang konsisten dan memaksimalkan nilai dalam batasan tertentu.

Pengambilan keputusan ialah suatu aktivitas yang termasuk dalam menerapkan dan memperoleh barang atau jasa yang ditawarkan. Keputusan juga harus dapat menjawab pertanyaan, tentang apa yang mau dilakukan dan yang akan dibicarakan dalam suatu hubungan dengan perencanaan. Menurut (Putri, 2016 : 25) pada skripsi Tandi Larasati Putri keputusan merupakan tindakan yang sangat menyimpang dari rencana awal. Keputusan yang baik dapat digunakan dalam pembuatan rencana yang baik.

Ketetapan dibuat yang digunakan dalam barang atau jasa oleh pelanggan atau nasabah akan timbul dari aspek tertentu. Proses pengutipan kepastian yang dilakukan oleh pelanggan sering kali dihadapi dengan kejadian yang didasari dari aspek yang mengikat dengan segala hal penentu terhadap hasil. Oleh sebab itu pihak manajemen diharapkan dapat mendalami aspek yang sangat berpengaruh didalam keputusan nasabah saat melangsungkan pembelian barang atau jasa di bank, sehingga pihak pemasaran bank bisa lebih mudah menguasai dalam pemuasan keperluan pelanggan atau nasabah. Faktor yang mempengaruhi berupa rangsangan pemasaran ekonomi, teknologi, politik, sosial, budaya dan yang terpenting adalah ciri konsumen atau nasabah itu sendiri (Viranti. A. F serta Ginanjar. A, 2015 : 45).

Salah satu strategi yang bisa digunakan oleh bank syariah adalah dengan memberikan informasi kepada calon nasabah atau masyarakat tentang produk

yang tersedia di bank syariah tertentu dan juga memberikan pelayanan kepada calon nasabah atau masyarakat menjadi nasabah dengan maksimal. Dengan adanya strategi diatas calon nasabah akan tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh bank. Maka dari itu pengetahuan sangat dibutuhkan dalam pengambilan suatu keputusan untuk memilih sesuatu dalam memenuhi keinginan atau kebutuhan. Memutuskan mempunyai arti yaitu memilih salah satu atau lebih dari banyak pilihan, model perilaku konsumen diartikan sebagai kerangka kerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini oleh konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian (Maski, 2010 : 45).

Aspek yang bisa memberikan dampak kepada keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan, salah satunya ialah pengetahuan. Pengetahuan masyarakat juga akan memberikan dampak dalam keputusan untuk memilih bank syariah demi memenuhi keinginan atau kebutuhan yang ada. Pengetahuan konsumen sangat penting dalam mengetahui persepsi responden terhadap bank syariah. Karena disetiap komunitas pasti mempunyai pengetahuan yang berbeda dan modelnya pun juga berbeda. Banyak calon nasabah bank syariah yang kurang mengenal rinci produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Cireundeu. Dimana pengetahuan yang mempunyai arti yaitu segala sesuatu yang harus diketahui berhubungan dengan suatu hal. Pengetahuan juga dapat bermunculan pada saat seseorang menggunakan akal pikirnya untuk mengetahui kejadian yang belum pernah terlihat dan dirasakan sebelumnya. Apabila seorang nasabah telah memahami mengenai produk yang ada di bank syariah maka akan mudah untuk memilih produk yang diinginkan sesuai dengan

kebutuhan. Menurut jurnal ilmiah oleh lestari (2015) sebelum calon nasabah menggunakan jasa perbankan, dibutuhkan beberapa pengetahuan atau informasi suatu bank, dimana nantinya tidak ada pihak yang dirugikan atau merasa rugi.

Teori yang menunjang riset ini menurut (Gampu, 2015 : 1339) ialah pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank. Sehingga hipotesis awal yang berkata kalau diprediksi pengetahuan konsumen (pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan konsumsi) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah ataupun bank konvensional bisa diterima.

Sedangkan faktor yang lainnya yaitu kepercayaan, menurut Umar (2013 : 13) kepercayaan ini dianggap cukup penting karena kepercayaan konsumen adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan dibuat konsumen terhadap obyek, manfaat dan atributnya. Armayanti (2011 : 28) Ketika seseorang akan mengambil sebuah keputusan, maka ia akan memilih lebih keputusan sesuai pilihan yang lebih dapat dipercaya dibanding yang kurang dipercaya. Oleh karenanya bank syariah akan terus memberikan pelayanan prima agar mendapatkan kepercayaan dari nasabah atau konsumen.

Research gap dapat dilihat dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain yaitu Novi Patminingsih (2018), penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo” pada penelitian ini menemukan bahwa hasilnya variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan

sedangkan variabel kualitas produk juga hasilnya mengatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo.

Sementara penelitian yang sudah dilakukan oleh Ismi Aziz (2016), penelitian yang berjudul “Pengaruh kepercayaan, hubungan masyarakat, dan fasilitas terhadap keputusan menabung di BMT Binamas” pada penelitian ini hasilnya menerangkan bahwa variabel kepercayaan dan hubungan masyarakat ini berpengaruh positif signifikan sedangkan variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BMT Binamas.

Penelitian yang sudah dilakukan oleh Intan Dwi Yuniar (2019), penelitian yang berjudul “Pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BRI Syariah Kc Madiun” pada penelitian ini mengatakan bahwa variabel pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Vita Aprilia (2018), penelitian yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR dengan *Brand Image* sebagai variabel *Intervening* pada Bank BRIS Kcp Demak” pada penelitian ini bahwa hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah, promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dan brand image berpengaruh terhadap keputusan nasabah

Dari hasil yang sudah dilakukan oleh Ida Nurlaeli (2017) penelitian yang berjudul “Pengaruh faktor budaya, psikologi, pelayanan, promosi dan pengetahuan tentang produk terhadap keputusan nasabah memilih BPRS di Banyumas” pada penelitian ini membuktikan bahwa variabel budaya dan psikologis secara parsial tidak berpengaruh, sedangkan variabel pelayanan, promosi dan pengetahuan tentang produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Berdasarkan gambaran di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana **Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Implan pada bank syariah mandiri.** Guna mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap Bank Syariah Mandiri.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas, maka teridentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih kurang tentang pengetahuan terhadap produk bank syariah yang ada di Bank Syariah Mandiri, karena minim pemberian informasi atau penjelasan lainnya khususnya pembiayaan implan.
2. Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu kepada orang lain dimana kita memiliki kepercayaan padanya.

C. Pembatasan masalah

Agar pembahasan tidak meluas dan hanya mencapai fokus yang diharapkan diawal, penulis membatasi masalah yang akan dibahas, sehingga pembahasan

pada penelitian ini lebih jelas dan sesuai dengan yang ada di harapkan penulis. Penulis akan membahas pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan produk pembiayaan implan. Dan dari setiap variabel mempunyai indikator yang berpengaruh atau tidak.

D. Rumusan masalah

1. Apakah pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan di Bank Syariah Mandiri KCP Cirendeu?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan di Bank Syariah Mandiri KCP Cirendeu ?
3. Apakah pengetahuan dan kepercayaan, secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan di Bank Syariah Mandiri KCP Cirendeu ?

E. Tujuan dan manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel pengetahuan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cirendeu
 - b. Untuk mengetahui variabel kepercayaan pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cirendeu

- c. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan kepercayaan secara bersamaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan implan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cirendeu

2. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian yang diharapkan oleh penulis ini dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi penulis

Menambah wawasan kepustakaan, informasi serta bahan referensi bagi peneliti yang akan datang.

- b. Bagi pembaca

Pada hasil telaah ini diharapkan bisa meningkatkan pengetahuan bagi masyarakat dan pelajar perihal pengaruh pengetahuan, dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan produk pembiayaan implan.

- c. Bagi peneliti

Pada hasil telaah ini digunakan sebagai perbedaan antara konsep yang sudah didapat dari institusi yang disesuaikan dengan mata kuliah dan didalam kegiatan operasional perusahaan khususnya didalam usaha dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

- d. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini juga diharapkan bisa dijadikan pertimbangan dalam penyaluran dana khususnya pembiayaan.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Penelitian Relevan

No	Judul Skripsi	Peneliti	Metode	Persamaan	Perbedaan Penelitian
1	“Pengaruh pengetahuan nasabah dan kualitas produk terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo”	Novi Patminingsih (2018)	Metode pendekatan kuantitatif bersifat non-eksperimen	Persamaan pada penelitian ini adalah pengaruh pengetahuan nasabah	Perbedaan dari penelitian adalah variabel X_2 membahas mengenai kualitas produk terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo, sedangkan peneliti menggunakan variabel kepercayaan.
2	“Pengaruh kepercayaan, hubungan masyarakat, dan fasilitas terhadap keputusan menabung di BMT Binamas”	Ismi Aziz (2016)	Menggunakan metode analisis deskriptif dan kuantitatif	Persamaan pada penelitian ini adalah pengaruh kepercayaan	Perbedaan dari penelitian ini adalah menggunakan 3 variabel dan tempat penelitiannya
3	“Pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah	Intan Dwi Yuniar Fadillah (2019)	Metode yang digunakan adalah kuantitatif	Persamaan pada penelitian ini adalah pengaruh pengetahuan dan kepercayaan	Perbedaannya adalah hanya tempat penelitiannya

	menabung di Bank BRIS Kc Madiun”				
4	“Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) dengan <i>Brand Image</i> sebagai variabel intervensi pada Bank BRI Syariah Kcp Demak”	Vita Aprilia Safitri (2018)	Metode yang digunakan bersifat kuantitatif	Persamaan pada penelitian ini adalah pengaruh kepercayaan	Perbedaannya adalah 2 variabel yaitu kualitas pelayanan dan promosi serta tempat penelitiannya
5	“Pengaruh faktor budaya, psikologi, pelayanan, promosi dan pengetahuan tentang produk terhadap keputusan nasabah memilih	Ida Nurlaeli (2017)	Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner	Persamaannya pengetahuan tentang produk	Perbedaannya adalah 4 variabel dan tempat penelitiannya

	BPRS di Banyumas ”				
--	--------------------------	--	--	--	--

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penjelasan mengenai latar belakang yang menjelaskan awal dari penentuan judul yang akan diteliti.

Kemudian, setelah latar belakang masalah ada rumusan masalah yang akan dibahas oleh peneliti didalam analisa data dan juga pembahasan. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut butuh identifikasi masalah, pembatasan masalah, juga tujuan dan manfaat penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah tersebut. Dan kemudian ada juga penelitian terdahulu dan sistematika penulisan yang ada didalam pendahuluan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini peneliti akan menjelaskan tentang landasan teori yang menjelaskan tentang teori dasar yang berkaitan dengan objek penelitian sebagai sumber referensi buku atau dari penelitian-penelitian sebelumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menampilkan hasil dari pengolahan data dan kajian yang berkaitan dengan pembahasan. Hasil telaah skripsi ini menerangkan hasil karakteristik responden, hasil uji menggunakan SPSS, dan menjelaskan model serta uji analisis seberapa pengaruh variabel yang digunakan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup ini peneliti membuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan berdasarkan hasil telaah yang menguraikan jawaban atas permasalahan yang diterapkan pada pembahasan penelitian ini sesuai dengan analisa yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. (Jakarta : Prenadamedia Group, 2014).
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. (Jakarta : Gema Insani Press, 2001).
- Armayanti , N. *Gambaran Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Melalui Media Internet*. Skripsi. Medan : Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta : Rajawali Pers, 2007).
- Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia, *Al-Qur'an dan Tafsirnya vol. I* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1990).
- Basuki, Agus Tri dan Nano Purwanto. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2016).
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Predana Media Group, 2011.
- Dharmmesta, B.S., dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty, 2005.
- Egan, John. 2011. *Relationship Marketing Exploring Relational Strategis in Marketing Fourth Edition*. London : Pearson Education Limited
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2015).
- Kennedy. *Does Patient Satisfaction Affect Patient Loyalty*. *Internasional Journal of Health Care Quality Assurance*. Vol. 24 No.4 , 2002
- Kotler, Philip. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Indeks, 2008), jilid II, edisi. XII.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta : Prenhallindo, 2000)
- Kusmayadi, Tatang. 2007. *Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan STIE STAN Indonesia Mandiri*. Skripsi. Jepara : STIE STAN Indonesia Mandiri
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013).
- Machfoedz Mahmud, *Pengantar Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), jilid I, edisi I.

- Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2002).
- Notoatmodjo, Soekidjo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. (Jakarta : Rineka Cipta, 2003)
- Pappers, Don and Martha Rogers. *Managing Customer Relationship : A Strategic Framework*, New Jersey : John Wiley and Sons, Inc , 2004.
- Peter and Olson. *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. (Jakarta : Salemba Empat, 2013)
- Rianto, M. A. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Veithzal. *Bank and Financial Institution Management*. (Kakarata : PT. Raja Grafindo Persada, 2007).
- Rival, Veithzal. *Islamic Financial Management*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008).
- Robbins, S.P dan Judge, T.A, *Perilaku Organisasi*. (Jakarta : Salemba Empat, 2008).
- Roslina. 2009. *Pengaruh Pengetahuan Produk, dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol X, No.
- Sangadji Sopiha. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. (Yogyakarta : Andi, 2013).
- Silmi, S. 2012. *Persepsi Nasabah Tentang Relationship Marketing dan Pengaruh Terhadap Loyalitas* (studi pada nasabah tabungan utama PT. Bank Mega Syariah Cabang Malang) *Jurnal Manajemen Pemasaran*
- Siregar, Syofian. *Metode penelitian Kuantitatif*. (Jakarta : Kencana, 2013).
- Somad, R. & Priansa, D.J.. *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. (Bandung : Alfabeta, 2014).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung : Alfabeta 2011).
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen (panduan riset sederhana untuk mengenali konsumen)* (Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publising Service), 2013)
- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. (Jakarta : Erlangga, 2001), jilid II.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta : Andi, 2006).

Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. (Jakarta : PT. Gramedia, 2003)

Skripsi dan Jurnal

Firza Aulia Viranti dan Ginanjar A..*Influence Of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking On Descion Non Muslim Customer Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah*. 2015. *The Journal of Tauhidinomics*. Vol. 1 No.1 35-60, <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/tauhidinomics/article/view/3323/2553> (diakses pada 12 september 2020)

Gampu.N.S.,Kawer.L., dan Uhing Y., *Analisis motivasi, persepsi dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih PT. Bank Sulut cabang utama Manado*. (2015). Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3.1330 – 1340, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10416> (diakses pada 12 september 2020)

Lestari, Mulikhah Alfi, “*Pengaruh, Religiusitas, Produk bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Preferensi menabung pada Perbankan Syariah (Kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*”. Skripsi, Malang Universita Brawijaya. 2015 dari ... (diakses pada 7 september 2020 pukul...)

Maski, Ghozali. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung : Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang*. *Journal of Indonesia Applied Economics*, Vol.4 No.1, 1-15. 2010 dari ... (diakses pada 8 september 2020)

Rifani, Mulia, *MEKANISME PELAKSANAAN AKAD PEMBIAYAAN PRODUK IMPLAN DI BANK SYARIAH MANDIRI KC. PULO BRAYAN*. Skripsi. Program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara . 2019 dari ... (diakses pada 17 januari 2020 pukul 14:02)

Van Iwaarden, J., Van der Wiele, T., Ball, L., and Millen, R. *Applying SERVQUAL websites : An Explotary study*” *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 20, No. 8, pp. 919-935. 2003 dari... (diakses pada 8 september 2020 pukul...)

<http://www.informasi ahli.com/2015/08/pengertian-angket-dan-jenis-angket.html>

diakses 31 juli 2020.

<https://www.mandirisyahiah.co.id/tentang-kami/sejarah>. Diakses pada 12 Agustus 2020
pukul 13.25

<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/29283> diakses pada 10
september 2020 pukul 21.44

