

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM PEMBIAYAAN ANEKA
GUNA (PAG) PADA PT. BANK RIAU KEPRI CAPEM
FLAMBOYAN DITINJAU MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diserahkan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

LIZA NABILA
NIM. 11820520663

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU**

1443 H/2022 M



PERSETUJUAN

Skripsi ini dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan”* yang ditulis oleh:

Nama : Liza Nabila
 NIM : 11820520663
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Juni 2022
 Pembimbing Skripsi

Bambang Hermanto, M.Ag
 NIP. 197802142000031001

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh :

Nama : Liza Nabila
 NIM : 11820520663
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari/ Tanggal : 19 Juli 2022
 Waktu : 13.00 WIB
 Tempat : Ruang Auditorium Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Juli 2022

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Muslim, S Ag, SH, M.Hum

Sekretaris
Desi Devrika Devra, SHL, M.Si

Penguji I
Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec

Penguji II
Jonnius, S.E, MM

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Zulkifli, M.Ag
 NIP. 19741006-200501 1 005



Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Liza Nabila
 NIM : 11820520663
 Tempat/Tgl. Lahir : Medan, 19 Juli 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum
 Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PRODUK PEMBIAYAAN ANEKA GUNA (PAG) PADA PT. BANK RIAU KEPRI CAPEM FLAMBOYAN.”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 13 Juni 2022
 Yang membuat pernyataan



LIZA NABILA
NIM. 11820520663

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

Liza Nabila, (2022): Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pesatnya perkembangan ekonomi islam yang ada di Indonesia, maka perlu bagi suatu lembaga untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah. Karena sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk, nasabah akan mempertimbangkan banyak hal. Dalam meningkatkan nasabah agar memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa perlu adanya meningkatkan kualitas produk yang akan ditawarkan dan menciptakan persepsi yang baik sehingga secara tidak langsung akan menambah calon nasabah yang memutuskan melakukan pembelian jasa atau produk di suatu lembaga.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* menggunakan rumus *slovin*. Tahap pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis uji instrument, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial diperoleh variabel X_1 variabel kualitas produk diperoleh t hitung sebesar 3,809 dengan nilai signifikansi 0,034, nilai t hitung positif hal ini berarti kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Untuk X_2 variabel persepsi di peroleh t hitung sebesar 3,761 dengan signifikansi 0,045, nilai t hitung positif berarti persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hasil pengujian secara simultan menggunakan uji F diperoleh hasil H_a diterima dengan hasil statistic menunjukkan $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti secara bersama-sama variabel kualitas produk dan persepsi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam produk pembiayaan aneka guna. Sedangkan nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,561. Artinya pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk dan persepsi terhadap keputusan nasabah sebesar 56,1%. Selebihnya sebesar 43,9% berasal dari variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Perspektif ekonomi syariah mengenai kualitas produk dan persepsi dalam produk pembiayaan aneka guna di PT. Bank Riau Kepri sejalan dengan prinsip syariah.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi, Keputusan Nasabah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRACT

Liza Nabila, (2022): The Effect of Product Quality and Perception on Customer Decisions in Multipurpose Financing (PAG) at PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyant Review According to Sharia Economics

This research is motivated by the increasingly rapid development of the Islamic economy in Indonesia, it is necessary for an institution to pay attention to the factors that influence customer decisions. Because before deciding to use a product, customers will consider many things. In increasing customers to decide to buy a product or service, it is necessary to improve the quality of the product to be offered and create a good perception so that it will indirectly increase potential customers who decide to purchase services or products at an institution.

The method used in this study is a quantitative method. The technique used in taking the sample used is simple random sampling using the Slovin formula. The data collection stage in this study used interviews and questionnaires. The data analysis technique uses quantitative analysis using instrument test analysis, classical assumption test, hypothesis testing, and determination coefficient test.

The results showed that partially obtained the variable X1 product quality variable obtained t count of 3.809 with a significance value of 0.034, the value of t count is positive, this means that product quality has a positive effect on customer decisions. For X2 the perception variable is obtained t count of 3.761 with a significance of 0.045, a positive t-count value means that perception has a positive effect on customer decisions. The results of the simultaneous test using the F test showed that H_a was accepted with statistical results showing $0.003 < 0.05$. This means that together the variables of product quality and perception have a significant influence on customer decisions in multi-purpose financing products. While the value of the coefficient of determination is 0.561. This means that the influence given by product quality and perceptions of customer decisions is 56.1%. The remaining 43.9% came from other variables that were not in this study. Islamic economic perspective regarding product quality and perceptions in multi-purpose financing products at PT. Bank Riau Kepri is in line with sharia principles.

Keywords: Product Quality, Perception, Customer Decision

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alhamdulillah, segala puji syukur kita kehadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat serta hidayahnya terutama nikmat kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”** ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan sebagaimana mestinya tanpa ada suatu hambatan apapun.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kelak kita termasuk dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa'at di hari akhirat, *Aamiin*.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan kekurangan, jika terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka itu datangnya dari Allah SWT. Namun jika ada kesalahan maka itu datangnya dari penulis sendiri. Hal ini karena ketidakmampuan, cara berpikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan dikemudian hari. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada Yth:

1. Kedua orang tua tercinta beserta saudara tercinta yang senantiasa mendoakan, memotivasi, dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semangat kepada Ananda yakni Ayahanda Zakir dan Ibunda Juminem, Ismail Pratama dan Fika Nurjannah yang selalu hidup disanubari hati.

2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh civitas akademika UIN SUSKA Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag beserta Wakil Dekan I Bapak Dr. H. Erman, M.Ag, Wakil Dekan II Bapak Dr. H. Mawardi, M.Si, dan Wakil Dekan III Ibu Sofia Hardani, M.Ag yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan Skripsi.
4. Bapak Nurwahid, S.Ag dan Bapak Syamsurizal, S.E, M.Sc, Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak / Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
5. Bapak Bambang Hermanto, M.Ag selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Nuryanti, S.E.I., M.E.Sy selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan nasehat, bimbingan dan memotivasi penulis dalam masa perkuliahan.
7. Bapak Ahmad Rifai selaku Pimpinan Cabang Pembantu PT. Bank Riau Kepri, Ibu Liana selaku Pinsi Operasional, Ibu Filda Hamimah selaku Umum dan Akuntansi serta seluruh karyawan PT. Bank Riau Kepri Capem



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Flamboyon, yang telah membantu memberikan Informasi dalam penulisan skripsi serta para nasabah yang telah membantu penulis meluangkan waktunya dalam pengumpulan data.

8. Bapak kepala perpustakaan UIN SUSKA Riau atas izin peminjaman buku sebagai referensi dari penulis.

Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalas atas segala kebajikan dan bantuan yang diberikan dengan balasan yang berlipat ganda, *Aamiin*.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 31 Mei 2022
Penulis

LIZA NABILA
NIM. 11820520663

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Keputusan Nasabah.....	15
B. Kualitas Produk.....	19
C. Persepsi	26
D. Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	36
C. Subjek dan Objek Penelitian	36
D. Populasi dan Sampel	37
E. Sumber dan Jenis Data	39
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Skala Pengukuran Variabel	40
H. Identifikasi Variabel Penelitian	40
I. Metode Analisis Data	41
J. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Penelitian	47
K. Kerangka Pemikiran	48



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

L. Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Sejarah PT. Bank Riau Kepri	52
B. Visi dan Misi PT. Bank Riau Kepri	54
C. Letak Geografis PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan	54
D. Produk-Produk Unit Usaha Syariah PT. Bank Riau Kepri	55
E. Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan	58
F. Deskriptif Responden	60
G. Deskriptif Variabel	62
H. Analisis Data	66
I. Uji Asumsi Klasik	69
J. Uji Hipotesis Penelitian	74
K. Hasil Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

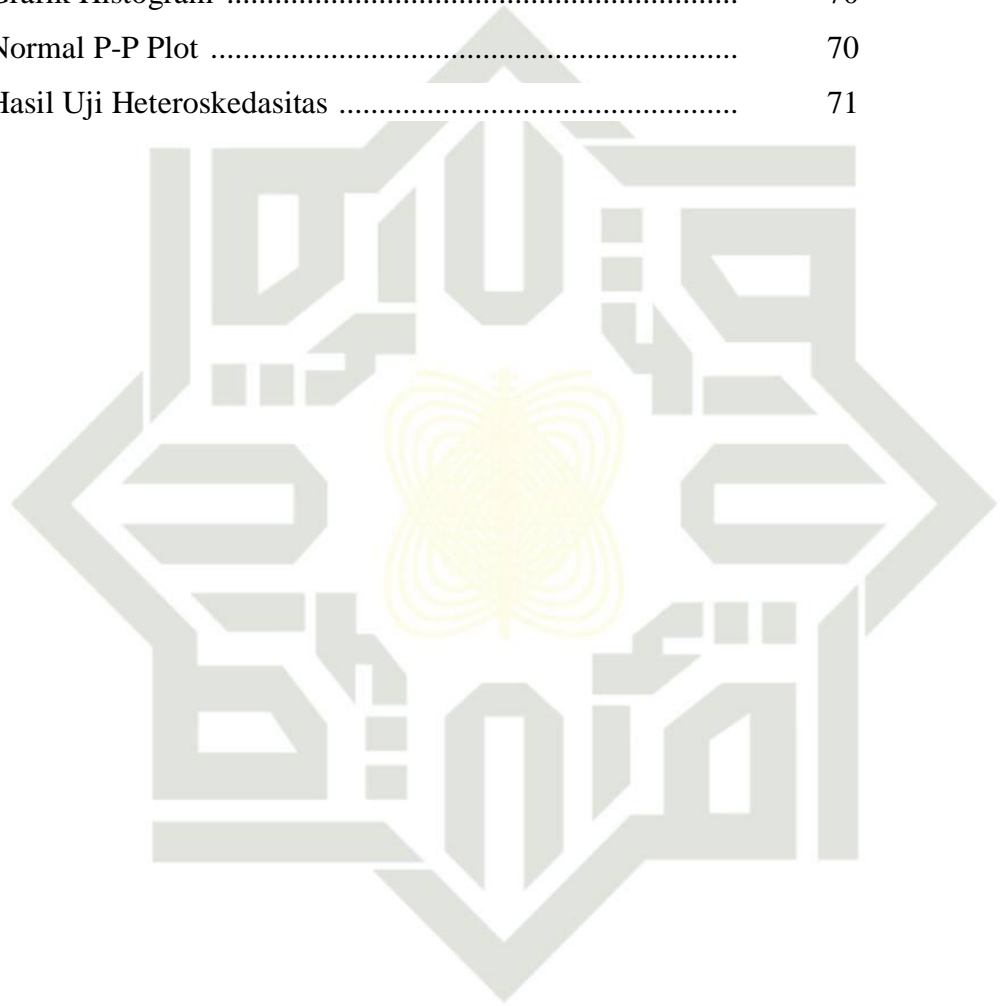
Tabel 1.1	Rekapitulasi Pertumbuhan Nasabah Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Tahun 2019-2021	5
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 4.1	Data Responden Menurut Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2	Data Responden Menurut Tingkat Usia	61
Tabel 4.3	Data Responden Menurut Pekerjaan	61
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi	64
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.9	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov One simple Kolmogorov-Smirnov Test	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolonieritas	72
Tabel 4.11	Hasil Uji Autokorelasi	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	74
Tabel 4.13	Uji Statistik t	76
Tabel 4.14	Hasil Uji F (Uji Simultan)	79
Tabel 4.15	Uji Koefesien Determinasi	81

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Teoritis Penelitian	50
Gambar 4.1	Struktur/Bagan Organisasi PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan	59
Gambar 4.2	Grafik Histogram	70
Gambar 4.3	Normal P-P Plot	70
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedasitas	71



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi adalah bidang yang sangat dibutuhkan dan memiliki pengaruh yang sangat besar kepada masyarakat. Perkembangan ekonomi dunia sangat pesat, termasuk perkembangan ekonomi islam. Ekonomi islam adalah ilmu ekonomi yang menyangkut pengaturan kegiatan ekonomi dalam masyarakat berdasarkan prinsip islam. Banyaknya negara islam yang berperan dalam perkembangan sektor ekonomi islam sehingga terus berlanjut melalui pendirian bank syariah dan memberikan bantuan pembiayaan bagi pengusaha muslim.

Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya memberikan kredit atau jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang dengan tujuan memenuhi kebutuhan kredit dengan modal sendiri atau orang lain adalah pengertian Perbankan. Berdasarkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia disebutkan bahwa Indonesia memiliki dua sistem perbankan yaitu konvensional dan perbankan syariah.¹

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip yang dibuat Allah (Syar'i)². Bank syariah melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah sebagaimana telah ditegaskan dalam UU Perbankan Syariah bahwa kegiatan mereka tidak

¹Undang-undang No.3 Tahun 2004 tentang Perubahan Atas Undang-undang Republik Indonesia No.23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia

²Bambang Hermanto, *Hukum Perbankan Syariah*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), h. 30

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

bertentangan dengan prinsip syariah, yaitu kegiatan yang tidak mengandung unsur *riba, maisir, gharar, haram* dan *zalim*.³

Dalam penggolongan hukum dan undang-undang berdasarkan Produk Perbankan Syariah lampiran SEBI No. 10/31/DPBs tanggal 7 Oktober 2008 Perihal Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah dan PBI No. 10/17/PBI/2008 tanggal 25 September 2008 tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.⁴

Berdasarkan statistik OJK, hingga tahun 2019 kiprah kelembagaan bank syariah sudah cukup banyak meliputi 14 Bank Umum Syariah (BUS) dan 20 Unit Usaha Syariah (UUS), serta 164 BPR Syariah. Saat ini jumlah nasabah bank syariah mencapai 31,89 juta jiwa atau mencapai 12% dari total populasi penduduk muslim di Indonesia. Jumlah ini termasuk kecil mengingat populasi Muslim di Indonesia sekitar 227 juta jiwa atau 87% dari total penduduk di Indonesia. Hal ini berdampak pada rendahnya pangsa pasar bank syariah yaitu sebesar 6,01%.⁵ Kenyataan tersebut mengharuskan perbankan syariah harus berjuang lebih keras untuk dapat meningkatkan kembali pangsa pasarnya.

PT. Bank Riau Kepri menjadi mitra usaha untuk mendorong pertumbuhan daerah sebagai bank kebanggaan masyarakat Riau dan Kepulauan Riau prinsip pembentukan Bank Riau Kepri Syariah ditetapkan melalui Unit Usaha Syariah. Pendirian PT. Bank Riau Kepri Syariah diawali

³ A. Angsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 16

⁴ A. Angsawidjaja Z, *ibid.*, h. 192

⁵ www.ojk.go.id, Data dan Statistik Perbankan Syariah Oktober 2019, Diakses November 20

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

dengan melakukan *rekonstruksi* organisasi di PT. Bank Riau Kepri, dengan membentuk Unit Usaha Syariah pada tanggal 1 Oktober 2002 melalui Surat Keputusan Direksi BPD Riau No. 44/KEPDIR/2002. Seiring berjalannya waktu, pengajuan izin pendirian Bank Riau Syariah ke Bank Indonesia diajukan pada tanggal 29 Januari 2004 dan didapatkan persetujuan prinsip dari Bank Indonesia pada tanggal 27 Februari 2004 melalui surat BI No. 6/7/DPbS/Pbr KBI Pekanbaru. PT. Bank Riau Kepri Syariah melaksanakan *Soft* dan *Grand Opening* pada tanggal 1 dan 22 Juli 2004 dihadiri oleh Deputi Gubernur Bank Indonesia Maulana Ibrahim dan Gubernur Riau HM Rusli Zainal serta Ketua DPRD Provinsi Riau Dr. Chaidir MM. Kemudian disusul Cabang Kedua PT. Bank Riau Kepri Syariah di Tanjung Pinang sampai dengan 30 September 2007.

Bank Syariah memiliki fungsi berdasarkan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat berdasarkan prinsip syariah dan kehati-hatian. Sesuai Undang-undang tersebut, maka produk yang dimiliki oleh PT. Bank Riau Kepri Syariah adalah produk simpanan terdiri dari Tabungan Sinar iB *Mudharabah*, Deposito iB *Mudharabah*, Tabungan iB Dhuha Bebas (*Flexi*) *Mudharabah*, Tabungan Sinar iB *Wadiah*, Tabungan iB Dhuha Terencana dan Giro iB *Wadiah*. Produk Pembiayaan terdiri dari Pembiayaan Investasi, Rumah Sejahtera FLPP, Pembiayaan Usaha Mikro, Rahn Emas, Pembiayaan Kepemilikan Emas, Pembiayaan Pra Pensiun, Pembiayaan Kepemilikan Rumah, Pembiayaan Kendaraan Bermotor dan Pembiayaan Aneka Guna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Salah satu produk PT. Bank Riau Kepri Syariah adalah Pembiayaan Aneka Guna (PAG) dengan menggunakan akad *murabahah*.

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli. Barang diserahkan setelah akad jual beli dan pembayaran bisa dilakukan secara mengangsur (cicilan) atau sekaligus.⁶ Dalam perbankan, *murabahah* melaksanakan realisasi permintaan orang yang bertransaksi dengannya dengan dasar pihak pertama (Bank) membeli yang diminta pihak kedua (nasabah) dengan dana yang dibayarkan bank secara penuh atau sebagian dan itu ditandai dengan keterikatan pemohon untuk membeli yang ia pesan tersebut dengan keuntungan yang disepakati diawal transaksi.

Landasan hukum akad *Murabahah* yakni firman Allah dalam Q.S al-Baqarah (2) : 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “*padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*” (Q.S Al-Baqarah : 275)⁷

Berdasarkan penjelasan ayat diatas, Allah SWT menerangkan cara membelanjakan harta yang di halalkan oleh Allah adalah dengan jual beli dan larangan riba yaitu memakan harta manusia dengan jalan yang tidak sah. Riba didalam islam hukumnya haram dan perbuatan dosa besar. Masalah riba merupakan masalah yang pelik bagi sebagian besar ulama. Karena

⁶Bambang Hermanto, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 63

⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Divida, 2009), cet. ke-1, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

penerapannya di zaman modern ini sangat bermacam-macam, maka perlu diperhatikan untuk selalu waspada terhadap praktek riba, termasuk dalam perbankan. Dengan demikian terhindar dari hal-hal yang diharamkan maupun syubhat (hal-hal yang hukumnya antara halal dan haram). Oleh karena itu, untuk terhindar dari hal tersebut, banyak perbankan yang memiliki produk syariah seperti pada PT. Bank Riau Kepri yang memiliki produk Pembiayaan Aneka Guna dengan akad *murabahah* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Salah satu cabang pembantu yang dimiliki PT. Bank Riau Kepri adalah kantor cabang Flamboyan terletak di Jl. Raya Petapahan-Kota Garo No.49 RT:16 RW:06 Desa Tanjung Sawit, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar. PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan adalah lembaga keuangan yang memberikan Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG). Pembiayaan Aneka Guna (PAG) merupakan pembiayaan yang diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah yang bersifat konsumtif. Diberikan secara kolektif (pembayaran angsuran pembiayaan melalui bendahara gaji) maupun nonkolektif. Berikut ini adalah tingkat pertumbuhan nasabah PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan dalam produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG):

Tabel 1.1
Rekapitulasi Pertumbuhan Nasabah Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Tahun 2019-2021

No	Produk	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Perbandingan Target/Realisasi (%)
1	Pembiayaan Aneka Guna (PAG)	2019	50	17	34%
2		2020	50	30	60%
3		2021	50	20	40%

Sumber : PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel diatas, menunjukkan pertumbuhan nasabah yang menggunakan produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 jumlah nasabah produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) sebanyak 17 nasabah atau 34%, hingga pada tahun 2020 jumlah nasabah mengalami kenaikan sebanyak 30 nasabah atau 60%, tahun 2021 jumlah nasabah mengalami penurunan kembali sebanyak 20 nasabah atau 30%.

Ketika seorang nasabah memutuskan untuk mengajukan Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) ada beberapa hal yang mempengaruhi keputusan nasabah. Menurut Herry Sutanto dan Khaerul Umam, kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah, semakin tinggi kualitas semakin tinggi pula kepuasan nasabah hal tersebut sangat berhubungan dengan keputusan nasabah.⁸ Selain kualitas produk, Menurut Usman Effendi, hal yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu persepsi. Keputusan pembelian sangat ditentukan oleh persepsi serta keyakinan dan pendirian mereka kemudian mengidentifikasi masukan-masukan dari berbagai informasi yang mereka dapatkan tentang barang atau produk yang kemudian mengevaluasinya untuk melakukan keputusan pembelian.⁹

Keputusan nasabah menurut Ujang Sumarwan adalah “sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif pilihan”. Faktor yang menentukan keputusan pembelian adalah produk, baik dari segi kuantitas

⁸ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia), cet. 2, 2019, h. 278

⁹ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), cet. 1, 2016, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

maupun kualitas. Indikator keputusannya adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian, dan keputusan sesudah pembelian.¹⁰ Suatu keputusan dibuat dalam rangka memecahkan suatu masalah permasalahan, setiap keputusan yang diambil pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai.

Ketika berbicara mengenai keputusan nasabah, maka tidak akan berhenti pada proses pemakaian saja tetapi berlanjut pada proses evaluasi. Keputusan nasabah dipengaruhi oleh faktor eksternal yang terdiri dari usaha-usaha yang dilakukan oleh pemasar perbankan melalui bauran pemasaran dan lingkungan social budaya. Hal ini pula terjadi dengan adanya kemudahan fasilitas untuk menyampaikan keluhan, sehingga peningkatan kualitas produk menjadi lebih penting. Dengan demikian, kualitas produk menjadi penting posisinya dalam hal mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk yang bersangkutan.

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Rosnaini Daga produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan dan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan sesuai dengan kebutuhan, kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan.¹¹

¹⁰Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 357

¹¹Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan: Global-RCI) 2017, h 32

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil produk tersebut. Kualitas dinyatakan tingkat kemampuan dari suatu produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu.

Hal ini sesuai dengan wawancara pra survey yang dilakukan penulis terhadap nasabah, Ibu Ana (35 th) menyatakan bahwa dengan adanya produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) dapat membantu nasabah dalam merealisasikan kebutuhannya dengan cara mengajukan pembiayaan, namun ia masih bingung bagaimana sistem pembiayaan tersebut, ia masih menimbang untuk mengambil pembiayaan karena ia menganggap produk tersebut sama halnya dengan kredit di bank konvensional.¹²

Selain kualitas produk, nasabah dalam melakukan pembiayaan juga dipengaruhi oleh persepsi. Persepsi adalah suatu proses yang telah ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna pada lingkungan mereka.¹³ Persepsi merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi keputusan nasabah. Saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah. Persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu yang dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, sehingga hasil informasi tersebut dipahami dan menciptakan sebuah penilaian terhadap produk tersebut.

¹²Wawancara, Ana, 16 Desember 2021

¹³Veitzal Rivai, *kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), h. 231



Berdasarkan observasi dilapangan yang peneliti amati terhadap nasabah, Bapak Anto (32 th) menyatakan bahwa ketika ia ingin mengambil produk pembiayaan, ia mencari informasi terlebih dahulu tentang pembiayaan tersebut, kemudian ia mengelompokkan informasi dari berbagai sumber untuk kemudian memutuskan akan mengambil produk tersebut. Menurutnya, produk syariah tidak jauh beda dengan produk konvensional bahkan prosesnya bahkan lebih ribet dalam mengajukan pembiayaan syariah. Sehingga ia lebih memilih menggunakan produk bank konvensional.¹⁴ Ini menunjukkan bahwa nasabah yang mengajukan Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) tingkat yang fluktuatif.¹⁵

Pada dasarnya nasabah memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Produk dan stimulus bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, dapat mendorong nasabah untuk membuat keputusan. Dengan demikian, penting bagi bank untuk menjaga dan mengembangkan produk atau jasa.

Berdasarkan penjelasan diatas dan fenomena hasil pra survey, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**

¹⁴ Wawancara, Anto, 16 Desember 2021

¹⁵ Dokumen dan Wawancara, 13 Januari 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

B. Batasan Masalah

Batasan masalah yang penulis buat supaya penelitian yang diteliti lebih terarah dan jelas, sehingga sangat penting pembatasan masalah ini penulis gunakan agar lebih fokus. Berikut pembatasan masalahnya yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan di Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan?
2. Apakah persepsi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan?
3. Apakah kualitas produk dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan?
4. Bagaimana perspektif ekonomi syariah mengenai kualitas produk dan persepsi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.
- b. Untuk Mengetahui persepsi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.
- c. Untuk Mengetahui Kualitas produk dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.
- d. Tinjauan ekonomi syariah mengenai kualitas produk dan persepsi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun penelitian ini dapat bermanfaat untuk beberapa pihak diantaranya :

- a. Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.
- b. Bagi perbankan, dapat dijadikan informasi dalam menarik minat nasabah.

- c. Mengembangkan ilmu pengetahuan terkait ekonomi, yaitu teori kualitas produk, keputusan konsumen serta promosi terhadap nasabah yang bertransaksi di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.
- d. Memberikan kontribusi kepada praktisi perbankan terkait dengan manajemen pemasaran.
- e. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan Program Strata Satu (SI) pada Fakultas Syariah dan Hukum Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman penulis dan mendapatkan gambaran yang jelas dan terpadu mengenai penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BABI : PENDAHULUAN

Dalam bab ini mencakup Latar Belakang Masalah Penelitian, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas teori yang berkenaan dengan : Pengertian Kualitas Produk, Tingkatan Produk, Dimensi Kualitas Produk, Kualitas Produk dalam Pandangan Islam, Pengertian Persepsi, Proses Persepsi, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah, Persepsi dalam Pandangan Islam, Pengertian Pengambilan Keputusan, Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengambilan Keputusan Menurut Pandangan Islam, dan Penelitian Terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang Lokasi Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber dan Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, Skala Pengukuran Variabel, Identifikasi Penelitian Variabel, Metode Analisis Data, Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Penelitian, Kerangka Pemikiran, Hipotesis, dan Sistematika Penulisan.

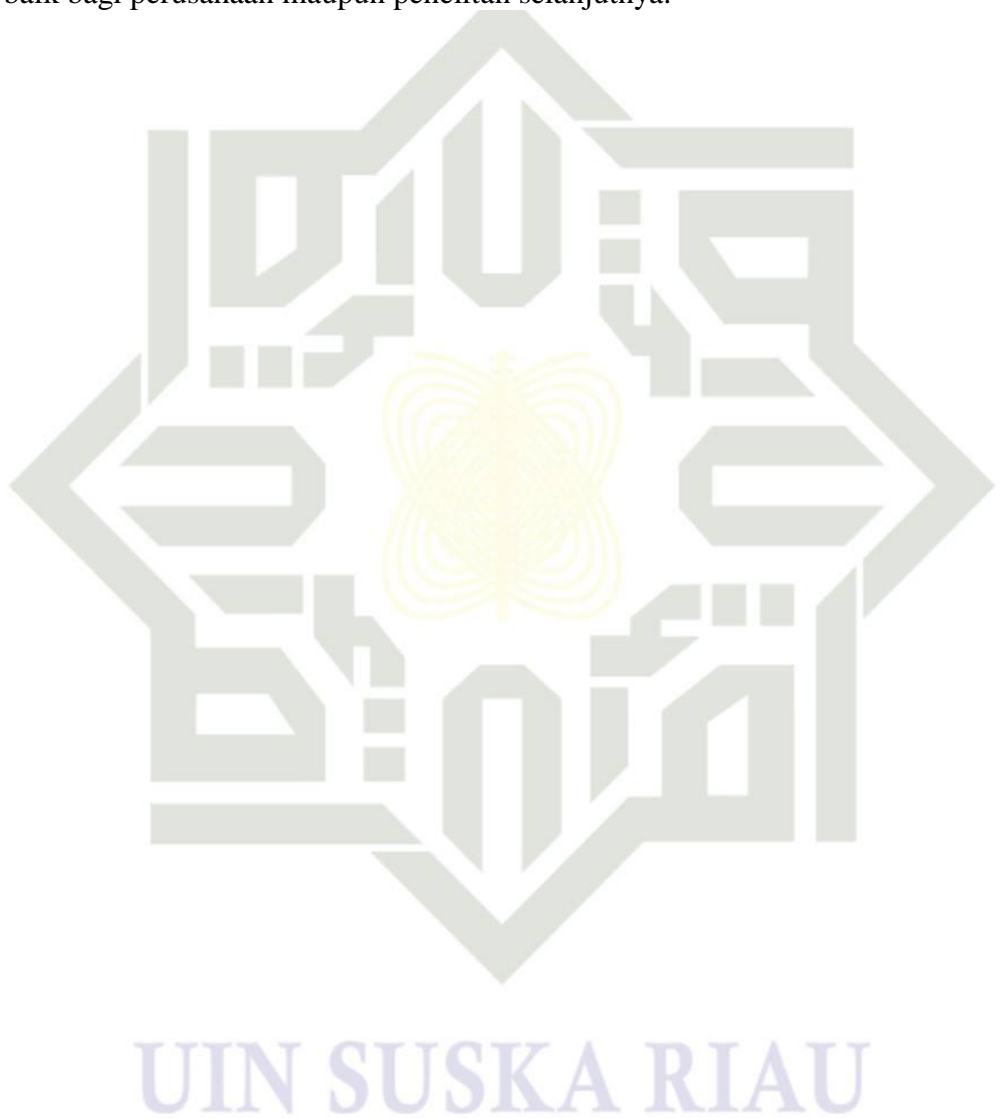
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan gambaran umum dan lokasi penelitian, terdiri dari : Sejarah PT. Bank Riau Kepri, Visi dan misi PT. Bank Riau Kepri, Letak Geografis PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan, Produk-produk syariah PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan (ULS), Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan. Kemudian menjelaskan hasil dari penelitian meliputi :

Karakteristik Responden, Analisa Data, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis, Tinjauan Ekonomi Syariah Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dari serangkaian pembahasan, keterbatasan penelitian, atau kendala-kendala dalam penelitian serta sarana-sarana perlu disampaikan baik bagi perusahaan maupun penelitian selanjutnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Gerald Zaldman dan Melanie Wallendorf menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dan hubungan social yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya.¹⁶

Perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seseorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian, langkah-langkah tersebut termasuk pengenalan masalah, mencari informasi, evaluasi alternatif memilih dan evaluasi pasca pembelian.¹⁷ Menurut Schiffman Kanuk dalam bukunya Ujang Sumarwan¹⁸, pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilhan alternatif, yaitu suatu proses terjadinya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pembuatan keputusan awal, pengembangan dan penilaian-penilaian alternatif serta pemilihan salah satu alternatif yang dilaksanakan dan ditindaklanjuti.

¹⁶ Rini Dwiastuti, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: UB Press, 2012), h. 4

¹⁷ John. C Mowen dan Michael Miror, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga), 2002, h.

¹⁸ Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen*. (Bogor: Ghalia Indonesia), 2015, h. 357

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Tahapan – Tahapan dalam Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler dan Amstrong, seseorang mengambil keputusan pembelian dapat melalui lima tahapan, yaitu :

a) Pengenalan terhadap keputusan

Konsumen akan memulai proses pembelian ketika menyadari dan merasakan adanya kebutuhan konsumen, merasakan suatu perbedaan antara keadaan yang sekarang dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan ini dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dalam tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan dan masalah yang timbul, disebabkan oleh apa dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu.

b) Pencarian informasi

Seseorang terdorong oleh kebutuhan akan melakukan proses pembelian lebih lanjut yaitu pencarian informasi mengenai sumber-sumber dan menilainya. Semakin banyak informasi yang diperoleh maka kesadaran konsumen terhadap sebuah produk akan meningkat. dalam tahap ini konsumen mencari informasi secara aktif mengenai sebuah produk yang diinginkan.

c) Evaluasi alternatif

Konsumen akan menggunakan perhitungan yang cermat dan logis dalam memproses informasi untuk sampai pada pilihannya. Atas dasar tujuan pembelian, alternatif-alternatif pembelian yang telah diidentifikasi akan dinilai dan diseleksi menjadi satu alternatif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembelian yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.¹⁹

d) Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses pembelian menjadi nyata. Setelah tahap sebelumnya dilakukan maka, konsumen yang memutuskan untuk membeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya. Dalam tahap ini pula konsumen akan memutuskan memilih penjual yang terbaik untuk membeli barang.

e) Pasca pembelian

Setelah mengambil keputusan suatu produk, proses pembelian tidak berakhir pada saat produk sudah dibeli tetapi berlanjut sampai periode sesudah pembelian. Konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli suatu barang atau jasa. Konsumen merasa puas atau tidak puas didasarkan oleh harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan. Ketika konsumen merasa puas maka akan cenderung menggunakan produk kembali namun jika konsumen tidak puas akan membawa dampak pada konflik pasca pembelian.

3. Faktor - Faktor Pengambilan Keputusana. Faktor individu (*internal*)

- 1) Persepsi merupakan salah satu cara untuk merencanakan dan menjelaskan tentang karakteristik suatu produk.

¹⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo. 2002. h. 222-229



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Sikap dapat diartikan sebagai kecenderungan dan perasaan seseorang untuk mengenal, mengevaluasi menyeluruh tentang sesuatu hal.
- 3) Kepribadian merupakan respon ekspresi, perasaan yang mewujudkan tindakan seseorang terhadap suatu perilaku, kepribadian sangat berdampak bagi lingkungan.
- 4) Motivasi merupakan faktor pendorong dalam diri setiap individu yang membuat keputusan akan ketidaklanjutan.²⁰

b. Faktor lingkungan (*eksternal*)

- 1) Budaya adalah salah satu cara hidup bersama untuk berkembang. Budaya terdiri dari beberapa subbudaya yaitu meliputi kebangsaan, agama, adat istiadat. Budaya merupakan kepercayaan kebiasaan yang dipelajari.
- 2) Keluarga adalah organisasi yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh bagi beberapa konsumen, karena secara kuat mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi dan perilaku pembelian.
- 3) Sosial adalah sekelompok masyarakat yang berkumpul dalam suatu wilayah dengan berbagai nilai, daya tarik dan sikap yang sama.

4. Keputusan Pembelian Menurut pandangan Islam

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan dijelaskan dalam beberapa ayat yang sifatnya lebih umum dalam arti dapat diterapkan dalam

²⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga. 2008), h. 179

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semua kegiatan. Selanjutnya, konsep pengambilan keputusan dalam islam lebih ditentukan pada sifat adil dan hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Qur'an :

(Q.S Al-Hujurat ayat 6)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : *Hai orang-orang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.*²¹

Dari penjelasan ayat diatas, terlihat bahwa sebagai umat islam, kita harus berhati-hati saat menerima informasi atau berita. Jika kita tidak mengetahuinya, maka lebih baik periksa atau selidiki dulu. Ayat tersebut juga bisa disarankan dengan sikap hati-hati umat islam dalam mengambil keputusan mengkonsumsi dan menggunakan suatu produk, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa ada tahapan-tahapan yang harus diatasi konsumen dalam keputusan pembelian.

B. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik yang berwujud dan dihimpun dalam suatu bentuk yang serupa dan telaah dikenal. Sedangkan definisi produk secara luas adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud dan tidak berwujud didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh

²¹ Al-Qur'an dan Terjemahan (Wakaf Dari Pelayanan Tanah Suci), (Jakarta: Kementerian Agama RI)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.²²

Pengertian mengenai kualitas dari suatu produk yang ditawarkan dapat berbeda bagi setiap orang karena kualitas itu memiliki banyak kriteria. Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²³

Menurut Goetsch Davis, kualitas lebih luas cakupannya, yaitu suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²⁴

Setiap perusahaan yang memproduksi produk berupa barang atau jasa menginginkan produknya laris manis dan dapat dibeli atau digunakan untuk menarik perhatian. Dalam dunia perbankan, untuk membangkitkan minat nasabah maka perlu memperhatikan tingkat kualitas produk dalam penciptaannya, sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.

Pengertian lain kualitas produk adalah sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang dan jasa. Dalam penilaian kinerja produk adalah dimensi apa yang akan digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya merupakan isu utama.²⁵

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Rosnaini Daga produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan

²²M. Nur Rianto Al-Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2010. h. 140

²³Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi. 2013. h. 99

²⁴Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonista. 2005. h. 8

²⁵Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Op.cit.*, h. 188

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perhatian, dibeli, digunakan dan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan sesuai dengan kebutuhan, kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan.²⁶

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu keadaan yang berkaitan dengan apa yang ditawarkan berupa barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan/ konsumen/ nasabah. Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah, semakin tinggi kualitas maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah tersebut berhubungan dengan keputusan nasabah.²⁷

Dalam penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya agar dapat diterima oleh pasar. Produk yang berkualitas artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut dengan produk plus. Dalam perbankan, produk plus harus diciptakan setiap waktu agar dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Keuntungan dari produk plus adalah :²⁸

- a) Untuk meningkatkan penjualan.

Produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan bagi antar nasabah (*word of mouth*). Kelebihan produk akan dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga berpotensi akan menarik nasabah baru atau membuat nasabah lama bertahan untuk

²⁶Rosnaini Daga, *loc. cit.*

²⁷Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *loc.cit.*

²⁸M. Nur Rianto. *Op.cit.* h. 141

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menambah konsumsi atas produk perbankan, pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

- b) Menimbulkan rasa bangga pada nasabah.

Produk yang memiliki keunggulan dibandingkan produk pesing, menyebabkan nasabah yang menggunakan produk tersebut akan bangga dikarenakan keunggulan produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Contohnya layanan prioritas pada perbankan, maka nasabah yang menggunakan layanan prioritas tersebut akan bangga karena ia menerima pelayanan lebih dibandingkan nasabah lain.

- c) Menimbulkan kepercayaan.

Apabila seorang nasabah yakin produk yang dibelinya berkualitas tinggi, maka ia semakin percaya terhadap produk bersangkutan. Dalam perbankan, kepercayaan merupakan faktor utama dalam meningkatkan dana pihak ketiga. Apabila bank sudah tidak mendapatkan kepercayaan maka akan banyak nasabah pada saat bersamaan menarik dananya dari bank tersebut (rush)

- d) Menimbulkan kepuasan.

Kepuasan yang didapat oleh nasabah apabila ia mendapatkan melebihi ekspektasi pelayanan yang diinginkan oleh nasabah bersangkutan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Tingkatan Produk

Berikut ini adalah lima tingkatan produk adalah :²⁹

1) Manfaat inti

Kebutuhan konsumen paling fundamental adalah manfaat. Seorang pemasar harus mampu melihat dirinya sebagai seorang yang menyediakan manfaat kepada konsumen. Sehingga konsumen pada akhirnya akan membeli produk tersebut karena manfaat inti yang terdapat didalamnya.

2) Manfaat dasar tambahan

Pada inti produk tersebut terdapat manfaat bentuk dasar produk atau mampu memenuhi fungsi dasar produk kebutuhan konsumen adalah fungsional. Contohnya perbankan menyediakan bermacam-macam produk untuk sarana penyimpanan seperti tabungan, giro, maupun deposito yang dapat dipilih nasabah.

3) Harapan produk

Dapat diartikan sebagai serangkaian kondisi dimana yang diharapkan oleh nasabah yang dimiliki oleh produk tersebut. Contohnya : harapan nasabah selain harta yang disimpannya aman namun mampu memberikan keuntungan melalui bagi hasil atau bunga yang diterimanya.

4) Kelebihan yang dimiliki produk.

Salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing. Kebutuhan konsumen adalah

²⁹ M. Nur Rianto Al-arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta), cet. 2, 2012, h. 143

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepuasan. Contohnya : dalam perbankan disediakan produk tabungan berencana dimana dalam produk tersebut nasabah dapat menyimpan dan menginvestasikan dananya sekaligus mendapatkan asuransi jiwa dan kesehatan dengan membayar sejumlah premi tambahan tertentu. Kelebihan tawaran produk tersebut yang dicari oleh nasabah.

5) Potensi masa depan produk.

Bagaimana harapan masa depan produk tersebut apabila terjadi perubahan dan perkembangan teknologi serta selera konsumen. Kebutuhan konsumen adalah masa depan produk. Contohnya : kemudahan untuk membayar tagihan telepon, listrik air atau tagihan lainnya melalui *internet banking* atau *mobile banking*.

c. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Garvin, dalam Damiani, dkk berikut ini dimensi dasar dari kualitas produk, yaitu :³⁰

1) Kinerja

- a. Tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan
- b. Sejauh mana produk atau jasa yang digunakan
- c. Jumlah atribut yang ditawarkan
- d. Kemampuan pegawai untuk menangani masalah dengan baik
- e. Kualitas informasi yang diberikan kepada pelanggan

³⁰ Damianti, *et.al. Perilaku Konsumen* (Jakarta: Rajagrafindo Persada), cet. 1, 2017, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Interaksi pegawai
 - a. Keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditujukan oleh masyarakat pemberi jasa atau barang.
 - b. Kredibilitas menyeluruh para pegawai termasuk kepercayaan konsumen dan persepsi tentang keahlian pegawai.
- 3) *Reliabilitas* (kehandalan) adalah konsistensi kinerja barang, jasa dan toko.
- 4) Ketepatan waktu dan kenyamanan.
 - a. Seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki.
 - b. Seberapa cepat informasi atau jasa diberikan.
 - c. Kenyamanan pembelian dan proses jasa.
- 5) Kesadaran akan merek adalah dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang dipersepsi selama ini telah dimiliki merek atau nama toko atas evaluasi konsumen.

d. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam

Menurut islam, barang konsumsi merupakan barang berdaya guna, materi yang bisa dikonsumsi, yang memiliki manfaat, menghasilkan perbaikan moral, material dan spiritual bagi konsumen. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipertukarkan dan bermanfaat secara moral.³¹ Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an :

(Q.S Al-Baqarah ayat 168)

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*³²

Dari ayat diatas, penting bagi umat islam untuk mnendapatkan sesuatu produk yang halal, tidak hanya bahan yang terkandung saja tetapi dari pengelolaannya, tempat dan cara mendapatkannya. Selanjutnya, janganlah mengikuti langkah perbuatan syetan. Setiap perbuatan yang tidak ada syariatnya maka itu perbuatan syetan. Oleh karena itu, setiap makhluk yang memiliki akal seharusnya berhati-hati atas perbuatan terlarang yang tujuannya sangat jelas untuk merusak keadaan umat islam.

C. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau menyebabkan

³¹ Fandi Tjptiono dan Anastasia Diana, *Esensi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h.96

³² Kemenag RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Al-Hikmah, h. 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keadaan emosi yang menggembirakan.³³ Persepsi juga didefinisikan sebagai proses dimana dalam proses tersebut individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna. Persepsi bisa dimaknai sebagai proses membuat penilaian (*judgement*) atau membangun kesan (*impression*) mengenai berbagai macam hal yang terdapat dalam penginderaan seseorang.³⁴

Proses persepsi diawali oleh saat stimuli yang mengenai indera kita. Stimuli yang menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, asal merupakan sesuatu yang langsung mengenai indera kita, seperti segala sesuatu yang bisa dicium, segala sesuatu yang bisa dilihat, segala sesuatu yang bisa didengar, segala sesuatu yang bisa diraba. Stimuli ini akan mengenai organ yang disebut sebagai *sensory receptor* (organ manusia yang menerima input stimuli atau indera)

Adanya stimulus yang mengenai *sensory receptor* mengakibatkan individu merespon. Respon langsung atau segera dari *sensory receptor* tersebut dinamakan sensasi. Tingkat kepekaan dalam sensasi antar individu satu dengan yang lain berbeda-beda.³⁵

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi dan keyakinan serta pendirian konsumen. Keputusan pembelian sangat ditentukan oleh persepsi serta keyakinan dan pendirian mereka, kemudian mengidentifikasi masukan-masukan berbagai informasi yang mereka dapatkan tentang

³³ Etta Mamang Sangadji, *Op.cit*, h. 64

³⁴ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), cet. 1, 2016, h.

³⁵ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu) Cet. 1. 2008. h. 97

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barang atau produk kemudian mengevaluasinya untuk kemudian melakukan keputusan pembelian.³⁶

Persepsi adalah suatu proses yang telah ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna pada lingkungan mereka.³⁷ Saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah. Persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu yang dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, sehingga hasil informasi tersebut dipahami dan menciptakan sebuah penilaian terhadap produk tersebut.

b. Proses Persepsi

Proses persepsi dimulai dari adanya aktivitas memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan sehingga konsumen dapat memberikan makna atau suatu objek. Usaha apapun yang dilakukan oleh pemasar tidak akan punya arti kalau konsumen tidak mempersepsikan secara tepat yang dikehendaki oleh pemasar. Menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah, proses persepsi mencakup seleksi, organisasi, dan interpretasi perseptual³⁸.

1) Seleksi Perseptual

Definisi seleksi adalah perhatian (*attention*) dan persepsi selektif (*Selective Perception*). Seleksi perseptual terjadi ketika

³⁶ Usman Effendi, *Op.cit*, h. 274

³⁷ Veitzal Rivai, *loc.cit*.

³⁸ Etta Mamang Sangadji, *Op.cit*, h. 69

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada set psikologis (*Psychological Set*) yang dimiliki.

Menurut Doni Juni Priansa, Seleksi persepsi terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan berbagai informasi yang berada di memorinya. Sebelum seleksi persepsi terjadi terlebih dahulu stimulus harus mendapatkan perhatian dari konsumen. Tidak semua stimulus dapat diterima oleh konsumen karena keterbatasan pemikiran untuk mengolah informasi yang diperolehnya. Oleh karena itu, konsumen melakukan seleksi terhadap setiap informasi dan stimulus yang diterimanya.³⁹

2) Pengorganisasian

Pengorganisasian berarti konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Pengorganisasian akan memudahkan untuk memproses informasi dan memberikan pengertian yang terintegrasi serta evaluasi terhadap stimulus.

3) Interpretasi

Proses terakhir persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen. Setiap stimulus yang diterima oleh konsumen baik disadari maupun tidak disadari akan diinterpretasikan oleh konsumen. Interpretasi didasarkan oleh pengalaman konsumen terhadap suatu produk pada masa lalu dan pengalaman tersebut

³⁹Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*,(Bandung: Alfabeta), 2017, h. 171

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersimpan dalam memori jangka panjang. Pada proses ini konsumen konsumen membuka kembali berbagai informasi dalam memori jangka panjangnya yang akan membantu konsumen melakukan evaluasi atas berbagai stimulus. Persepsi konsumen bisa jadi berupa persepsi produk, persepsi merek, persepsi pelayanan, persepsi harga, persepsi kualitas produk, maupun persepsi terhadap produsen.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah

Persepsi nasabah adalah proses yang digunakan oleh seseorang nasabah untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam mengambil keputusan menggunakan suatu produk atau jasa adalah sebagai berikut :⁴⁰

- 1) Kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal-hal yang dapat dirasakan konsumen ketika nasabah sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen.
- 2) Pengalaman masalah yaitu ketika nasabah memakai produk atau jasa yang sejenis dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya,
- 3) Pengalaman dari teman-teman merupakan salah satu faktor dari persepsi nasabah yaitu dimana mereka akan menceritakan produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen tersebut. Hal ini jelas sangat

⁴⁰Tiza Indi Chusna, *Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung*, Skripsi, (Tulungagung: UIN Satu Tulungagung), 2020, h. 23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempengaruhi keputusan konsumen terutama pada produk yang mempunyai resiko tinggi.

- 4) Komunikasi melalui iklan pemasaran, orang yang berada dalam bagian pemasaran sebaiknya tidak berlebihan dalam membuat kampanye. Hal ini dikarenakan secara nyata jika tidak mampu memenuhi harapan konsumen maka akan memberikan dampak negatif terhadap persepsi nasabah tentang produk atau jasa tersebut.

d. Persepsi dalam Pandangan Islam

Persepsi merupakan fungsi psikis penting yang menjadi jendela untuk memahami peristiwa yang dihadapi seseorang dan realitas kehidupan. Manusia telah diberikan berbagai keistimewaan sebagai makhluk yang disertai khalifah. Salah satunya adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih kompleks dibandingkan makhluk Allah lainnya. Dalam bahasa Al-Qur'an, berbagai proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan. Firman Allah di Q.S Al-Mukminun ayat 12-14 menjelaskan bahwa proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran dan pengelihatannya.

(Q.S Al-Mukminun ayat 12-14)

وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَّةٍ مِّنْ طِينٍ . ثُمَّ جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ مَّكِينٍ . ثُمَّ خَلَقْنَا النُّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا الْمُضْغَةَ عِظْمًا فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أَنشَأْنَاهُ خَلْقًا آخَرَ . فَتَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ

Artinya : Dan sesungguhnya kami telah menciptakan manusia dari saripati (berasal) dari tanah (12). Kemudian kami jadikan saripati itu air mani (yang disimpan) dalam tempat yang kokoh (rahim) (13). Kemudian air mani itu kami jadikan segumpal darah, lalu segumpal darah itu kami jadikan daging,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan segumpal daging itu kami jadikan tulang-belulang lalu tulang-belulang itu kami bungkus dengan daging. Kemudian kamu jadikan dia makhluk yang (berbentuk) lain, maka maha suci Allah, Pencipta yang sangat baik (14).⁴¹

Proses persepsi dilalui dengan penerimaan stimulus pada re-septor indera yang tidak langsung berfungsi setelah manusia lahir, akan tetapi berfungsi sejalan dengan perkembangan fisik manusia.

(Q.S An-Nahl ayat 78)

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُم السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya : Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun dan dia memberi kamu pendengaran, pengelihatn dan hati, agar kamu bersyukur.⁴²

Ayat diatas memberikan pernyataan bahwa manusia dilahirkan tidak mengetahui apa-apa. Oleh karena itu, Allah membekali manusia indera agar manusia dapat mengalami apa yang terjadi pada dirinya dari pengaruh luar dan perasaan yang sifatnya berbeda antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup dalam lingkungan tersebut.

D. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian sebelumnya sebagai referensi. Seperti, skripsi atau tugas akhir, jurnal ilmiah, buku dan website. Referensi penelitian sebelumnya diantaranya :

⁴¹ Al-Qur'an dan Terjemahan (Wakaf Dari Pelayanan Tanah Suci), (Jakarta: Kementerian Agama RI)

⁴² Al-Qur'an dan Terjemahan, Ibid.

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel	Metode Penelitian	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Novi Ariana, (2021) “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Komunikasi Lisan Mulut Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung” Sumber : http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/15821	Variabel Bebas (X) : Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2) dan Komunikasi Lisan Mulut Terhadap Keputusan Nasabah (X3) Variabel Terikat (Y) : Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung	Pendekatan Kuantitatif dengan metode survey	1. Variabel Bebasnya Persepsi Penelitian 2. Objek Penelitian	Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan uji statistik Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah dan (3) komunikasi lisan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah.
2	Lukyтта Gusti	Variabel	Pendekatan	1. Variabel	Hasil dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak Cipta Titik UIN Suska Riau</p> <p>Acfira, Mursalim dan Amiruddin (2020) “Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulsebar Cabang Syariah Makassar” Sumber : https://doi.org/10.37531/mirai.v5i3.69</p>	<p>Bebas (X) : pengetahuan nasabah (X1), kualitas dan layanan (X2), reputasi bank (X3), dan tingkat nilai margin (X4)</p> <p>Variabel Terikat (Y) : pengambilan pembiayaan murabahah</p>	<p>Kuantitatif menggunakan metode kuesioner</p>	<p>Bebasnya Kualitas Produk</p> <p>2. Objek Penelitian</p>	<p>pengujian hipotesis didalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) variabel pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (3) reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (4) tingkat nilai margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah</p>
<p>3</p>	<p>Marhaban (2020)</p>	<p>Variabel</p>	<p>Pendekatan</p>	<p>. Variabel Hasil penelitian</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

<p>“Pengaruh Produk, Pelayanan Syariah dan Persepsi Margin Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah di Bank BPD DIY Syariah”</p> <p>Sumber : https://dspace.uui.ac.id/123456789/29566</p>	<p>Bebas (X) : Produk (X1), Pelayanan Syariah (X2) dan Persepsi Margin (X3)</p> <p>Variabel Terikat (Y) : Pembiayaan Murabahah</p>	<p>Kuantitatif dengan Metode regresi linear berganda yang bersumber dari data primer responden</p>	<p>Bebasnya Kualitas Produk dan Persepsi Penelitian</p> <p>2. Objek Penelitian</p>	<p>ini menunjukkan bahwa Persepsi pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Variabel Persepsi margin berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dengan nilai Sig. (0,894). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi margin memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan variabel keputusan nasabah dengan nilai sign. (0,856). Dengan demikian semua variabel penelitian memiliki nilai koefisien alpha crobach > 0,6, artinya pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel</p>
--	--	--	--	---

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini lebih berfokus pada pengumpulan data, analisis data kuantitatif dan melakukan pengujian data dengan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴³

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berlokasi pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan yang beralamat di Jl. Raya Petapahan-Kota Garo No.49 RT:16 RW:06 Desa Tanjung Sawit, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar. Alasan penulis memilih lokasi tersebut karena berdasarkan masalah yang penulis temui ditempat penelitian tersebut, dimana dari hasil pra survey yang penulis lakukan dan data yang didapatkan tingkat pertumbuhan nasabah dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) mengalami tingkat fluktuasi.

C. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang terlibat dalam sebuah penelitian yang memberikan respon tanggapan maupun informasi terkait baik secara

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2020), cet ke-2. h. 20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung maupun tidak langsung. Adapun subjek penelitian ini adalah karyawan yang diwawancarai oleh penulis, serta nasabah yang menggunakan produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan dengan cara menyebar kuisioner.

- b. Objek penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan, manfaat dari produk produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) bagi bank dan nasabah serta pengaruh kualitas produk dan persepsi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi mengacu pada sekelompok orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau lebih yang menjadi pokok permasalahan suatu penelitian.⁴⁴ Adapun yang menjadi populasi adalah nasabah Bank Riau Kepri Capem Flamboyan yang berjumlah 67 orang yang diambil dari jumlah nasabah 2019-2021.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi.⁴⁵ Untuk menentukan ukuran sampel, penulis memakai eori slovin yang merupakan metode teori pengambilan sampel. Hal yang paling

⁴⁴Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), h. 161

⁴⁵Sugiyono, *Op.cit.* h. 127

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

utama dalam menentukan batas toleransi kesalahan, batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dalam persentase. Dalam menentukan jumlah sampel, dihitung berdasarkan rumus *slovin* sebagai berikut:⁴⁶

$$n = \frac{N}{N(d)^2+1}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi (0,1)

Berdasarkan rumus yang diperoleh jumlah sampel (n) untuk beberapa banyak jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)^2+1}$$

$$n = \frac{67}{67(0,1)^2+1} = \frac{67}{1,6} = 41,8$$

Jumlah populasi 67 orang diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 41,8 atau 42 orang. Adapun teknik sampling yang penulis gunakan adalah teknik *Simpel random sampling*, setelah ditentukan jumlah sampel tersebut peneliti dapat menentukan siapa saja yang akan dijadikan responden.

Adapun menurut Rosche dalam Sugiyono, mengatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai 500. Sehingga sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling yang diambil dari jumlah populasi.

⁴⁶Suryani Hedryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h.



E. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian adalah karyawan PT Bank Riau Kepri Capem Flamboyan yang diwawancarai untuk mendukung data penelitian. Serta nasabah PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan yang disebar melalui kuisisioner.

b. Jenis Data

1. Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah secara langsung oleh peneliti, seperti hasil wawancara dengan karyawan serta tabulasi data jawaban responden.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan untuk ditujukan kepada responden. Hasil wawancara dicatat dan dikelompokkan berdasarkan variabel yang diteliti.

b. Kuisisioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuisisioner dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan terhadap variabel yang diteliti dan menyebarkan ke responden dan dituangkan dalam tabulasi data.⁴⁷

G. Skala Pengukuran Variabel

Pengambilan data yang terkait keputusan nasabah dan produk menggunakan instrumen kuisisioner dengan pengukuran menggunakan skala likert yang memiliki lima tingkatan yang merupakan skala tipe ordinal, menggunakan dua instrumen minat nasabah dan produk perbankan yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan atau parameter terukur.⁴⁸

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Setuju (S) = Skor 4

Netral (N) = Skor 3

Tidak Setuju = Skor 2

Sangat Tidak Setuju = Skor 1

H. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang, benda atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian ditarik kesimpulan.⁴⁹

Variabel penelitian ini adalah :

⁴⁷M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), h. 83

⁴⁸Suryani Hendryadi, *Op.cit.*, 97

⁴⁹Sugiyono, *Op.cit.*, h. 68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Variabel Bebas (X_1) = Kualitas Produk
2. Variabel Bebas (X_2) = Persepsi
3. Variabel Terikat (Y) = Keputusan Nasabah

I. Metode Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan tahap-tahap teknik pengolahan data sebagai berikut ini :

a. Editing

Editing merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperoleh terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemerosesan data dengan teknik statistic.

b. Coding

Coding merupakan kegiatan pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuisisioner untuk kemudian dikelompokkan kedalam kategori yang sama. Tujuannya adalah menyederhanakan jawaban.

c. Scoring

Scoring yaitu mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dalam skor ini digunakan skala likert dengan lima kategori penilaian yaitu :

- 1) Skor 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju
- 2) Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju
- 3) Skor 3 diberikan untuk jawaban netral
- 4) Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju
- 5) Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Tabulating

Tabulating yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dalam table, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulating selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program computer IBM SPSS 23.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrument atau kuisisioner yang disusun mampu menggambarkan yang seberapa dari variabel penelitian. Sebuah instrument dikatakan valid apabila $r \geq \text{tabel}^{50}$. Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi product moment* :

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Keterangan :

r = koefesien korelasi

x = deviasi rata-rata variabel X

y = deviasi rata-rata variabel Y

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Pengujian ini dilakukan dengan

⁵⁰Suryani Hendryadi, *Op.cit.* h. 97

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*. Batasan dalam nilai uji ini adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Pengujian ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistic (Cronbach's Al-pha)* dengan menggunakan computer program SPSS versi 23.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dapat digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.

2) Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kemungkinan adanya gejala heterokedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram *Scatter Plots Regression* dimana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai y yang diprediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi heterokedasitas suatu model regresi.

3) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas

dalam model regresi dapat dengan melihat VIF (*Variance Inflation Faktor*) yang dapat dihitung dengan menggunakan persamaan.

$$VIF = \frac{I}{\text{Variance}}$$

Untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF.

4) Uji Autokorelasi

Menurut Makridakis sebagaimana dikutip Wahid Sulaiman menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) $1,65 < DW < 2,35$ = tidak ada autokorelasi
- b) $1,21 < DW < 1,65$ atau $2,35 < DW < 2,79$ = tidak dapat disimpulkan
- c) $DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ = terjadi autokorelasi

c. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan alat analisis meramalkan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.⁵¹

Bentuk persamaannya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

⁵¹Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistic untuk Penelitian Pendidikan, Social, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 108

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

- Y = Variabel terikat (Keputusan Nasabah)
- a = Konstanta
- X_1 dan X_2 = Variabel bebas (Kualitas Produk dan Persepsi)
- b_1 dan b_2 = Koefesien Regresi

2) Uji t

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5% jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji F

Uji simultan atau Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X_1), Persepsi (X_2) secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan nasabah (Y) pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan. Apabila hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara simultan. Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikat.

Nilai F_{hitung} dapat ditentukan dengan formula :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{n-k-1}}$$

Keterangan :

R : Nilai Koefesien Korelasi Berganda

K : Jumlah Variabel Bebas Independen

n : Jumlah Sampel

F_{hitung} : Nilai F dihitung

Untuk menghitung korelasi berganda dapat menggunakan formula sebagai berikut :

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{r^2 X_1.Y + r^2 X_2.Y (r X_1.Y)(r X_2.Y)(r X_1.X_2)}{1 - r^2 X_1.X_2}}$$

Keterangan :

R_{X₁.X₂.Y} : koefesien korelasi ganda

X₁ : Variabel bebas ke-1

X₂ : Variabel bebas ke-2

Y : Variabel tak bebas⁵²

4) Koefesien Determinasi (R²)

Koefesien determinan (R) adalah nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefesien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan model regresi dalam memprediksi variabel dependen.

⁵²Ibid, hal. 86

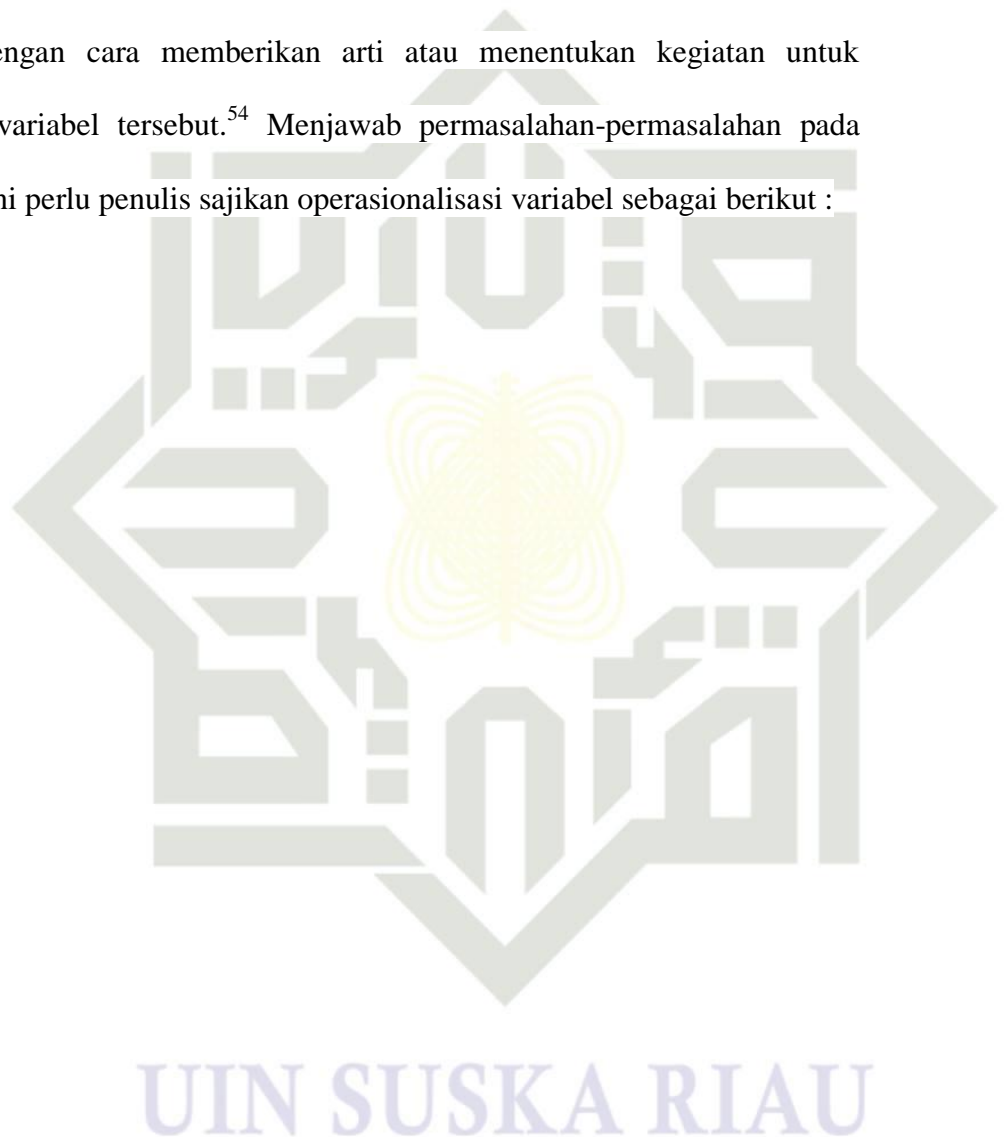
Semakin tinggi koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen untuk menjelaskan perilaku variabel dependen.⁵³

J. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Penelitian

Definisi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menentukan kegiatan untuk mengukur variabel tersebut.⁵⁴ Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



⁵³Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2005) Ed. 1, h. 144

⁵⁴Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017), h. 79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Kualitas Produk (X1)	Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Agar produk diterima pasar, maka pembuatan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai keinginan nasabahnya.	<ol style="list-style-type: none"> a. Kinerja b. Interkasi pegawai c. Reliabilitas d. Ketepatan waktu dan kenyamanan e. Kesadaran akan merek 	Likert	Damiati, dkk. (2017)
Persepsi (X2)	Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembarakan	<ol style="list-style-type: none"> a. Seleksi perseptual b. Organisasi perseptual c. Interpretasi perceptual 	Likert	Dr. Etta Mamang Sangadji, M.Si dan Dr. Sopiah, MM., M.Pd (2013)
Keputusan Nasabah (Y)	Proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternative, membuat keputusan, pasca pembelian	<ol style="list-style-type: none"> a. Mengenali masalah b. Mencari informasi c. Mengevaluasi pilihan d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian 	Likert	Kotler dan Amstrong (2012)

Kerangka Pemikiran

Agar produk yang dibuat dapat diterima pasar, penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing sehingga dapat menarik calon

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

nasabah atau mempertahankan nasabah lama dalam memutuskan untuk mengambil produk tersebut.⁵⁵ Menurut Herry Sutanto dan Khaerul Umam, kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah, semakin tinggi kualitas semakin tinggi pula kepuasan nasabah hal tersebut sangat berhubungan dengan keputusan nasabah.⁵⁶ Maka kualitas produk dapat dikatakan berhubungan dengan kepercayaan antara penjual dan perusahaan.

Selain kualitas produk, menurut Usman Effendi, keputusan nasabah juga dipengaruhi oleh persepsi. Keputusan pembelian sangat ditentukan oleh persepsi serta keyakinan dan pendirian mereka kemudian mengidentifikasi masukan-masukan dari berbagai informasi yang kemudian mengevaluasinya untuk melakukan keputusan pembelian.⁵⁷ Apabila persepsi ideal sama dengan yang sebenarnya, maka nasabah akan puas dengan bank tersebut.⁵⁸ Proses persepsi meliputi seleksi perseptual, organisasi perseptual dan interpretasi perseptual.⁵⁹

Pada dasarnya nasabah akan memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Kualitas produk dan stimulus bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, dapat mendorong nasabah untuk membuat keputusan.

⁵⁵M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 140

⁵⁶ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia), cet. 2, 2019, h. 278

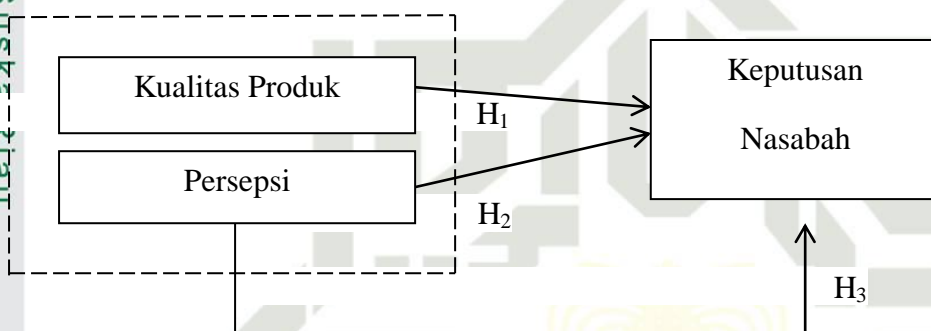
⁵⁷ Usman Effendi, *loc.cit.*

⁵⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 86

⁵⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *loc.cit.*

Berdasarkan teori diatas, dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran yang penulis inginkan. Dapat dilihat pada gambar pola dibawah ini

Gambar 3.1
Kerangka Teoritis Penelitian



L. Hipotesis

Menurut Sugiyono, hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

- H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas produk terhadap keputusan nasabah dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.
- H₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel persepsi terhadap keputusan nasabah dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H₃ : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel kualitas produk dan persepsi terhadap keputusan nasabah dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan persepsi terhadap keputusan nasabah dalam produk pembiayaan aneka guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan. Berdasarkan data yang telah diteliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan aneka guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.
2. Persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan aneka guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel kualitas produk dan persepsi terhadap variabel keputusan nasabah memilih pembiayaan aneka guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan.
4. Pengaruh kualitas produk dan persepsi terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan aneka guna (PAG) sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Terlihat penjelasan ayat Al-Qur'an bahwa sebagai umat islam, kita harus berhati-hati saat menerima informasi atau berita. Jika kita tidak mengetahuinya, maka lebih baik periksa atau selidiki dahulu.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan, serta bias dijadikan sebagai bahan masukan untuk mempertahankan kualitas produk dan persepsi masyarakat yang sudah terbentuk maupun strategi yang dilakukan agar nasabah tetap melakukan pembiayaan aneka guna. Oleh karena itu, perlu memperhatikan mengenai kualitas produk yang akan dipasarkan dan persepsi yang sudah terbentuk untuk para nasabah dan meningkatkan strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah melakukan pembiayaan aneka guna.

2. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi atau sumbang asih terhadap pengembangan teori mengenai jurusan ekonomi syariah. Dan digunakan sebagai rujukan atau referensi penelitian dengan menggunakan indikator-indikator lain, agar dapat menjadi bahan perbandingan untuk menambah referensi ilmu pengetahuan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Budi Santosa, Purbayu dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Yogyakarta: ANDI. 2005.
- C Mowen, Jhon dan Michael Miror. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga. 2002.
- Daa, Rosnaini. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global-RCI. 2017.
- Dwiastuti, Rini. *Ilmu Perilaku Konsumen*, Malang: UB Press. 2012.
- Ghozali, imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Undip. 2016.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2010.
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002.
- Hedryadi, Suryani. *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Hermanto, Bambang. *Hukum Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Suska Press. 2012.
- Hermanto, Bambang. *Lembaga Keuangan Syariah*. Pekanbaru: Suska Press. 2008.
- Memang Sangadji, Eta dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi. 2013.
- Mhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2008.
- Noor, Juliansyah *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2017.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen*, Bandung: Alfabeta. 2017.
- Rianto, M. Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta. 2012.
- Riuan dan Sunarto, *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Social, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta. 2010

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rifai, Veitzal. *kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2007.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan kedua. Bandung: Alfabeta. 2020.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.

Suranto, Hery dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia. 2013.

Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi kedua. Jakarta: PT. Rajawali Pers. 2009.

Usman, Effendi. *Psikologi Konsumen*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2016.

Yamit, Zulian. *Manajemen Kualitas produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonista. 2015.

Z,A. Angsawidjaja. *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2012.

B. Jurnal/Skripsi/Laporan Akhir/ Tesis/Disertasi

Ariana, Novi. *Pengaruh kualitas produk, citra merek dan komunikasi lisan mulut terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di Bank Syariah KCP Tulungagung*. Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2021

Gusti, Lukkyta et al. *Pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar cabang syariah Makassar*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2020.

Indi Chusna, Tiza. *Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung*, Skripsi, (Tulungagung: UIN Satu Tulungagung). 2020.

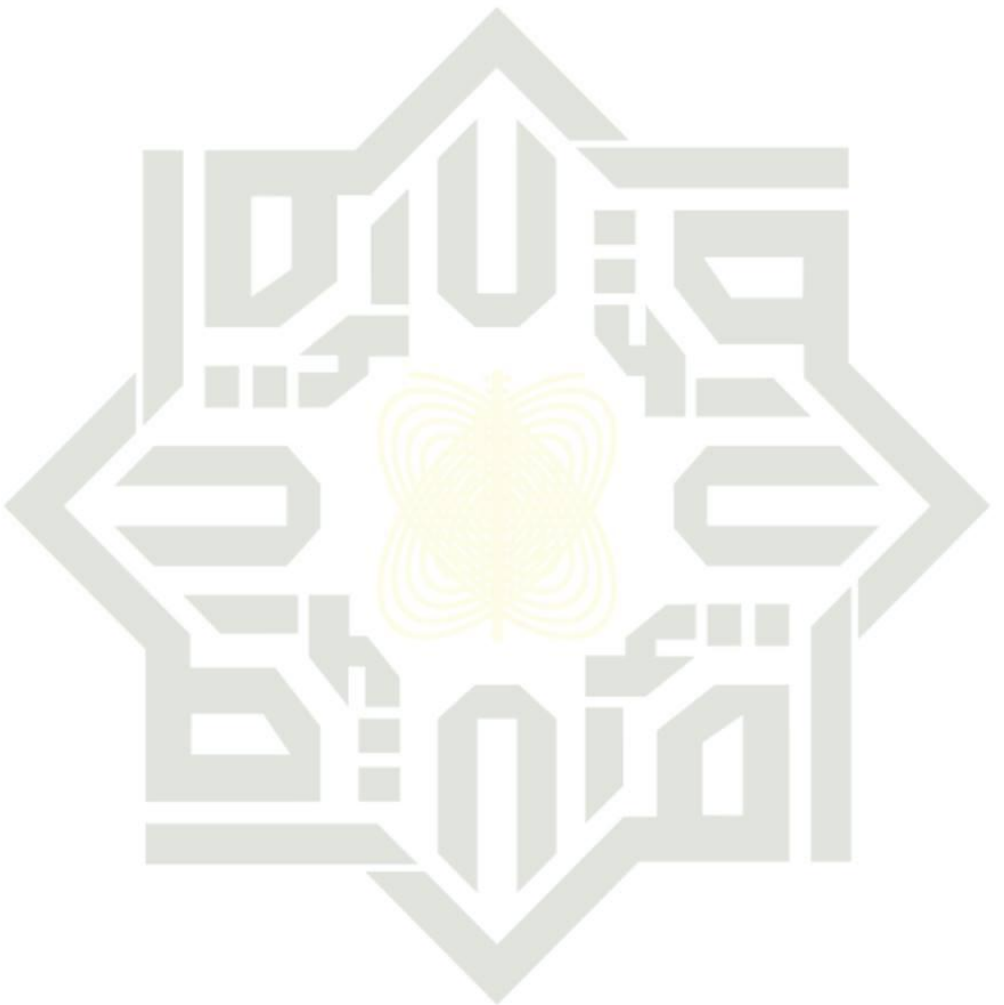
C. Peraturan Perundang-undangan

Indonesia, Undang-undang No.3 Tahun 2004 tentang Perubahan Atas Undang-undang Republik Indonesia No.23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia

D. Website

www.ojk.go.id, Data dan Statistik Perbankan Syariah Oktober 2019, diakses, November 2021

www.bankriaukepri.co.id “Visi Misi-Sejarah Bank Riau Kepri



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran**KUISIONER PENELITIAN**

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah
Pengguna Jasa Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG)
PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Kec. Tapung
Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Dengan Hormat,

Kami memahami sepenuhnya bahwa waktu Anda sangat terbatas dan berharga. Namun demikian kami sangat mengharapkan kesediaan Anda untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Kuisisioner ini disusun dalam rangka penyusunan Tugas Akhir (Skripsi) yang merupakan syarat kelulusan SI Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Kuisisioner ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Kec. Tapung". Kuisisioner ini digunakan untuk kepentingan ilmiah, keahasiaan identitas Bapak/Ibu/Sdr/i akan tetap terjaga.

Bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i merupakan hal yang sangat berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas bantuannya saya sampaikan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya,

Liza Nabila

A. PETUNJUK PENGISIAN KUISISIONER



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan. Silahkan baca dan pahami dengan baik setiap pertanyaan tersebut. Anda diminta untuk mengemukakan apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut sesuai dengan diri anda.
2. Lembar kuisisioner semata-mata bertujuan untuk memperoleh data penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Kec. Tapung”.
3. Jawaban yang diberikan responden dijamin kerahasiaannya.
4. Pengisian kuisisioner dengan memberikan centang (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai.

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Pekerjaan :

Lampiran Kuisisioner

Keterangan :

1. Sangat Setuju (SS) skor 5
2. Setuju (S) skor 4
3. Netral (N) skor 3
4. Tidak Setuju (TS) skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kusioner Pertanyaan

A. Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Kinerja						
1.	Saya yakin bahwa Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) PT. Bank Riau Kepri sesuai kebutuhan saya.					
2.	Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan nasabah.					
Interaksi Pegawai						
3.	Staff di PT. Bank Riau Kepri selalu membantu nasabah dengan sopan dan nyaman.					
4.	Staff di PT. Bank Riau Kepri memiliki kemampuan dalam memberikan layanan.					
Reliabilitas						
5.	Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) selalu memberikan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan nasabah					
6.	Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) dapat diandalkan oleh nasabah untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek dan jangka panjang.					
Ketepatan waktu dan kenyamanan						
7.	Proses pencairan Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri tidak memakan waktu yang lama.					
8.	Saya merasa lebih nyaman dengan Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) karena prosesnya jelas.					
Kesadaran Akan Merek						

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9.	Saya yakin Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) merupakan produk yang diketahui dikalangan nasabah.					
----	---	--	--	--	--	--

B. Persepsi (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Seleksi Perseptual (Memilih dan Menangkap Informasi)						
10.	Saya memperoleh informasi tentang Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri melalui promosi atau iklan.					
11.	Saya tertarik melakukan pembiayaan di PT. Bank Riau Kepri karena sesuai dengan kebutuhan.					
Organisasi Perseptual (Mengelompokkan Informasi dari Berbagai Sumber)						
12.	Saya tertarik melakukan pembiayaan di PT. Bank Riau Kepri karena banyak diakui manfaatnya oleh nasabah lain.					
13.	Saya tertarik melakukan pembiayaan di PT. Bank Riau Kepri karena banyak informasi yang saya peroleh dari berbagai sumber tentang Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG).					
Interpretasi Perseptual (Berdasarkan Pengalaman Masalalu)						
14.	Saya memperoleh referensi yang baik mengenai keamanan dari nasabah lain.					
15.	Saya mendapatkan referensi yang baik dari nasabah lain mengenai kenyamanan dalam bertransaksi.					

C. Keputusan Nasabah

No	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
Mengenali Masalah						



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16	Sebelum saya memutuskan memilih pembiayaan di PT. Bank Riau Kepri, saya merasa dengan pembiayaan tersebut dapat membantu saya memenuhi kebutuhan saya.						
Mencari Informasi							
17	Saya mendapatkan informasi yang ada di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan mengenai produk pembiayaan melalui berbagai media.						
Mengevaluasi Pilihan							
18	Saya melakukan berbagai pertimbangan sebelum mengajukan Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri.						
Keputusan Pembelian							
19	Saya memutuskan memilih Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri setelah tahu akan manfaat dari produk pembiayaan Aneka Guna (PAG).						
Perilaku Pasca Pembelian							
20	Saya menyampaikan informasi tentang pengalaman saya menggunakan Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) di PT. Bank Riau Kepri kepada orang lain.						

JAWABAN RESPONDEN

No Responden	Kualitas Produk (X1)									Total X1	Persepsi (X2)						Total X2	Keputusan Nasabah (Y)					Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	3	23
2	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39	4	5	5	4	4	4	26	5	5	4	5	5	24
3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	38	4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	4	3	20
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	39	4	4	4	4	5	5	26	5	5	4	4	5	23
5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	40	4	4	5	5	5	4	27	5	4	5	4	5	23
6	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	4	24
7	5	5	4	5	5	5	4	5	4	42	4	4	4	4	5	4	25	5	5	4	5	4	23
8	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43	5	5	4	4	5	5	28	4	5	4	5	4	22
9	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43	5	3	5	5	5	5	28	4	5	5	5	3	22
10	4	5	4	5	5	5	5	4	5	42	4	4	4	4	5	5	26	5	4	5	5	4	23
11	5	5	4	5	4	5	5	5	4	42	5	4	5	4	5	4	27	5	5	4	5	5	24
12	4	4	5	5	3	4	5	4	5	39	4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	5	4	23
13	4	4	4	4	5	5	4	5	4	39	5	5	4	5	4	5	28	4	4	5	4	5	22
14	4	4	5	5	4	5	4	5	4	40	5	5	4	5	5	4	28	5	5	4	5	4	23
15	5	5	4	4	5	5	4	5	5	42	5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	5	4	24
16	4	4	5	5	4	5	5	5	4	41	4	4	5	5	5	5	28	5	4	5	5	5	24
17	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42	4	3	4	4	5	5	25	4	5	5	4	5	23
18	4	4	5	5	4	5	5	5	4	41	4	4	4	5	4	4	25	4	5	5	5	4	23
19	4	5	5	5	4	4	4	4	5	40	3	4	4	4	3	4	22	4	4	5	4	4	21
20	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41	5	4	5	5	4	4	27	5	5	4	4	5	23
21	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42	5	5	5	5	5	4	29	4	4	5	5	4	22
22	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42	5	5	5	5	4	4	28	5	4	4	5	4	22
23	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41	4	4	5	5	4	5	27	4	5	5	5	5	24
24	5	4	5	5	4	5	4	5	4	41	3	5	4	3	4	3	22	3	5	4	5	4	21
25	5	4	5	5	4	4	5	5	4	41	5	5	4	5	5	4	28	5	4	5	4	3	21
26	4	5	5	5	4	5	4	5	4	41	4	5	4	4	4	5	26	4	3	4	4	3	18
27	5	4	5	5	4	4	3	4	5	39	4	5	3	4	4	4	24	5	4	5	5	5	24
28	5	4	5	5	4	4	3	3	4	37	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	3	22

1. Ha
2. Diarag mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tuiss ini dalam bentuk apapun t

29	4	5	4	4	4	5	4	4	5	39	5	5	3	4	4	5	26	4	4	5	4	4	21
30	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38	5	5	4	4	4	4	26	3	4	5	3	3	18
31	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43	5	5	5	5	4	4	28	4	3	4	4	5	20
32	5	4	5	4	5	5	5	4	3	40	4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	5	3	21
33	4	4	5	5	4	5	4	5	4	40	4	4	3	4	4	4	23	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	4	5	4	5	4	42	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	20
35	5	5	4	4	5	4	4	4	3	38	5	5	4	4	4	4	26	5	4	4	4	4	21
36	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38	5	4	4	5	5	5	28	5	4	4	4	5	22
37	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43	4	4	5	5	4	4	26	4	3	4	5	5	21
38	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	23
39	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39	4	5	5	4	4	4	26	5	4	4	5	4	22
40	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	5	3	20
41	5	4	3	5	4	5	5	4	4	39	4	4	5	5	5	5	28	4	4	5	5	4	22
42	4	4	5	4	5	4	4	5	5	40	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	20

1. Diarahkan mengumpul sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

HASIL OUTPUT DESKRIPTIF RESPONDEN

OUTPUT JENIS KELAMIN

		Jenis_kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	13	31.0	31.0	31.0
	Perempuan	29	69.0	69.0	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

OUTPUT USIA

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 50 Th	2	4.8	4.8	4.8
	25-30 Th	5	11.9	11.9	16.7
	31-40 Th	19	45.2	45.2	61.9
	41-50 Th	16	38.1	38.1	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

OUTPUT PEKERJAAN

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	K Swasta	3	7.1	7.1	7.1
	Lainnya	8	19.0	19.0	26.2
	PNS	27	64.3	64.3	90.5
	PPPK	4	9.5	9.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

STATISTIK DESKRIPTIF RESPONDEN

KUALITAS PRODUK (X1)

x11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	2.4	2.4	2.4
	4.00	22	52.4	52.4	54.8
	5.00	19	45.2	45.2	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

x12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	25	59.5	59.5	59.5
	5.00	17	40.5	40.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

x13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	2.4	2.4	2.4
	4.00	15	35.7	35.7	38.1
	5.00	26	61.9	61.9	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

x14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	12	28.6	28.6	28.6
	5.00	30	71.4	71.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

x15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	2.4	2.4	2.4
	4.00	20	47.6	47.6	50.0
	5.00	21	50.0	50.0	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

x16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	14	33.3	33.3	33.3
	5.00	28	66.7	66.7	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

x17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	4.8	4.8	4.8
4.00	20	47.6	47.6	52.4
5.00	20	47.6	47.6	100.0
Total	42	100.0	100.0	

x18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	1	2.4	2.4	2.4
4.00	19	45.2	45.2	47.6
5.00	22	52.4	52.4	100.0
Total	42	100.0	100.0	

x19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	4.8	4.8	4.8
4.00	29	69.0	69.0	73.8
5.00	11	26.2	26.2	100.0
Total	42	100.0	100.0	

PERSEPSI (X2)

x21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	4.8	4.8	4.8
4.00	22	52.4	52.4	57.1
5.00	18	42.9	42.9	100.0
Total	42	100.0	100.0	

x22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	4.8	4.8	4.8
4.00	19	45.2	45.2	50.0
5.00	21	50.0	50.0	100.0
Total	42	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

x23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	7.1	7.1	7.1
	4.00	23	54.8	54.8	61.9
	5.00	16	38.1	38.1	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

x24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	2.4	2.4	2.4
	4.00	19	45.2	45.2	47.6
	5.00	22	52.4	52.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

x25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	2.4	2.4	2.4
	4.00	20	47.6	47.6	50.0
	5.00	21	50.0	50.0	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

x26

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	2.4	2.4	2.4
	4.00	22	52.4	52.4	54.8
	5.00	19	45.2	45.2	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

KEPUTUSAN NASABAH (Y)

y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	4.8	4.8	4.8
	4.00	20	47.6	47.6	52.4
	5.00	20	47.6	47.6	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

y12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	3	7.1	7.1	7.1
4.00	21	50.0	50.0	57.1
5.00	18	42.9	42.9	100.0
Total	42	100.0	100.0	

y13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4.00	19	45.2	45.2	45.2
5.00	23	54.8	54.8	100.0
Total	42	100.0	100.0	

y14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	1	2.4	2.4	2.4
4.00	15	35.7	35.7	38.1
5.00	26	61.9	61.9	100.0
Total	42	100.0	100.0	

y15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	9	21.4	21.4	21.4
4.00	18	42.9	42.9	64.3
5.00	15	35.7	35.7	100.0
Total	42	100.0	100.0	

OUTPUT HASIL UJI VALIDITAS

UJI VALIDITAS VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)

Correlations

		x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	Kualitas_Produk
x11	Pearson Correlation	1	.243	.105	.306 [*]	.035	.000	-.129	.081	-.245	.455 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.120	.507	.049	.828	1.000	.414	.611	.118	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
x12	Pearson Correlation	.243	1	-.282	-.123	.081	.171	-.024	.133	.034	.391 [*]
	Sig. (2-tailed)	.120		.071	.439	.612	.277	.881	.400	.832	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
x13	Pearson Correlation	.105	-.282	1	.505 ^{**}	.318 [*]	-.251	-.206	.041	.055	.494
	Sig. (2-tailed)	.507	.071		.001	.040	.109	.190	.798	.727	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
x14	Pearson Correlation	.306 [*]	.123	.505 ^{**}	1	.414 ^{**}	-.112	.013	.000	.059	.373 [*]
	Sig. (2-tailed)	.049	.439	.001		.006	.481	.935	1.000	.712	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
x15	Pearson Correlation	.035	.081	.318 [*]	.414 ^{**}	1	.062	.182	.080	.109	.337
	Sig. (2-tailed)	.828	.612	.040	.006		.698	.249	.614	.490	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
x16	Pearson Correlation	.000	.171	-.251	-.112	.062	1	.087	.278	-.197	.321 [*]
	Sig. (2-tailed)	1.000	.277	.109	.481	.698		.586	.075	.212	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
x17	Pearson Correlation	-.129	-.024	-.206	.013	.182	.087	1	.224	-.148	.370 [*]
	Sig. (2-tailed)	.414	.881	.190	.935	.249	.586		.153	.351	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
x18	Pearson Correlation	.081	.133	.041	.000	.080	.278	.224	1	-.128	.582 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.611	.400	.798	1.000	.614	.075	.153		.421	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

x19	Pearson Correlation	-.245	.034	.055	.059	-.109	-.197	.148	-.128	1	.925
	Sig. (2-tailed)	.118	.832	.727	.712	.490	.212	.351	.421		.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	.455**	.391*	.494	.373*	.337	.321*	.370*	.582**	.925	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

iau

UJI VALIDITAS VARIABEL X2 (PERSEPSI)

Correlations

		x21	x22	x23	x24	x25	x26	Presepsi
x21	Pearson Correlation	1	.336*	.073	.379*	.181	.087	.668**
	Sig. (2-tailed)		.029	.648	.013	.252	.582	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42
x22	Pearson Correlation	.336*	1	-.128	-.112	-.227	-.236	.311
	Sig. (2-tailed)	.029		.419	.481	.148	.132	.001
	N	42	42	42	42	42	42	42
x23	Pearson Correlation	.073	-.128	1	.475**	.206	.032	.545**
	Sig. (2-tailed)	.648	.419		.001	.192	.843	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42
x24	Pearson Correlation	.379*	-.112	.475**	1	.160	.242	.686**
	Sig. (2-tailed)	.013	.481	.001		.311	.122	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42
x25	Pearson Correlation	.181	-.227	.206	.160	1	.358*	.526**
	Sig. (2-tailed)	.252	.148	.192	.311		.020	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42
x26	Pearson Correlation	.087	-.236	.032	.242	.358*	1	.457**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sig. (2-tailed)		.582	.132	.843	.122	.020		.002
N		42	42	42	42	42	42	42
Presepsi	Pearson Correlation	.668**	.311	.545**	.686**	.526**	.457**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.002	
	N	42	42	42	42	42	42	42

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS VARIABEL Y (KEPUTUSAN NASABAH)

Correlations

		y11	y12	y13	y14	y15	Keputusan_Nasabah
y11	Pearson Correlation	1	.172	-.070	.250	.244	.607**
	Sig. (2-tailed)		.276	.658	.111	.120	.000
	N	42	42	42	42	42	42
y12	Pearson Correlation	.172	1	.062	.368*	.045	.610**
	Sig. (2-tailed)	.276		.698	.016	.777	.000
	N	42	42	42	42	42	42
y13	Pearson Correlation	-.070	.062	1	.028	-.083	.807
	Sig. (2-tailed)	.658	.698		.862	.602	.002
	N	42	42	42	42	42	42
y14	Pearson Correlation	.250	.368*	.028	1	.026	.590**
	Sig. (2-tailed)	.111	.016	.862		.872	.000
	N	42	42	42	42	42	42
y15	Pearson Correlation	.244	.045	-.083	.026	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	.120	.777	.602	.872		.000
	N	42	42	42	42	42	42
Keputusan_Nasabah	Pearson Correlation	.607**	.610**	.807	.590**	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

N	42	42	42	42	42	42
---	----	----	----	----	----	----

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**OUTPUT HASIL UJI RELIABILITAS
UJI RELIABILITAS VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.644	.022	9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI RELIABILITAS VARIABEL X2 (PERSEPSI)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.725	.454	6

UJI RELIABILITAS VARIABEL Y (KEPUTUSAN NASABAH)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.651	.367	5

OUTPUT HASIL UJI MULTIKOLONIERITAS

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.987	1.013
.987	1.013

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh :

Nama : Liza Nabila
NIM : 11820520663
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Juli 2022

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Muslim, S Ag, SH, M.Hum

Sekretaris
Desi Devrika Devra, SHL., M.Si

Penguji I
Afhol Rinaldi, SE, M.Ec

Penguji II
Johnius, S.E, MM

Mengetahui :
Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru- Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

Hp. 081275158167 - 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : LIZA NABILA
NIM : 11820520663
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PEMBIAYAAN ANEKA GUNA (PAG) PADA PT. BANK RIAU KEPRI CAPEM FLAMBOYAN DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Pembimbing I : Bambang Hermanto, M.Ag

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 28 Juli 2022

Pimpinan Redaksi,



Dr. M. Albi Svahrin, S.H., M.H., CPL
 NIP. 198804302019031010

... Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



SURAT KETERANGAN
No. 020/FLB/V/2022

PT. Bank Riau Kepri Cabang Pembantu Flamboyan dengan ini menerangkan benar

Nama : Liza Nabila
 Nomor Induk Mahasiswa : 11820520663
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Syariah dan Hukum
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Kecamatan Tapung.

Nama tersebut diatas adalah benar telah menjalani kegiatan riset di PT. Bank Riau Kepri Cabang Pembantu Flamboyan, terhitung tanggal 01 s/d 10 April 2022

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

PT. Bank Riau Kepri
 Kantor Cabang Pembantu Flamboyan

Ahmad Rifai
 Pimpinan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuah Madani - Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. /Fax 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak Milik UIN Suska Riau

No.04/F.I/PP.00.9/2822/2022

Pekanbaru,31 Maret 2022

Asas
(Satu) Proposal
Mohon Izin Riset

Kepada
Yth.Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : LIZA NABILA
NIM : 11820520663
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :**Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Produk Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Kec. Tapung.**

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Dr. Zulkifli, M.Ag
NIP. 19741006 200501 1 005

Pembusan :
Rektor UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dilarang mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
Penerbitan, pengalihan, atau penggunaan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel atau tinjauan suatu masalah.
Dilarang mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/0
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 01/PP.00.9/2822/2022 Tanggal 31 Maret 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : LIZA NABILA |
| 2. NIM / KTP | : 11820520663 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PRODUK PEMBIAYAAN ANEKA GUNA (PAG) PADA PT. BANK RIAU KEPRI CAPEM FLAMBOYAN |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. BANK RIAU KEPRI CAPEM FLAMBOYAN KE. TAPUNG |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

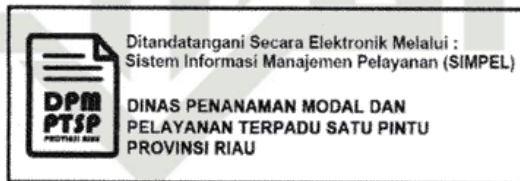
1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.

3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 1 April 2022



UIN SUSKA RIAU

Lampiran :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
3. Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
4. Pimpinan PT. BANK RIAU KEPRI CAPEM FLAMBOYAN Ke. Tapung
5. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
6. Yang Bersangkutan

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Liza Nabila lahir di Medan pada Tanggal 19 Juli 2000 dari pasangan Bapak Zaker dan Ibu Juminem. Adapun riwayat pendidikan penulis sebagai berikut :

Jenjang pendidikan penulis dimulai dari SDN 012 Gadingsari tamat tahun 2012, kemudian penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di MTs Himmatul Ummah Desa Sumber Makmur dan meneruskan sekolah menengah keatas di MAS Himmatul Ummah Desa Sumber Makmur dan lulus pada tahun 2018. Setelah lulus ditahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah melalui jalur SPAN-PTKIN.

Atas Rahmat Allah SWT, penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dibawah bimbingan Bapak Bambang Hermanto, M.Ag. Pada tanggal 19 Juli 2022 penulis mengikuti ujian munaqasyah dengan judul skripsi “**Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Aneka Guna (PAG) Pada PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**” dan dinyatakan LULUS dengan prediket sangat memuaskan dan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).