

**ANALISIS PENGARUH NILAI SYARIAH DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH* PADA BMT BIF**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**SYAIFUL ISLAM
NIM: 12390008**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2016

**ANALISIS PENGARUH NILAI SYARIAH DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH* PADA BMT BIF**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**SYAIFUL ISLAM
NIM: 12390008**

PEMBIMBING:

- 1. JOKO SETYONO, SE.,M.Si**
- 2. Dr. IBNU MUHDIR, M.Ag**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016**

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Syaiful Islam
Lamp : 1

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

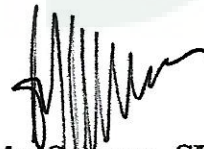
Nama : Syaiful Islam
NIM : 12390008
Judul Skripsi : **“Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Pembiayaan Murabahah Pada BMT BIF”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Keuangan Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Juni 2016
Pembimbing I



Joko Setyono, SE., M.Si
NIP. 19730702 200212 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Syaiful Islam
Lamp : 1

Kepada
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta.**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Syaiful Islam
NIM : 12390008
Judul Skripsi : **“Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Pembiayaan *Murābahah* Pada BMT BIF”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Keuangan Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta,
Pembimbing/II

Dr. Ibnu Muhdir, M. Ag.
NIP. 19641112 199203 1 006



PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor : B-811.19/UN.02/DEB/PP.05.3/06/2016

Skripsi/Tugas akhir dengan judul:

“Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Pebiayaan *Murābahah* Pada BMT BIF”
Yang dipersiapkan dan disusun oleh,

Nama : Syaiful Islam
NIM : 12390008
Telah dimunaqasyahkan pada : 22 Juni 2016
Nilai Munaqasyah : A/B
Dan dinyatakan telah diterima oleh Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Keuangan Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tim Munaqasyah:

Ketua Sidang,

Joko Setyono, SE., M.Si

NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Penguji II

Ibi Satibi, S.H.I., M.Si
NIP. 19770910 200901 1 011

Yogyakarta, 27 Juni 2016
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan,



Dr. Ibnu Qizam, SE., M.Si., Ak., CA.
NIP. 1968002 199403 1 002

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syaiful Islam
NIM : 12390008
Jurusan-Prodi : Keuangan Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Pembiayaan *Murābahah* Pada BMT BIF**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb..

Yogyakarta, 27 Juni 2016

Penyusun



Syaiful Islam
NIM. 12390008

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ﺀ	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap

dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	ditulis	<i>A</i>
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	ditulis	<i>Ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لِنِّ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءِ	ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْسِ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلِ السَّنَةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syaiful Islam
NIM : 12390008
Program Studi : Keuangan Syari'ah
Departemen : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Pembiayaan *Murābahah* Pada BMT BIF”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan seksama.

Yogyakarta, 27 Juni 2016

Yang menyatakan



Syaiful Islam

NIM: 12390008

HALAMAN MOTTO

“TIDAK ADA BALASAN KEBAIKAN KECUALI
KEBAIKAN PULA”
(QS. AR-RAHMAN [55] : 60)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua yang bekerja keras untukku:
-Bapak Drs. Ibrahim Umar dan Ibu Sri Rusmiyati.

Adik tercinta, Muhammad Iqbal Al-Fikri

Almh. Bulek Tri Setyowati

Segenap keluarga besar yang selalu memberikan doa.

Partner kerja selama kuliah, Kepengurusan Koperasi Mahasiswa
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Periode 2012 - 2015.

Keluarga ketemu besar ku di Jogja, HMK and Friend yang selalu
memberikan warna pada pengerjaan skripsi ini:

-Aang, Darra, Zulfa, Lian, Angger, Rani, Afi, Tantri, dan
Rizka Sebul.

Crew kost bagong yang selalu berkontribusi selama di Jogja:
-Aji, Ihsan, Yuli, Godi, Mas Adi, Gunawan, Totok, dan Yanuar.

Dosen-dosen yang telah sabar dan mendidik.

Keluarga Besar Mahasiswa Keuangan Syari'ah Angkatan 2012 UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Beserta Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alḥamdulillāhirabbil'ālamīn, segala puji dan syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada Penyusun, sehingga dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam tak lupa penyusun haturkan kepada Sang Baginda sejati, Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita tunggu syafa'atnya di *yaumul qiyamāh*. Setelah melalui berbagai proses yang cukup panjang, dengan mengucap syukur akhirnya skripsi atau tugas akhir ini dapat terselesaikan meskipun masih jauh dari kesempurnaan.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Untuk itu, penyusun dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
2. Bapak Dr. Ibnu Qizam, SE., M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
3. Muhammad Yazid Afandi, M. Ag., selaku Ketua Program Studi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Dosen Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
4. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si., dan Dr. Ibnu Muhdir, M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi I dan II yang telah membimbing, mengarahkan, memberi masukan, kritik, saran dan motivasi dalam menyempurnakan penelitian ini,


Seluruh Dosen Program Studi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Dosen Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk Penyusun selama menempuh pendidikan,

6. Seluruh pegawai dan staf TU Prodi, Jurusan, dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta seluruh staf di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
7. BMT BIF Pusat dan BMT BIF Cabang Gamping yang telah membantu dalam memperoleh data responden.
8. Orang tua dan adik tercinta, Bapak Drs. Ibrahim Umar, Ibu Sri Rusmiyati, dan Muhammad Iqbal Al-Fikri serta seluruh keluarga besar atas segala do'a, dukungan, kasih sayang dan motivasi kehidupan terbaik,
9. Seluruh elemen Koperasi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak pelajaran berharga selama menjadi mahasiswa.
10. Seluruh teman-teman jurusan Keuangan Syariah dan Keuangan Islam angkatan 2010, 2011, 2012 yang telah berjuang bersama-sama menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta semua yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini,

Semoga Allah SWT memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan rahmat dan kebaikan yang terbaik dari-Nya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya. Aamiin.

Yogyakarta, 27 Juni 2016


Syariful Islam
NIM. 12390008

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	xi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR, TABEL, DAN LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Telaah Pustaka.....	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.2.2 Faktor-faktor Perilaku Konsumen.....	15
2.2.3 Keputusan Penggunaan.....	18
2.2.4 Keputusan Konsumen dalam Prespektif Islam.....	21
2.2.5 Nilai Syariah dalam Lembaga Keuangan.....	22
2.2.6 Pembiayaan Murabahah Pada BMT.....	26
2.2.7 Landasan Hukum <i>Murābahah</i>	27
2.2.8 Rukun dan Syarat <i>Murābahah</i>	29
2.2.9 Bauran Pemasaran.....	30
2.2.10 Pemasaran dalam Prespektif Islam.....	36
2.3 Perumusan Hipotesis.....	43
2.3.1 Nilai Syariah dan Pengambilan Keputusan.....	43
2.3.2 Bauran Pemasaran Produk dan Pengambilan Keputusan.....	44
2.3.3 Bauran Pemasaran Harga dan Pengambilan Keputusan.....	45
2.3.4 Bauran Pemasaran SDM dan Pengambilan Keputusan.....	46
2.3.5 Bauran Pemasaran Proses dan Pengambilan Keputusan.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Sumber Data.....	48
3.2.1 Data Primer.....	48

3.2.2 Data Sekunder	49
3.3 Populasi dan Sampel	49
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.5 Operasional Variabel Penelitian	52
3.5.1 Variabel Independen	52
3.5.2 Data Dependen	54
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	54
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	55
3.7.1 Uji Prasyarat Analisis.....	55
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	58
3.7.3 Uji Hipotesis	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Profil BMT BIF.....	62
4.1.1 Deskripsi	62
4.1.2 Cabang	64
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Deskripsi Usia Responden	65
4.2.2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	65
4.2.3 Deskripsi Pendidikan Terakhir	66
4.2.4 Deskripsi Penghasilan Responden	67
4.3 Hasil Pengumpulan Data	68
4.4 Analisis Data	68
4.4.1 Uji Validitas	68
4.4.2 Uji Realibilitas	70
4.4.3 Uji Prasyarat Analisa	71
4.4.4 Uji Asumsi Klasik	74
4.4.5 Uji Regresi Linear Berganda	76
4.4.6 Uji Hipotesis	77
4.5 Pembahasan.....	82
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Implikasi.....	90
5.3 Saran-saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:Proses Model Perilaku Konsumen	15
Gambar 2.1:Proses Penggunaan Konsumen	19
Gambar 4.1:Uji Normalitas (<i>Normal Probability Plot</i>).....	72
Gambar 4.2:Uji Heteroskedastisitas.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data Anggota BMT BIF.....	4
Tabel 4.1: Usia Responde	65
Tabel 4.2: Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4.3: Pendidikan Terakhir Responden	66
Tabel 4.4: Penghasilan Per Bulan Responden	67
Tabel 4.5: Uji Validitas	69
Tabel 4.6: Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.7: Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	73
Tabel 4.8: Uji Linearitas	73
Tabel 4.9: Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 4.10: Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.11: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
Tabel 4.12: Hasil Uji Simultan.....	78
Tabel 4.13: Hasil Uji Parsial	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:Terjemahan Teks Arab	I
Lampiran 2:Kuisioner Penelitian	III
Lampiran 3:Data Responden	VII
Lampiran 4:Uji Validitas.....	XI
Lampiran 5:Uji Realiabilitas	XIII
Lampiran 6:Uji Normalitas	XV
Lampiran 8:Uji Linearitas	XVI
Lampiran 9:Uji Multikolinearitas dan Autokorelasi.....	XVIII
Lampiran 10:Hasil Analisis Data	XIX
Lampiran 11:Tabel r.....	XX
Lampiran 12:Ijin Penelitian.....	XXII
Lampiran 13:Curriculum Vitae	XXIII
Lampiran 14:Bukti Dokumentasi	XXIV

Abstrak

Nilai syari'ah tidak hanya mengatur perihal akhlak ataupun akidah semata, namun juga dalam aspek muamalah. Sistem bagi hasil dalam ajaran Islam menjadi pilihan agar terhindar dari larangan *riba'*. Hal tersebut menjadikan nilai syariah sebagai salah satu faktor utama pemilihan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan pada BMT. Selain itu penerapan bauran pemasaran yang efektif juga mampu memberikan keputusan penggunaan bagi anggota BMT. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh nilai syariah dan bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk murabahah. Penelitian ini dilakukan di BMT BIF dan dengan batasan penelitian anggota pada BMT BIF Yogyakarta Cabang Gamping. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21. Salah satu teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen. Hasil dari penelitian ini bahwa pada pengujian secara parsial, bauran pemasaran harga, bauran pemasaran sumber daya manusia, dan bauran pemasaran proses berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk *murabahah*, sedangkan nilai syariah dan bauran pemasaran produk tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah. Dari temuan tersebut menggambarkan bahwa BMT yang diproyeksikan untuk menjadi pilihan utama masyarakat muslim masih inferior dibandingkan dominasi bank konvensional. Maka dari itu, BMT harus mengevaluasi dirinya sendiri bukan hanya dalam hal kuantitas anggota, namun juga kualitas anggotanya. Sosialisasi tidak hanya dilakukan oleh para praktisi di lingkungan BMT saja, melainkan juga harus dilakukan oleh para dai/ustad/kyai di masjid-masjid yang juga bersentuhan langsung dengan masyarakat.

Kata kunci: bauran pemasaran, perilaku konsumen, nilai syariah.

Abstract

Sharia value manages not only human's behavior but also muamala aspects. Profit sharing system in Islam becomes a choice to avoid the prohibition of riba'. Hence, it makes sharia value to be one of the main factors in selecting customers to use BMT financing products. Besides, the effective implementation of the marketing mix can also provide the decision to choose what financing products which members of BMT should choose. This research was conducted to analyze the influence of syariah values and marketing mix on decisions using murabahah financing at BMT BIF Yogyakarta. The sample in this research is BMT BIF customer in Gamping . The analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis using SPSS version 21. One theory in this research is about consumer behavior. The results of this study indicate that in partial test, marketing mix price, people, and process is significant positive effect to decisions using murabahah financing at BMT BIF, but syariah values and marketing mix product is no effect. The results show that BMT which is projected to be first choice to the society is still inferior compared by the domination of konvensional banks. Therefore, BMT should make an evaluation not only in the total of members. Socialization has to be practiced by both practitioners and ustads in mosques that face the society directly.

Keywords: *marketing mix, consumer behavior, syariah values.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya lembaga keuangan di Yogyakarta empat tahun terakhir ini menuntut kesiapan lembaga-lembaga keuangan dalam menjamin dan mengelola dana yang didapatnya dari masyarakat. Dengan berkembangnya lembaga-lembaga keuangan tersebut menandakan bahwa ditengah-tengah masyarakat yang hidup serba berkecukupan kini muncul kekhawatiran akan timbulnya pengikisan akidah yang bukan hanya dipengaruhi oleh aspek syiar Islam saja, namun juga dipengaruhi oleh lemahnya ekonomi masyarakat. Selain itu pendistribusian pembiayaan pada lembaga keuangan seperti bank belum dapat diakses oleh semua lini masyarakat, khususnya masyarakat kelas menengah-kebawah yang menyebabkan munculnya pengikisan akidah tadi.

Hadirnya BMT sebagai lembaga yang memiliki tugas sebagai wadah pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan prinsip syari'ah memiliki peran penting sebagai penegas pentingnya prinsip-prinsip syari'ah dalam kehidupan ekonomi masyarakat khususnya di Provinsi D.I. Yogyakarta. Menurut Sudarsono (2007:108) salah satu komitmen keberadaan BMT adalah untuk terlibat dalam memelihara kesinambungan usaha masyarakat menengah kebawah. Hal tersebut akan membantu konsistensi masyarakat dalam memegang komitmen sebagai seorang nasabah.

Dengan pengelolaan BMT yang berdasar prinsip syari'ah maka masyarakat tidak dicemaskan dengan pengembalian dana yang sangat besar seperti lembaga keuangan bank ataupun rentenir, dikarenakan tidak menggunakan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil yang besaran jumlah pengembalian dananya bukan ditentukan oleh pihak pengelola atau lembaga keuangan melainkan sesuai kesepakatan kedua belah pihak yaitu antara nasabah dengan pengelola bmt.

Salah satu upaya BMT dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat adalah dengan melakukan proses pemasaran jasa kepada masyarakat. Pemasaran merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil apabila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada pasar. Pemasaran jasa terdiri dari sistem bisnis dan elemen-elemen yang memberi kontribusi kepada pandangan konsumen terhadap organisasi/ perusahaan secara keseluruhan. Elemen-elemen tersebut adalah upaya-upaya komunikasi dari bagian produk, harga, orang, proses, promosi, tempat/distribusi, dan bukti fisik.

Cakupan kegiatan pemasaran ditentukan oleh konsep pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam komunikasinya dan akan digunakan untuk memuaskan konsumen sasaran. Konsep 4P (*product, price, place, promotion*) yang pada mulanya menjadi bauran pemasaran barang perlu diperluas menjadi 7P (*product, price, place,*

promotion, people, procces, and physical evidence) jika ingin digunakan dalam pemasaran jasa. Pengakuan akan pentingnya tiga variable tambahan tersebut mendorong para pemasar jasa untuk mengadopsi konsep bauran pemasaran yang telah diperluas tersebut (Yazid, 2001:44).

Salah satu bukti berhasilnya proses bauran pemasaran jasa yang diterapkan oleh suatu organisasi atau perusahaan adalah dapat menarik sasaran pemasaran atau konsumen sehingga terjadilah proses keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu barang jasa yang ditawarkan perusahaan melalui sebuah strategi bauran pemasaran.

Dalam perjalanan dan prakteknya sebuah BMT juga perlu melakukan strategi bauran pemasaran agar dapat mempengaruhi anggotanya untuk mengambil keputusan menggunakan jasanya. Salah satu aspek penting dalam bauran pemasaran pada BMT adalah harus mampu memberikan pemahaman mengenai produk apa yang ditawarkan kepada konsumen dan perbedaan apa dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional. Menurut Sudarsono (2007:107) BMT sebagai lembaga keuangan syari'ah yang bersentuhan langsung dengan masyarakat kecil yang serba cukup (ilmu pengetahuan ataupun materi) memiliki peran penting dalam mengembangkan misi keislaman di dalam aspek kehidupan masyarakat.

Pemahaman terhadap ekonomi Islam itu sendiri merupakan suatu keharusan, Al-Ghazali dalam buku *Ihya' Ulumuddin* mengatakan bahwa seseorang pedagang yang berada di lingkungan yang marak dengan praktek

riba', wajib baginya untuk belajar ekonomi Islam agar terhindar dari *riba'* (Robbani, 2013:46). Hal tersebut sesuai dengan ketakutan umat Islam dalam menanggapi berkembangnya lembaga-lembaga keuangan konvensional yang menandakan bahwa ditengah-tengah masyarakat yang hidup serba berkecukupan kini muncul kekhawatiran akan timbulnya pengikisan akidah. Pengikisan akidah tersebut bukan hanya dipengaruhi oleh aspek syiar Islam saja, namun juga dipengaruhi oleh lemahnya ekonomi masyarakat (Sudarsono, 2007:108).

Kekhawatiran itu juga bersumber dari kurangnya informasi masyarakat mengenai sistem ekonomi Islam sehingga BMT hadir sebagai salah satu lembaga yang memiliki peran menjauhkan masyarakat dari praktek ekonomi non syari'ah dengan aktif melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi Islam dan larangan terhadap sistem ekonomi ribawi.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) dikarenakan perkembangan jumlah anggota yang terus meningkat selama 6 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Data Anggota BMT BIF

No	Data	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Penabung	12.890	14.269	16.576	20.941	25.130	29.031	34.556
2	Peminjam	6.842	7.786	8.646	8.782	9.635	9.873	10.317

Data Sekunder diolah

Dari data di atas terlihat bahwa setiap tahunnya BMT BIF selalu mengalami kenaikan baik dari penabung ataupun peminjam. Hal tersebut

menandakan bahwa BMT BIF telah menjadi pilihan dan kepercayaan masyarakat sebagai salah satu lembaga keuangan mikro.

Fenomena yang diangkat dalam penelitian ini adalah berawal dari temuan peneliti saat melakukan observasi lapangan pada subjek penelitian, yaitu anggota BMT BIF yang mayoritas tidak mengetahui apa itu BMT dan menyamakan dengan lembaga keuangan konvensional yang menggunakan sistem bunga untuk operasionalnya. Selain itu masih banyak anggota yang menyamakan sistem keuangan Islam pada BMT yang berlandaskan nilai syari'ah dengan sistem bunga yang digunakan pada lembaga keuangan konvensional. Hal tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh pengambilan keputusan anggota BMT dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF.

Fenomena yang berhubungan dengan bauran pemasaran pada penelitian ini adalah berdasarkan observasi dan wawancara mengenai *market share* BMT BIF cabang gamping yang kesemuanya hanya tertarik untuk menggunakan pembiayaan murabahah. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti bauran pemasaran yang mempengaruhi pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2014:2) memberikan hasil bahwa nilai syariah, produk, harga, promosi, lokasi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syari'ah cabang Yogyakarta. Pembeda dari penelitian sebelumnya pada

penelitian ini adalah pada variabel independen dan objek penelitiannya. Pada penelitian sebelumnya menggunakan loyalitas sebagai variabel independen, sedangkan pada penelitian ini menggunakan keputusan nasabah. Objek pada penelitian sebelumnya adalah Asuransi Syariah, sedangkan pada penelitian ini menggunakan objek BMT.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk menganalisis dan mengkaji pengaruh nilai syariah dan bauran pemasaran terhadap keputusan anggota, sehingga penulis mengambil judul : **“Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Pembiayaan *Murābahah* Pada BMT BIF”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas dapat dirumuskan beberapa pertanyaan peneliti yaitu :

- 1.2.1 Apakah nilai syariah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF?
- 1.2.2 Apakah bauran pemasaran produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF?
- 1.2.3 Apakah bauran pemasaran harga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF?

1.2.4 Apakah bauran pemasaran orang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF?

1.2.5 Apakah bauran pemasaran proses berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Untuk menganalisis pengaruh nilai syariah terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF.

1.3.2 Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran produk terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF.

1.3.3 Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran harga terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF.

1.3.4 Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran orang terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF.

1.3.5 Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran proses terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peneliti lain yang berkenaan dengan nilai syariah, bauran pemasaran, dan keputusan konsumen khususnya dalam industri jasa *Baitul Māl wat Tamwīl*, serta membuka kemungkinan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan yang sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menggambarkan praktek sebuah organisasi mengenai keputusan konsumen, nilai syariah, dan bauran pemasaran yang semula telah didapat di bangku perkuliahan.

1.4.2.2 Bagi BMT Bina Ihsanul Fikri

Memberikan informasi mengenai pengaruh nilai syariah dan bauran pemasaran terhadap keputusan pengambilan pembiayaan, sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan dan bahan evaluasi guna peningkatan kualitas di BMT Bina Ihsanul Fikri itu sendiri.

1.4.2.3 Bagi Masyarakat

Sebagai sarana informasi tentang pengaruh nilai syariah dan bauran pemasaran terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di

sebuah organisasi serta dapat menambah wawasan dalam bidang nilai syariah, pemasaran, dan perilaku konsumen.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan memberikan gambaran alur berpikir penyusun mulai awal penelitian hingga akhir penelitian. Sistematika penelitian ini terdiri dari lima bab bahasan sebagai berikut :

Bab pertama, bagian ini berupa pendahuluan. Bagian pendahuluan ini merupakan gambaran umum penulisan penelitian ini. Pendahuluan terdiri dari latar belakang yang menjelaskan mengapa penelitian ini dilakukan, pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian yang merupakan gambaran tujuan yang ingin dicapai oleh penyusun baik berupa manfaat secara akademik, manfaat praktis maupun kontribusi kebijakan, serta sistematika pembahasan yang merupakan gambaran secara singkat alur penyusunan penelitian ini.

Bab kedua dalam penelitian ini berupa landasan teori dari penelitian yang akan dilakukan. Bab kedua ini terdiri dari beberapa sub bab, antara lain: telaah pustaka berisikan kutipan-kutipan hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, kerangka teori memuat hubungan anatar variabel berdasarkan teori, landasan teori sendiri menjadi acuan dalam pengembangan dalam pembahasan penelitian yang akan dilakukan serta pengembangan hipotesis yang akan diteliti selanjutnya.

Bab ketiga berisi mengenai paparan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian tersebut akan menjelaskan

mulai dari jenis penelitian apa yang akan dilakukan, sampel, populasi, teknik pengumpulan data, hingga teknik analisis apa yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Bab keempat terdiri dari uraian analisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan pembahasan lebih lanjut dari hasil penelitian tersebut.

Bab kelima merupakan penutup yang berisikan kesimpulan yang menjadi jawaban dari pokok masalah dalam penelitian ini, keterbatasan penelitian yang berisi kekurangan penyusun dalam melakukan penelitian ini serta saran yang diberikan penyusun untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Dari hasil uji simultan ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel nilai syariah, bauran pemasaran produk, bauran pemasaran harga, bauran pemasaran sumber daya manusia, dan bauran pemasaran proses terhadap pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
- 5.1.2 Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan 0,833 yang menerangkan bahwa variabel-variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 83,3% dan sisanya 16,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 5.1.3 Secara parsial ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel nilai syariah terhadap variabel pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF dengan nilai signifikansi $0,324 > 0,05$. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya wawasan dan informasi yang diterima responden mengenai seperti apa nilai syariah yang diterapkan pada BMT, hal tersebut juga berkaitan dengan kurangnya sosialisasi di tengah-tengah masyarakat saat ini baik dari pihak BMT ataupun pihak yang mengerti dibidang ekonomi islam (akademisi/dai').

- 5.1.4 Secara parsial ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bauran pemasaran produk terhadap variabel pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF dengan nilai signifikansi $0,688 > 0,05$. Hal tersebut dikarenakan kurangnya wawasan dan informasi yang diterima anggota mengenai sistem ekonomi islam. Selain itu sistem ekonomi islam masih di anggap sama dengan sitem ekonomi konvensional pada umumnya. Anggota BMT beranggapan mereka menggunakan pembiayaan seperti pada bank pada umumnya dengan sistem bunga, tanpa mengetahui bahwa pembiayaan yang mereka gunakan adalah menggunakan akad murabahah dan menggunakan prinsip pengambilan mark up/ keuntungan oleh BMT.
- 5.1.5 Secara parsial ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel bauran pemasaran harga terhadap variabel pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini disebabkan karena pengambilan keuntungan pada pembiayaan murabahah cukup sedikit sehingga meringankan nasabahnya.
- 5.1.6 Secara parsial ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel bauran pemasaran sumber daya manusia terhadap variabel pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF dengan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$. Hal ini disebabkan karena sumber daya manusia dalam kaitan penelitian ini adalah karyawan BMT BIF memberikan pelayanan yang baik kepada anggota. Selain itu apabila

terjadi keterlambatan pembayaran karyawan BMT BIF masih memberikan toleransi untuk membayarnya di lain hari, dan apabila terjadi kesulitan pembayaran maka karyawan BMT akan memberikan pendampingan kepada anggota untuk mencari solusi.

- 5.1.7 Secara parsial ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel bauran pemasaran proses terhadap variabel pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini disebabkan proses pengajuan pembiayaan murabahah yang memudahkan anggota, proses pencairan yang cepat, dan proses tagihan dengan sistem jemput bola yang memudahkan anggota sehingga anggota lebih memilih menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF.

5.2 Implikasi

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi,

5.2.1 BMT Bina Ihsanul Fikri/ BIF.

Dengan adanya penelitian ini pihak BMT BIF dapat melakukan evaluasi dalam segi pemasaran, yaitu tentang memahami kepada anggota mengenai produk-produk yang ditawarkan, sehingga bukan hanya market share pembiayaan murabahah yang menarik anggota, namun market share pembiayaan-pembiayaan lain juga dapat menarik anggotanya.

5.2.2 Bagi Pihak Akademis

Dengan adanya penelitian ini maka para pihak akademis dapat mengetahui seperti apa kondisi masyarakat saat ini. Dengan banyaknya berkembang BMT di Yogyakarta belum dapat menjamin kesesuaian tujuan dari BMT itu sendiri yaitu untuk memahamkan masyarakat mengenai sistem ekonomi islam. Sehingga hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagaimana pihak akademisi dalam bertindak untuk menanggapi fenomena yang terjadi pada masyarakat.

5.3 Saran

- 5.3.1 Bagi pihak BMT dapat melakukan pembenahan pemasaran guna menarik market share yang lebih banyak lagi. Sistem pemasaran yang dimaksud yaitu bauran pemasaran produk, BMT dapat melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang jenis-jenis pembiayaan yang ditawarkan, sehingga dapat menarik market share lebih banyak lagi.
- 5.3.2 Bagi pihak akademisi dapat melakukan sosialisasi untuk memahamkan masyarakat mengenai apa itu ekonomi islam. Hal tersebut dapat tercapai seperti dengan menyisipkan materi tentang ekonomi islam dalam kajian-kajian yang ada di tengah-tengah masyarakat.
- 5.3.3 Untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengambil tema yang sama, dapat menambah objek penelitian BMT/BPRS lain yang ada di Yogyakarta agar hasil penelitian lebih menggambarkan kondisi masyarakat mengenai sistem ekonomi islam.

DAFTAR PUSTAKA

AL QUR'AN

Departemen Agama Republik Indonesia. (2006). *Al Qur'an dan Terjemahannya*.
Surabaya: PT. Bina Ilmu

Buku-Buku

Algifari. (2003). *Statistik Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, cet. ke-2.
Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Djuwaini, Dimyauddin. (2008). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta : Pustaka
Pelajar.

Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*, ed.
ke-2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indriantoro, Supomo Bambang. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta
: BPFE Yogyakarta

Isma'il. (2009). *Perbankan Syariah*. Jakarta : Prenadsa Media Grup.

Kartajaya, M. Syakir. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung : Mizan Pustaka.

Kotler, Amstrong Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Alih Bahasa Damos
Sihombing). Jakarta : Erlangga

Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Alih Bahasa Benyamin Molan).
Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium Jilid 2* (Alih
Bahasa Benyamin Molan). Jakarta : PT Prenhallindo.

Mudrajat, Kuncoro. (2001). *Metode Kuantitatif: Teori Untuk Bisnis dan Ekonomi*. UPP AMP YKPN.

Muhammad. (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta : AMP YKPN.

Muhammad, Abdullah Bin. (2003). *Tafsir Ibnu Katsir* (Alih Bahasa M. Abdul Ghoffar E.M). Bogor : Pustaka Imam asy-Syafi'i.

Nurhayati, Wasilah Sri. (2008). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta : Salemba 4.

Sudarsono, Heri. (2007). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonosia.

Ridwan, Muhammad. (2014). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta:UII Press Yogyakarta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabet.

Tri Ratnasari, Ririn dan Mastuti. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Yazid. (2001). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonosia.

Karim Zaidan. Abdul. (2008). *Pengantar Studi Syari'ah*. Jakarta: Robbani Press.

Jurnal

Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, “Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta,” *Syariah Paper Accounting FEB-UMS*, ISBN : 978-602-70429-2-6, 2014.

Darna dan Dita Pramudya Wardani, “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Produk Pembiayaan KPR Platinum Ib Pada Bank X Syariah Cabang Harmoni-Jakarta,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 12, No. 1, 2013.

Dedi Rianto Rahadi, “Sikap Nasabah Terhadap Produk Bank Syariah,” *National Conference on Management Research*, ISBN : 979-442-242-8, 2008.

Detha Alfrian , Zainul Arifin, dan Wilopo, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap keputusan Menabung,” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 6, No.2, 2013.

Firman Yulianto, “Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kota Medan,” *WACANA*, Vol.13, No.4, 2010.

Shofa Robbani, “Analisis Pemahaman Nasabah BNI Syariah Tentang Ke’Syariahan BNI Syariah,” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.2, No.1, 2013.

Skripsi

Intan Fitria, “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bumi Putera Syariah Cabang Yogyakarta,” *Skripsi, Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2014.

Made Novandri, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang

Ngaliyan,” Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010.

Webiste

<http://bmt-bif.co.id/index.php?menu=home&view=blog>. diakses 22 Juni 2015



LAMPIRAN – LAMPIRAN



LAMPIRAN 1

TERJEMAHAN TEKS ARAB

No	Halaman	Terjemahan
1	21	<i>“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS. AL-Baqarah : 267)</i>
2	22	<i>“Dan Kami telah turunkan kepadamu Al Qur'an dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat di antara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu. (QS. Al-Mā'idah : 48)</i>
3	28	<i>“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian 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 kekal di dalamnya”(QS. Al-Baqarah : 275).</i>
5	38	<i>“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)Nya, Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula”. (QS. Az-Zalzalah : 7-8)</i>
6	40	<i>“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan</i>

		<i>haram, jangan (menggangu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) menggangu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya” (QS. Al-Māidah : 2)</i>
7	41	<i>“Sesungguhnya orang-orang yang ingin agar (berita) perbuatan yang amat keji itu tersiar di kalangan orang-orang yang beriman, bagi mereka azab yang pedih di dunia dan di akhirat. Dan Allah mengetahui, sedang, kamu tidak mengetahui”. (QS. An-Nur : 19)</i>
8	42	<i>“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisā : 29)</i>

LAMPIRAN 2

KUASIONER PENELITIAN

**ANALISIS PENGARUH NILAI SYARIAH DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PRODUK PEMBIAYAAN**

MURABAHAH PADA BMT BIF.

Yth. Bpk/ Ibu/ Saudara/i

di Yogyakarta

Salam hormat,

Dengan ini saya:

Nama : Syaiful Islam

NIM : 12390008

Pekerjaan : Mahasiswa Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini melakukan penelitian dengan judul skripsi **Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT BIF**. Untuk keperluan tersebut saya memohon bantuan bapak/ ibu/ saudara/i untuk memberikan penilaian pada kuisioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan keputusan bapak/ ibu/ saudara/i menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF. Kuisioner ini dibuat dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat menyelesaikan strata satu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Semoga partisipasi bapak/ ibu/ saudara/i dapat memberikan manfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Saya menjamin kerahasiaan atas data dan informasi yang diberikan kepada saya untuk tidak diberitahukan kepada pihak lain dalam kepentingan apapun.

Atas bantuan dan perhatian yang diberikan, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Syaiful Islam

KUASIOER PENELITIAN

Pertanyaan – pertanyaan berikut merupakan item mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan produk pembiayaan murabahah BMT BIF Cabang Gamping. Untuk itu mohon bantuan bapak/ ibu/ saudara/I memberi tanda tick mark (✓) atau tanda silang (X) pada angka 1 sampai 3 dan pertanyaan berikut sesuai dengan apa yang bapak/ ibu/ saudara/I harapkan terhadap keputusan menggunakan produk pembiayaan murabahah:

Karakteristik Responden

- Nama : _____
- Usia : _____ tahun
- Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
- Pendidikan Terakhir : () Sekolah Dasar/ SD
() Sekolah Menengah Pertama/ SMP
() Sekolah Menengah Atas/ SMA
() D3/ S1
- Penghasilan per Bulan: () 500.000 – 1.000.000
() 1.000.001 – 2.000.000
() 2.000.001 – 3.000.000
() > 3.000.0001

1. **STS** : **Sangat Tidak Setuju**
2. **TS** : **Tidak Setuju**
3. **S** : **Setuju**
4. **SS** : **Sangat Setuju**

PERTANYAAN

Nilai Syariah		STS	TS	S	SS
1	Larangan adanya riba dalam ajaran islam, sehingga saya memutuskan menggunakan produk pembiayaan murabahah BMT BIF.				
2	Pembiayaan murabahah pada BMT BIF sesuai dengan syariat islam.				
3	Pengambilan keuntungan pada pembiayaan murabahah BMT BIF dilakukan sesuai syariat islam.				

Bauran Pemasaran Produk		STS	TS	S	SS
1	Produk pembiayaan murabahah yang ditawarkan BMT BIF sesuai dengan syariat islam.				
2	Saya lebih memilih menggunakan pembiayaan murabahah karena terhindar dari praktek riba'.				
3	Apabila saya membutuhkan tambahan modal saya akan menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT BIF.				

Bauran Pemasaran Harga		STS	TS	S	SS
1	Pengambilan nisbah pada pembiayaan murabahah meringankan saya sebagai nasabah BMT BIF.				
2	Pengambilan nisbah pada pembiayaan murabahah BMT BIF dilakukan secara terbuka dan adil sehingga tidak merugikan nasabah dan BMT BIF.				
3	Biaya administrasi untuk pengambilan pembiayaan murabahah tergolong murah.				

Bauran Pemasaran Orang		STS	TS	S	SS
1	Karyawan BMT BIF bersikap ramah dan sopan.				
2	Apabila nasabah telat membayar tagihan karyawan BMT BIF tetap melayani dengan baik.				
3	Karyawan BMT BIF selalu mengisi slip pembayaran utang dengan jelas, sehingga saya dapat dengan mudah melihat sisa tagihan saya.				

Bauran Pemasaran Proses		STS	TS	S	SS
1	Proses pengajuan pembiayaan murabahah pada BMT BIF mudah.				
2	Proses pencairan dana pembiayaan murabahah pada BMT BIF cepat.				
3	Setiap proses dalam pembiayaan murabahah terdapat perjanjian secara islami.				

Keputusan Nasabah		STS	TS	S	SS
1	Saya memutuskan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF karena produk pembiayaan murabahah sesuai dengan kebutuhan saya.				
2	Saya memutuskan menggunakan pembiayaan Murabahah di BMT BIF karena saya ingin terhindar dari praktek riba'.				
3	Dengan memilih pembiayaan murabahah di BMT BIF saya berharap usaha saya lebih berkembang karena sesuai dengan syariat islam.				

LAMPIRAN 3

DATA RESPONDEN

N O	N S1	N S2	N S3	TO T	PR D1	PR D2	PR D3	TO T	H R1	H R2	H R3	TO T	SD M1	SD M2	SD M3	TO T	PR S1	PR S2	PR S3	TO T	P K1	P K2	P K3	TO T
1	3	3	2	8	3	3	3	9	2	2	3	7	2	3	3	8	3	3	2	8	3	3	2	8
2	2	2	2	6	3	2	2	7	2	3	3	8	3	2	3	8	3	3	3	9	2	2	2	6
3	3	2	2	7	3	3	2	8	2	3	3	8	2	3	2	7	3	3	3	9	2	3	3	8
4	2	3	3	8	2	2	2	6	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	4	10
5	3	3	3	9	3	3	4	10	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
6	3	3	3	9	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	12
7	4	3	3	10	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	3	10	3	4	4	11	3	4	4	11
8	2	2	2	6	2	2	2	6	3	3	2	8	3	2	3	8	3	2	2	7	2	2	2	6
9	2	3	3	8	2	3	2	7	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	2	8
10	2	3	2	7	2	3	2	7	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	2	6	3	2	2	7
11	3	2	3	8	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	3	8	2	3	3	8
12	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
13	3	4	3	10	2	3	3	8	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11
14	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	3	4	11
15	3	2	3	8	4	3	3	10	2	2	2	6	3	3	2	8	3	2	2	7	2	2	2	6
16	2	3	3	8	4	4	4	12	2	2	2	6	2	2	3	7	2	2	2	6	3	2	2	7
17	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	2	7
18	2	3	2	7	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	2	8	2	3	2	7	3	2	3	8
19	3	3	3	9	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	10
20	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9
21	3	3	4	10	2	3	2	7	4	3	4	11	4	3	3	10	4	4	3	11	3	4	4	11
22	2	3	2	7	3	2	3	8	2	2	3	7	3	2	3	8	2	3	2	7	2	2	2	6

23	2	2	2	6	4	4	4	12	3	3	2	8	3	2	2	7	2	3	3	8	2	3	3	8
24	3	4	3	10	4	3	4	11	3	3	3	9	2	3	3	8	2	2	3	7	2	3	2	7
25	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9
26	3	4	4	11	2	2	2	6	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	10
27	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11
28	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	3	9	3	4	4	11
29	3	4	3	10	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12
30	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	4	10	4	3	3	10	4	4	4	12
31	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9
32	2	3	2	7	2	2	2	6	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
33	2	2	2	6	3	3	2	8	3	3	2	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	2	7
34	3	2	2	7	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
35	3	3	3	9	2	2	3	7	2	3	3	8	2	3	2	7	2	3	3	8	2	3	3	8
36	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10	4	3	3	10	4	4	3	11	4	4	3	11
37	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	9
38	3	2	3	8	4	3	3	10	3	3	3	9	2	3	2	7	2	2	3	7	3	2	3	8
39	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	2	8	2	3	3	8
40	4	4	3	11	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
41	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	2	8
42	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9
43	3	3	3	9	3	4	3	10	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	4	11
44	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10	3	4	3	10	4	4	4	12
45	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	4	11
46	2	2	2	6	3	2	2	7	3	2	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
47	2	2	2	6	3	3	2	8	2	2	3	7	2	2	2	6	3	2	2	7	3	2	2	7
48	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	8	3	2	3	8	3	2	3	8

49	3	2	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	3	7	3	4	4	11	3	2	2	7
50	2	2	3	7	3	3	4	10	3	3	3	9	3	2	3	8	3	2	2	7	2	3	2	7
51	3	3	3	9	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9
52	3	4	3	10	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10
53	3	3	2	8	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9
54	3	3	3	9	3	4	3	10	3	4	3	10	3	4	3	10	3	4	4	11	3	4	3	10
55	3	2	2	7	3	2	2	7	2	2	2	6	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6
56	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	3	2	2	7	3	3	3	9	3	3	3	9
57	3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	2	8	3	3	3	9
58	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11
59	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	3	10	3	3	4	10
60	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	8	3	2	3	8	3	3	3	9
61	2	2	3	7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
62	3	2	2	7	3	2	3	8	3	2	3	8	3	3	2	8	2	2	3	7	3	2	2	7
63	3	2	3	8	3	4	3	10	4	3	3	10	2	3	3	8	2	3	2	7	2	3	3	8
64	3	3	3	9	4	4	4	12	3	4	4	11	2	3	3	8	3	2	3	8	3	3	3	9
65	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12
66	4	3	4	11	4	3	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	4	3	10
67	3	3	4	10	3	2	3	8	3	3	3	9	3	4	3	10	2	3	3	8	3	3	3	9
68	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9
69	3	2	3	8	2	3	2	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	3	2	2	7
70	2	2	2	6	2	3	2	7	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
71	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
72	2	2	3	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	3	3	2	8	2	3	3	8
73	3	4	4	11	3	4	3	10	3	4	4	11	3	4	4	11	4	3	3	10	3	4	3	10
74	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11

75	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11
76	3	4	4	11	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	4	10	3	4	3	10	4	3	3	10
77	4	3	3	10	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10
78	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9
79	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	4	11
80	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	12
81	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	3	8
82	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9
83	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	3	7
84	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	2	3	2	7	3	2	2	7	2	3	2	7
85	4	3	4	11	4	3	3	10	3	4	3	10	4	4	3	11	3	4	3	10	3	3	4	10
86	3	2	2	7	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
87	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7
88	3	4	3	10	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9
89	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	4	12
90	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	3	10	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
91	4	3	3	10	3	4	3	10	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	4	11
92	3	3	3	9	2	3	2	7	2	3	2	7	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	9
93	3	2	3	8	2	2	2	6	2	2	3	7	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6
94	2	3	2	7	3	3	2	8	3	3	2	8	3	3	2	8	3	2	2	7	3	2	3	8
95	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
96	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9

UJI VALIDITAS

Variabel Nilai Syariah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NS1	5.8021	1.424	.552	.688
NS2	5.8438	1.354	.516	.730
NS3	5.7500	1.179	.660	.555

Variabel Bauran Pemasaran Produk

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PRD1	6.0833	1.761	.719	.794
PRD2	6.0313	1.778	.704	.808
PRD3	6.1563	1.607	.742	.772

Variabel Bauran Pemasaran Harga

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	6.1875	1.396	.661	.729
H2	6.1250	1.374	.664	.725
H3	6.1458	1.431	.638	.753

Variabel Buran Pemasaran Sumber Daya Manusia**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SDM1	5.9167	1.509	.506	.750
SDM2	5.9063	1.307	.607	.638
SDM3	5.9479	1.250	.634	.604

Variabel Bauran Pemasaran Proses**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PRS1	5.8125	1.775	.589	.816
PRS2	5.8125	1.375	.718	.686
PRS3	5.9167	1.530	.695	.711

Variabel Pengambilan Keputusan**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
K1	6.0000	1.726	.612	.830
K2	5.9375	1.533	.678	.768
K3	5.9583	1.388	.771	.669

Variabel Nilai Syariah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	3

Variabel Bauran Pemasaran Proses

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	3

Variabel Bauran Pemasaran Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	3

Variabel Pengambilan Keputusan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	3

Variabel Bauran Pemasaran Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	3

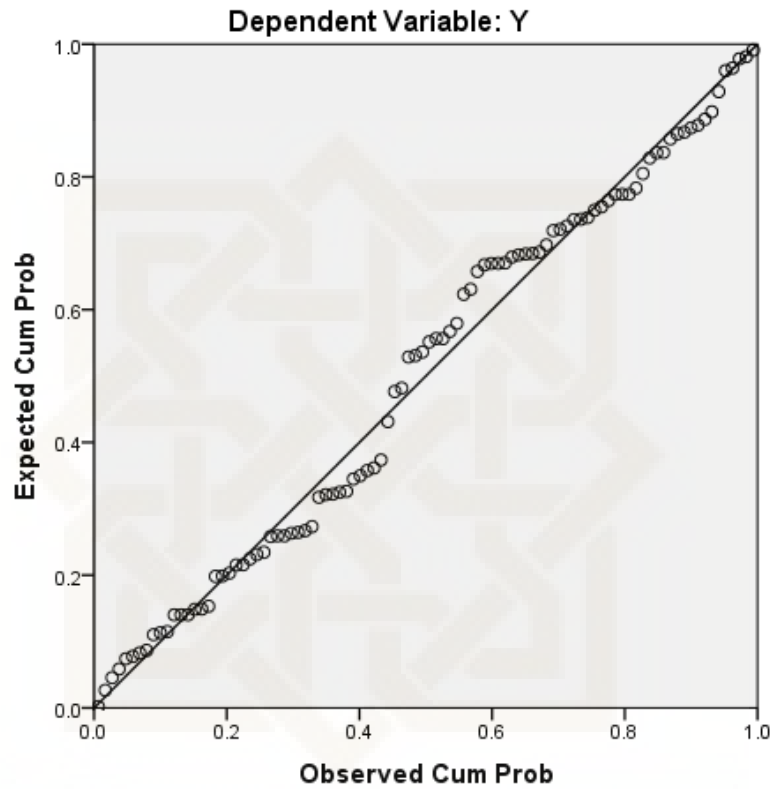
Variabel Bauran Pemasaran Sumber Daya Manusia

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	3

UJI NORMALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	X4	X5	Y
N		96	96	96	96	96	96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	8.6979	9.1354	9.2292	8.8854	8.7708	8.9479
	Std. Deviation	1.62299	1.89526	1.69507	1.64713	1.79167	1.79103
Most Extreme Differences	Absolute	.135	.124	.134	.132	.135	.134
	Positive	.135	.099	.127	.132	.135	.134
	Negative	-.112	-.124	-.134	-.115	-.102	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.324	1.213	1.310	1.290	1.325	1.315
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060	.105	.065	.072	.060	.063

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 7

UJI LINEARITAS

Y * X1

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	181.859	6	30.310	21.953	.000
Between Groups	Linearity	170.389	1	170.389	123.409	.000
	Deviation from Linearity	11.470	5	2.294	1.662	.152
Within Groups		122.881	89	1.381		
Total		304.740	95			

Y * X2

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	117.260	6	19.543	9.278	.000
Between Groups	Linearity	109.925	1	109.925	52.184	.000
	Deviation from Linearity	7.335	5	1.467	.696	.628
Within Groups		187.479	89	2.107		
Total		304.740	95			

Y * X3

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	218.514	6	36.419	37.591	.000
Between Groups					
Linearity	209.522	1	209.522	216.264	.000
Deviation from Linearity	8.992	5	1.798	1.856	.110
Within Groups	86.225	89	.969		
Total	304.740	95			

Y * X4

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	240.992	6	40.165	56.076	.000
Between Groups					
Linearity	231.802	1	231.802	323.625	.000
Deviation from Linearity	9.190	5	1.838	2.566	.032
Within Groups	63.748	89	.716		
Total	304.740	95			

Y * X5

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	225.992	6	37.665	42.569	.000
Between Groups					
Linearity	216.338	1	216.338	244.503	.000
Deviation from Linearity	9.654	5	1.931	2.182	.063
Within Groups	78.748	89	.885		
Total	304.740	95			

LAMPIRAN 8

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.490	.459		-1.068	.288		
1 X1	.080	.080	.072	.993	.324	.332	3.015
X2	.022	.055	.024	.403	.688	.510	1.962
X3	.302	.084	.286	3.599	.001	.278	3.599
X4	.312	.111	.287	2.819	.006	.170	5.891
X5	.340	.075	.340	4.526	.000	.312	3.210

a. Dependent Variable: Y

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.918 ^a	.842	.833	.73162	1.881

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X3, X4

b. Dependent Variable: Y

HASIL ANALISI DATA

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.918 ^a	.842	.833	.73162	1.881

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X3, X4

b. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.565	5	51.313	95.864	.000 ^b
	Residual	48.174	90	.535		
	Total	304.740	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X3, X4

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.490	.459		-1.068	.288		
	X1	.080	.080	.072	.993	.324	.332	3.015
	X2	.022	.055	.024	.403	.688	.510	1.962
	X3	.302	.084	.286	3.599	.001	.278	3.599
	X4	.312	.111	.287	2.819	.006	.170	5.891
	X5	.340	.075	.340	4.526	.000	.312	3.210

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 10

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)		Tingkat signifikansi untuk uji satu arah			
0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005	
Tingkat signifikansi untuk uji dua arah					
0.1	0.05	0.02	0.01	0.001	
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



KOPERASI INDONESIA

KSP SYARI'AH
BMT 'BINA IHSANUL FIKRI'

Badan Hukum No. 159/BH/KWK.12/V/1997. Tgl. 17 Mei 1997

Website: www.bmt-bif.co.id



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

SURAT KETERANGAN

No : 26/SK/BMTBIF/VI/2016

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ridwan, SE.M.Ag
Jabatan : Direktur BMT Bina Ihsanul Fikri
Alamat : Jl. Rejowinangun No 28 B Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Syaiful Islam
NIM : 12390008
Instansi : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telah melakukan Penelitian di BMT Bina Ihsanul Fikri dengan judul “ *Analisis Pengaruh Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah pada BMT BIF*” Sebagai prasyarat untuk kelulusan.

Demikian Surat keterangan ini , semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 10 Juni 2016



M. Ridwan, SE.M.Ag
Direktur

CURRICULUM VITAE



- **Data Pribadi**

Nama : Syaiful Islam
TTL : Gunungkidul, 10 Januari 1994
Jenis Kelamin : Laki - laki
Agama : Islam
Status Pernikahan : Belum Kawin
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Domisili : Gading 1, Gading, Playen, Gunungkidul.
Telepon : 081 3299 01091
Email : iful.islam@yahoo.com

- **Riwayat Pendidikan**

2000 – 2006 : SD N Playen 3
2006 – 2009 : SMP N 1 Playen
2009 – 2012 : SMA N 2 Playen
2012 – sekarang : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

- **Riwayat Organisasi**

2012 – 2013 : Staff Bidang Usaha Koperasi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2013 – 2014 : Ketua Bidang Usaha Koperasi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2014-2015 : Ketua Bidang Personalia Koperasi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Lep3kom Organizer

BUKTI DOKUMENTASI

