

ABSTRAK

Nely Sakinah. 2016. Pengaruh Tingkat Margin Pada Produk Murabahah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Studi Kasus di PT. Bank bjb Syariah KCP. Sumedang)

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya persepsi yang berbeda dalam memutuskan membeli suatu produk. Lembaga keuangan syariah melakukan dua fungsi utama yaitu pendanaan dan pembiayaan. Dimana dalam proses keputusan pembiayaan ada banyak faktor yang mempengaruhi salah satunya tingkat margin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat margin pada produk murabahah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di PT. Bank bjb Syariah KCP. Sumedang. Pendekatan dalam penentuan faktor ini adalah variabel tingkat margin yang terdiri dari pengetahuan, keuntungan, keterlibatan, motivasi spiritual. Oleh karena itu, peneliti memberikan judul "Pengaruh Tingkat Margin Pada Produk Murabahah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan".

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder data primer di peroleh melalui penyebaran kuisioner kepada nasabah PT. Bank bjb Syariah Kep. Sumedang. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan Deskriptif kuantitatif dan berbagai pengujian menggunakan software SPSS. tehnik ini di gunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh tingkat margin pada produk murabahah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Untuk menguji instrumen kesahihan dan keandalan instrument penelitian digunakan analisis validitas dan realibilitas.

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa tidak semua masyarakat atau nasabah memperhatikan tingkat margin pada produk Bank Syariah.

Kesimpulan yang diambil hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan tingkat margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan adalah cukup baik. Hal tersebut dibuktikan dari hasil perhitungan Hasil uji t untuk variabel tingkat margin (X) diperoleh nilai t hitung 4,426 dan t tabel sebesar 1,66277. Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari pada t tabel serta variabel X nilai signifikan = 0,000. Dengan demikian variabel X (tingkat margin) signifikan karena nilainya kurang dari 0,05. variabel tingkat margin (X) berpengaruh sebesar 18,5 % terhadap pilihan konsumen (Y). Sedangkan sisanya 81,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.