

**PENGARUH MINAT DAN PROMOSI PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH  
PRODUK PINJAMAN SYARIAH  
(Studi Kasus Mahasiswa/i Jurusan Syariah  
Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur  
Sebagai Prasyarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



**Oleh:**

**Risna Nurul Azmi  
NIM: 20.2.21.058**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA  
KUTAI TIMUR  
2024**



Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai Timur SEKOLAH  
TINGGI AGAMA ISLAM (STAIS) SANGATTA KUTAI TIMUR TERAKREDITASI B

Berdasarkan SK BAN-PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020

Alamat: Jalan Soekarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611, Telp: 0811596662

Website: <http://www.staiskutim.ac.id> E-mail: [admin@staiskutim.ac.id](mailto:admin@staiskutim.ac.id)

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara/i:

Nama : Risna Nurul Azmi  
NIM : 20.2.21.058  
Jurusan : Syariah  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Minat dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Pinjaman Syariah (Studi Kasus Mahasiswa/i Jurusan Syariah STAI Sangatta).

Dengan ini kami mohon agar naskah skripsi tersebut dapat dimunaqasahkan. Demikian harap menjadi maklum.

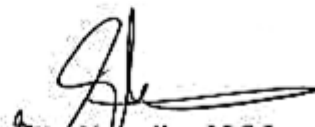
*Wallahul Muwafiq Illa Aqwa Mutariq*

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Sangatta, 18 April 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Eko Nursalim, M.S.I

  
Anggra Prima, M.Pd

Mengetahui,

Ketua Jurusan Syariah

  
Achmad Fahrudin, M.S.I



## PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Minat Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Pinjaman Syariah (Studi Kasus Mahasiswa/i Jurusan Syariah STAI Sangatta)

Nama : Risna Nurul Azmi

Nim : 20.2.21.058

Jurusan : Syariah

Prodi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan di depan Tim Penguji Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur pada Tanggal 16 Juni 2024, Dinyatakan LULUS dengan predikat SANGAT MEMUASKAN, dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

### Tim Sidang

1. H. Zanuar Anwari, Lc., M.S.I  
Ketua Sidang
2. Imron Gozali, M. Hum  
Sekretaris Sidang
3. Dr. H. Ernata Hadisujito, M.Si.  
Penguji Utama
4. Abdurrahim Yunus, DEA  
Penguji I
5. H. Zanuar Anwari, Lc., M.S.I  
Penguji II

### Tanda Tangan

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....

Sangatta, 16 Juni 2024  
Mengesahkan

  
Dr. Satriah, M.Pd



## PERNYATAAN

Nama : Risna Nurul Azmi

NIM : 20.2.21.058

Jurusan : Syariah

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Minat dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Pinjaman Syariah. (studi kasus Mahasiswa/i jurusan syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur).

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini bukanlah karya dan buah pikiran yang sudah (pernah) ditulis / diterbitkan oleh orang lain, kecuali informasi yang terdapat daalam referensi yang dijadikan bahan rujukan dalam penelitian ini.

Sangatta, 25 Mei 2024

Yang Menyatakan,

  
Risna Nurul Azmi

## **MOTTO**

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa do’a.”

(Ridwan Kamil)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat, dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis sangat bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Karya kecil ini aku persembahkan untuk Bapak Amrullah dan Ibu Nur Jannah tercinta, yang tiada henti berdo'a untuk kebaikan anak terkasihnya.

Untuk Saudara-Saudariku tersayang Wahyu, Kiki, Hikmah serta sepupuku Mahya, yang selalu mendukung dan memotivasiku untuk menyelesaikan skripsi ini.

Untuk teman-temanku dan support sistem yang selalu ada saat penyusunan skripsi ini yaitu teman seperjuangan saya yaitu Cindy, Wilda, Rahmah dan teman-teman dari KKL yaitu Sitti, Nisa, Rieysha, Julia, Putri, Raihan, Mahrus, Hizbi, Ahyar, serta dari semua teman yang selalu support saya diluar kampus yang selalu mendo'akan yang terbaik untuk saya, dan masih banyak lainnya yang telah memberikan semangat dan bantuannya, inspirasi motivasi dan pengalamannya.

Serta dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan banyak pengetahuan selama pengerjaan skripsi ini.

Kepada semua teman-teman dan keluarga yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu terimakasih untuk waktu berharganya. Kupersembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraakatuh*

Puji syukur peneliti sampaikan kehadirat Allah SWT, karena Taufik dan Hidayah-Nya, skripsi yang berjudul Pengaruh Minat Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Pinjaman Syariah dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Shalawat dan salam tak lupa dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang

Peneliti menyampaikan terimakasih serta ucapan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dr. Satriah, M.Pd selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta Kutai Timur (STAI).
2. Bapak Achmad Fahrudin, M.S.I selaku Ketua Jurusan Syariah STAI Sangatta.
3. Ibu Imrona Hayati, M.Pd selaku Sekertaris Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur.
4. Bapak Firdaus, M.E selaku Ketua Program studi Ekonomi Syariah yang berkenan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu di Program Studi Ekonomi Syariah
5. Bapak Eko Nursalim, M.S.I selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Anggra Prima, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan banyak waktu dan tenaganya untuk membimbing dengan kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Para Dosen pengajar di lingkungan Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur.
7. Kepada staff karyawan di lingkungan kampus STAI Sangatta Kutai Timur.

8. Kepada kepala MIKWA yang telah memberikan izin untuk pengambilan data penelitian di kampus STAI Sangatta Kutai Timur.

Atas jasa-jasa mereka, penulis hanya dapat memohon doa semoga amal mereka diterima di sisi Allah SWT. Dan mendapat balasan pahala yang lebih baik serta mendapatkan kesuksesanbaik itu di dunia maupun di akhirat kelak.

Penulis dalam hal ini juga mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. *Aamiin*

Sangatta, 25 Mei 2024

Peneliti,

Risna Nurul Azmi



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	11
C. Rumusan Masalah .....	14
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	14
E. Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS .....</b>	<b>17</b>
A. Deskripsi Teori.....	17
B. Telaah Pustaka .....	51
C. Hipotesis Penelitian.....	55
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	57
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	58
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	58

D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	60
E. Teknik Pengumpulan Data.....	63
F. Uji Instrumen Penelitian .....	66
G. Teknik Analisis Data.....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	74
B. Deskripsi Data dan Pengujian Hipotesis .....	85
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	148
D. Keterbatasan Penelitian .....	151
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>153</b>
A. Simpulan .....	153
B. Saran.....	155

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**BIODATA PENELITI**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Variabel dan Indikator Penelitian .....	55
Tabel 2	Skor Penelitian.....	58
Tabel 3	Profil Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur .....	67
Tabel 4	Unsur Pimpinan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur.....	78
Tabel 5	Jurusan/Prodi Responden .....	78
Tabel 6	Jumlah Responden Persemester.....	79
Tabel 7	Jenis Kelamin Responden .....	80
Tabel 8	Penting bagi saya untuk memilih produk pinjaman yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam bertransaksi.....	81
Tabel 9	Saya mempertimbangkan keadilan dan kesetaraan dalam transaksi keuangan saat memilih produk pinjaman. ....	82
Tabel 10	Saya merasa nyaman dengan konsep keadilan dan kesetaraan dalam bertransaksi ketika memilih produk pinjaman syariah .....	83
Tabel 11	Saya memilih produk pinjaman syariah untuk menghindari transaksi yang mengandung unsur riba. ....	84
Tabel 12	Saya sering membaca atau mencari informasi tentang produk keuangan syariah sebelum membuat keputusan untuk mengambil pinjaman. ....	85
Tabel 13	Saya cenderung mencari referensi dari sumber-sumber seperti buku, artikel, atau situs web yang mengulas tentang prinsip-prinsip keuangan syariah sebelum memilih produk pinjaman. ....	86
Tabel 14	Penting bagi saya untuk memahami prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah sebelum saya memilih produk pinjaman.....	87
Tabel 15	Saya pernah mendiskusikan atau mencari saran dari orang-orang atau komunitas yang memiliki pengetahuan tentang produk pinjaman syariah sebelum mengambil keputusan. ....	88
Tabel 16	Saya sering membaca atau mencari informasi tentang produk pinjaman syariah sebelum membuat keputusan untuk menggunakannya. ....	89
Tabel 17	Penting bagi saya bahwa produk pinjaman yang saya pilih sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah dalam keputusan untuk memilihnya.....	90
Tabel 18	Saya tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang konsep dan prinsip-prinsip keuangan syariah sebelum mengambil keputusan tentang menggunakan produk pinjaman syariah. ....	91
Tabel 19	Saya tertarik untuk menjelajahi berbagai jenis produk pinjaman syariah yang tersedia.....	92
Tabel 20	Saya merasa penting untuk menggali lebih dalam tentang prinsip-prinsip syariah yang mendasari produk pinjaman syariah.....	93
Tabel 21	Saya senang mencari informasi tambahan mengenai struktur	

	dan mekanisme operasional dari produk pinjaman syariah.....	94
Tabel 22	Saya cenderung menggunakan sumber daya seperti artikel, forum online, atau seminar untuk memperdalam pemahaman saya tentang produk pinjaman syariah sebelum saya memutuskan untuk memilih. ....	95
Tabel 23	Saya tertarik untuk memilih produk pinjaman syariah setelah melihat iklan yang menarik dan informatif tentang produk tersebut di media massa.....	96
Tabel 24	Saya merasa bahwa iklan cetak yang diberikan seperti brosur sudah informatif dalam menyampaikan informasi tentang produk pinjaman syariah. ....	97
Tabel 25	Saya melihat bahwa periklanan dapat memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang produk pinjaman syariah. ....	98
Tabel 26	Saya melihat bahwa periklanan dapat membantu membedakan produk pinjaman syariah dari produk konvensional.....	99
Tabel 27	Saya melihat promosi penjualan, seperti diskon atau bonus bagi nasabah baru, dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap pinjaman syariah. ....	100
Tabel 28	Saya tertarik pada promosi penjualan yang dapat membantu saya dalam keunggulan produk pinjaman syariah. ....	101
Tabel 29	Saya melihat bahwa program promosi penjualan yang berkelanjutan dapat mempertahankan minat nasabah terhadap produk pinjaman syariah.....	102
Tabel 30	Saya mengetahui bahwa publisitas positif tentang produk pinjaman syariah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan yang menawarkannya. ....	103
Tabel 31	Saya melihat publisitas efektif dalam menyoroti nilai-nilai syariah yang terkandung dalam produk pinjaman syariah. ....	104
Tabel 32	Saya mengetahui bahwa publisitas negatif dapat merusak reputasi produk pinjaman syariah dan menurunkan minat masyarakat terhadapnya. ....	105
Tabel 33	Saya pernah berkomunikasi langsung melalui penjualan pribadi yang memungkinkan penjelasan mendalam tentang prinsip-prinsip syariah yang mendasari produk pinjaman.....	106
Tabel 34	Saya merasa bahwa hubungan personal antara penjual dan calon nasabah dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk pinjaman syariah. ....	107
Tabel 35	Saya melihat bahwa penjualan pribadi memiliki kelemahan dalam mencapai audiens yang lebih luas dibandingkan dengan metode promosi lainnya. ....	108
Tabel 36	Saya merasa penjualan pribadi membutuhkan biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode promosi lainnya.....	109
Tabel 37	Saya mengetahui bahwa penjualan pribadi lebih efektif dalam menjelaskan manfaat produk secara langsung kepada	

	konsumen.....	110
Tabel 38	Saya menyadari pentingnya memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari. ....	111
Tabel 39	Saya mulai mempertimbangkan produk syariah setelah menyadari adanya ketidaksesuaian dengan nilai-nilai agama pada produk konvensional. ....	112
Tabel 40	Saya merasa perlu menggali lebih dalam tentang produk syariah setelah menyadari adanya ketidaksiharasan antara nilai-nilai pribadi dan produk konvensional yang tersedia.....	113
Tabel 41	Saya sering mencari informasi tentang sertifikasi syariah dari lembaga yang terpercaya sebelum membeli suatu produk .....	114
Tabel 42	Saya aktif mencari tahu tentang bagaimana sebuah produk diproduksi dan apakah mematuhi prinsip syariah sebelum membuat keputusan pembelian .....	115
Tabel 43	Saya memilih produk syariah setelah melakukan riset tentang proses produksi, bahan baku, dan kepatuhan terhadap hukum agama.....	116
Tabel 44	Saya mempertimbangkan aspek-aspek keuangan, etis, dan keberlanjutan dalam mengevaluasi produk syariah. ....	117
Tabel 45	Saya menilai reputasi merek dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah sebagai faktor utama dalam memilih produk.....	118
Tabel 46	Saya melihat kualitas dan kinerja produk syariah dengan cermat sebelum membuat keputusan pembelian. ....	119
Tabel 47	Saya lebih condong untuk memilih produk syariah daripada produk konvensional jika keduanya memiliki kualitas dan harga yang sebanding. ....	120
Tabel 48	Saya yakin dengan keputusan memilih produk syariah sebagai wujud dukungan terhadap penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. ....	121
Tabel 49	Saya merasa nyaman dan yakin dengan keputusan untuk memilih produk syariah karena merasa lebih sesuai dengan prinsip hidup saya. ....	122
Tabel 50	Saya aktif memberikan umpan balik kepada produsen atau merek tentang pengalaman saya menggunakan produk syariah.....	123
Tabel 51	Saya berkomitmen untuk terus memilih produk syariah sebagai bagian dari gaya hidup yang lebih beretika dan bertanggung jawab.....	124
Tabel 52	Saya senang berbagi informasi dan pengalaman saya tentang produk syariah kepada teman dan keluarga sebagai bentuk edukasi dan promosi nilai-nilai agama. ....	125
Tabel 53	Hasil Uji Validitas Variabel Minat (X1) .....	127
Tabel 54	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Produk (X2) .....	127
Tabel 55	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih Produk (Y). .....	128
Tabel 56	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat (X1).....	129

Tabel 57 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Produk (X2) .....	129
Tabel 58 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Memilih Produk (Y).....	130
Tabel 59 Hasil Uji Normalitas.....	131
Tabel 60 Hasil Uji Multikolinearitas .....	132
Tabel 61 Output Uji Korelasi Product Moment .....	135
Tabel 62 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda .....	136
Tabel 63 Hasil Uji Pengujian T .....	138
Tabel 64 Hasil Pengujian Uji F .....	139
Tabel 65 Hasil Pengujian R Square .....	140

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	karakteristik mahasiswa/I Berdasarkan Jurusan/Prodi Tahun Ajaran 2023-2024 .....	79
Gambar 2	Karakteristik Mahasiswa/i Berdasarkan Semester Tahun Ajaran 2023-2024 .....	80
Gambar 3	Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun Ajaran 2023-2024 .....	80
Gambar 4	Penting bagi saya untuk memilih produk pinjaman yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam bertransaksi. ....	82
Gambar 5	Saya mempertimbangkan keadilan dan kesetaraan dalam transaksi keuangan saat memilih produk pinjaman.....	83
Gambar 6	Saya merasa nyaman dengan konsep keadilan dan kesetaraan dalam bertransaksi ketika memilih produk pinjaman syariah .....	84
Gambar 7	Saya memilih produk pinjaman syariah untuk menghindari transaksi yang mengandung unsur riba. ....	85
Gambar 8	Saya sering membaca atau mencari informasi tentang produk keuangan syariah sebelum membuat keputusan untuk mengambil pinjaman.....	86
Gambar 9	Saya cenderung mencari referensi dari sumber-sumber seperti buku, artikel, atau situs web yang mengulas tentang prinsip-prinsip keuangan syariah sebelum memilih produk pinjaman. ....	87
Gambar 10	Penting bagi saya untuk memahami prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah sebelum Anda memilih produk pinjaman. ....	88
Gambar 11	Saya pernah mendiskusikan atau mencari saran dari orang-orang atau komunitas yang memiliki pengetahuan tentang produk pinjaman syariah sebelum mengambil keputusan.....	89
Gambar 12	Saya sering membaca atau mencari informasi tentang produk pinjaman syariah sebelum membuat keputusan untuk menggunakannya.....	90
Gambar 13	Penting bagi saya bahwa produk pinjaman yang saya pilih sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah dalam keputusan untuk memilihnya. ....	91
Gambar 14	Saya tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang konsep dan prinsip-prinsip keuangan syariah sebelum mengambil keputusan tentang menggunakan produk pinjaman syariah.....	92
Gambar 15	Saya tertarik untuk menjelajahi berbagai jenis produk pinjaman syariah yang tersedia .....	93
Gambar 16	Saya merasa penting untuk menggali lebih dalam tentang prinsip-prinsip syariah yang mendasari produk pinjaman syariah .....	94
Gambar 17	Saya senang mencari informasi tambahan mengenai struktur dan mekanisme operasional dari produk pinjaman	

syariah. ....	95
Gambar 18 Saya cenderung menggunakan sumber daya seperti artikel, forum online, atau seminar untuk memperdalam pemahaman saya tentang produk pinjaman syariah sebelum saya memutuskan untuk memilih. ....	96
Gambar 19 Saya tertarik untuk memilih produk pinjaman syariah setelah melihat iklan yang menarik dan informatif tentang produk tersebut di media massa. ....	97
Gambar 20 Saya merasa bahwa iklan cetak yang diberikan seperti brosur sudah informatif dalam menyampaikan informasi tentang produk pinjaman syariah. ....	98
Gambar 21 Saya melihat bahwa periklanan dapat memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang produk pinjaman syariah. ....	99
Gambar 22 Saya melihat bahwa periklanan dapat membantu membedakan produk pinjaman syariah dari produk konvensional. ....	100
Gambar 23 Saya melihat promosi penjualan, seperti diskon atau bonus bagi nasabah baru, dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap pinjaman syariah. ....	101
Gambar 24 Saya tertarik pada Promosi penjualan yang dapat membantu saya dalam keunggulan produk pinjaman syariah. ....	102
Gambar 25 Saya melihat bahwa program promosi penjualan yang berkelanjutan dapat mempertahankan minat nasabah terhadap produk pinjaman syariah. ....	103
Gambar 26 Saya mengetahui bahwa publisitas positif tentang produk pinjaman syariah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan yang menawarkannya. ....	104
Gambar 27 Saya melihat publisitas efektif dalam menyoroti nilai nilai syariah yang terkandung dalam produk pinjaman syariah. ....	105
Gambar 28 Saya mengetahui bahwa publisitas negatif dapat merusak reputasi produk pinjaman syariah dan menurunkan minat masyarakat terhadapnya. ....	106
Gambar 29 Saya pernah berkomunikasi langsung melalui penjualan pribadi yang memungkinkan penjelasan mendalam tentang prinsip-prinsip syariah yang mendasari produk pinjaman. ....	107
Gambar 30 Saya merasa bahwa hubungan personal antara penjual dan calon nasabah dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk pinjaman syariah. ....	108
Gambar 31 Saya melihat bahwa penjualan pribadi memiliki kelemahan dalam mencapai audiens yang lebih luas dibandingkan dengan metode promosi lainnya. ....	109
Gambar 32 Saya merasa penjualan pribadi membutuhkan biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode promosi lainnya. ....	110



Gambar 33	Saya mengetahui bahwa penjualan pribadi lebih efektif dalam menjelaskan manfaat produk secara langsung kepada konsumen .....	111
Gambar 34	Akses parkir kendaraan di lokasi pembelian produk mudah di akses Saya menyadari pentingnya memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari. ....	112
Gambar 35	Saya mulai mempertimbangkan produk syariah setelah menyadari adanya ketidaksesuaian dengan nilai-nilai agama pada produk konvensional.. ....	113
Gambar 36	Saya merasa perlu menggali lebih dalam tentang produk syariah setelah menyadari adanya ketidakselarasan antara nilai-nilai pribadi dan produk konvensional yang tersedia. ....	114
Gambar 37	Saya sering mencari informasi tentang sertifikasi syariah dari lembaga yang terpercaya sebelum membeli suatu produk.....	115
Gambar 38	Saya aktif mencari tahu tentang bagaimana sebuah produk diproduksi dan apakah mematuhi prinsip syariah sebelum membuat keputusan pembelian. ....	116
Gambar 39	Saya memilih produk syariah setelah melakukan riset tentang proses produksi, bahan baku, dan kepatuhan terhadap hukum agama.....	117
Gambar 40	Saya mempertimbangkan aspek-aspek keuangan, etis, dan keberlanjutan dalam mengevaluasi produk syariah .....	118
Gambar 41	Saya menilai reputasi merek dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah sebagai faktor utama dalam memilih produk.....	119
Gambar 42	Saya melihat kualitas dan kinerja produk syariah dengan cermat sebelum membuat keputusan pembelian.....	120
Gambar 43	Saya lebih condong untuk memilih produk syariah daripada produk konvensional jika keduanya memiliki kualitas dan harga yang sebanding .....	121
Gambar 44	Saya yakin dengan keputusan memilih produk syariah sebagai wujud dukungan terhadap penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.....	122
Gambar 45	Saya merasa nyaman dan yakin dengan keputusan untuk memilih produk syariah karena merasa lebih sesuai dengan prinsip hidup saya.....	123
Gambar 46	Saya aktif memberikan umpan balik kepada produsen atau merek tentang pengalaman saya menggunakan produk syariah .....	124
Gambar 47	Saya berkomitmen untuk terus memilih produk syariah sebagai bagian dari gaya hidup yang lebih beretika dan bertanggung jawab .....	125
Gambar 48	Saya senang berbagi informasi dan pengalaman saya tentang produk syariah kepada teman dan keluarga sebagai	

bentuk edukasi dan promosi nilai-nilai agama.....	126
Gambar 49 Grafik histogram .....	131
Gambar 50 Hasil uji heterokedastisitas dengan Scatterplot .....	134

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi dalam skripsi ini mengacu pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158/1987 dan No. 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988 sebagai berikut:

### 1. Konsonan Tunggal

Konsonan Huruf Arab	Huruf Latin
أ	Ā/ā (untuk fathah panjang)
ي	Ī/ī (untuk kasroh panjang)
و	Ū/ū (untuk dommah panjang)
ث	Ṣ/ṣ
ح	Ḥ/ḥ
خ	Kh
د	D/d
ذ	Ḍ/ḍ
ز	Z/z
س	S/s
ش	Sy
ص	Ṣ/ṣ
ض	Ḍ/ḍ
ط	Ṭ/ṭ
ظ	Ẓ/ẓ
ع	‘
غ	G̣
ه	H/h
ء	’

### 2. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf/transliterasinya berupa huruf dan tanda, contoh:

- قَالَ dibaca qāla
- قِيلَ dibaca qīla
- يَقُولُ dibaca yaqūlu

### 3. Ta Marbutah

Translitasinya menggunakan:

- a. *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, translitasinya *h*.

Contoh: طَلْحَةَ dibaca Talhah

- b. Pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh: رَاوِدَةُ الْأَطْفَالِ dibaca raudah al-athfal

### 4. Kata Sandang

Translitasinya kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- a. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّجُلُ dibaca ar-rajulu

- b. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh: الْقَلَمُ dibaca al-qalamu

### 5. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh : بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مَرْسَاهَا : dibaca

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Identitas Responden
Lampiran 3	Tabulasi Data
Lampiran 4	Dokumentasi Pengisian Kuesioner
Lampiran 5	Output SPSS Uji Validasi
Lampiran 6	Hasil Output Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 9	Output Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 10	Output Hasil Uji Frekuensi
Lampiran 11	Lembar Bimbingan
Lampiran 12	Surat Izin Penelitian
Lampiran 13	Surat Balasan Penelitian
Lampiran 14	Nilai Bimbingan Skripsi
Lampiran 15	Lembar Observasi

## DAFTAR SINGKATAN

<b>Singkatan</b>	<b>Kepanjangan</b>
SWT	Subahanahu wa Ta'ala
Saw	Shalallahu 'alaihi wa sallam
Q.S	Al-Quran Surah
h.	Halaman
Prof.	Profesor
Drs.	Doktorandus
Dr.	Doktor
M.Pd	Magister Pendidikan
M.S.I	Magister Studi Islam
M.Si	Magister Sains
M.M	Magister Manajemen
M.E	Magister Ekonomi
Dirjen Pendis	Direktur Jenderal Pendidikan Agama Islam
Depag RI	Departemen Agama Islam
LP	Lembaga Pendidikan
SK	Surat Keputusan
KMA	Keputusan Menteri Agama
Menkumdamg	Menteri Hukum dan Peundang-undangan
PTA	Parent Teacher Associatoin
PTAI	Perguruan Tinggi Agama Islam
YPTAIS	Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta
STAI	Sekolah Tinggi Agama Islam
STIPER	Sekolah TinggiP Ilmu Pertanian
UINKARTA	Universitas Kutai Kartanegara
UIN	Universitas Islam Negeri
UMM	Universitas MuhamMadiyah Malang
IAIN	Intitut Agama Islam Negeri
STAIN	Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Jl.	Jalan
Kec.	Kecamatan
Sig.	Signifikansi
SDM	Sumbar Daya Manusia
SDA	Sumber Daya Alam
IPTEK	Ilmu Pengetahuan Teknologi & Informasi
CEMERLANG	Cerdas, merata dengan prestasi gemilang
KS	Kolmogorov-Smirnov
SPSS	Statistical Program For Socian Science

VIF	Varian Inflation Factor
STS	Sangat Tidak Setuju
S	Setuju
KS	Kurang Setuju
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang tugas utamanya adalah memberikan pinjaman dan jasa lainnya dalam pembayaran dan peredaran mata uang, berdasarkan prinsip dasar syariah, untuk melindungi umat Islam dari praktik riba. Di Indonesia perbankan syariah mulai dibicarakan sebagai salah satu pilar perekonomian Islam pada awal tahun 1980 an. Namun baru pada era reformasi dengan adanya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang mengatur secara rinci mengenai landasan hukum dan jenis usaha yang dijalankan, barulah muncul peraturan perundang-undangan formal. Undang-undang tersebut juga memiliki ketentuan yang mengarahkan bank-bank konvensional di Indonesia untuk mendirikan cabang syariah atau mengkonversi menjadi bank Syariah.<sup>1</sup>

Bank syariah hadir sebagai alternatif keuangan yang mengikuti prinsip-prinsip Islam untuk melindungi umat Islam dari riba. Bank Syariah pertama kali didirikan di Indonesia pada tahun 1991, dengan Bank Muamalat Indonesia menjadi bank syariah pertama di Indonesia. Pendirian Bank Muamalat Indonesia didukung oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), pemerintah, dan Ikatan Ulama Islam Indonesia (ICMI). Perkembangan bank syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1998 yang ditandai dengan

---

<sup>1</sup> Undang Undang Republik Indonesia, “Undang-Undang Nomor Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan” (n.d.).



disahkannya Undang-Undang Perbankan yang mengatur tentang bank syariah yaitu Undang-undang No.10 Tahun 1998. Undang-undang ini kemudian diperbarui dengan Undang-Undang Perbankan Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 dan Undang-undang Nomor 3 Tahun 2004 yang mengatur tentang prinsip-prinsip syariah. Bank syariah mempunyai beberapa produk dan jasa antara lain *Mudarabah, Musyarakah, Murabahah, Ijarah, Ishtisna*, dan produk lain yang lebih menarik yang tidak dimiliki oleh bank konvensional. Produk dan layanan tersebut tidak membentuk sistem suku bunga seperti yang dilakukan oleh bank konvensional.<sup>2</sup>

Pemahaman tentang pentingnya minat dalam mendorong perkembangan perbankan syariah di Indonesia menjadi kunci bagi penerimaan dan pertumbuhan produk-produk keuangan berbasis syariah. Minat dapat digambarkan sebagai suatu kecenderungan batin, keinginan, atau hasrat yang kuat terhadap sesuatu. Merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang karena tertarik pada suatu benda atau kegiatan yang diinginkannya. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkannya ketika diberi kebebasan memilih. Ketika orang menemukan sesuatu yang berguna, mereka menjadi tertarik padanya, yang memberi mereka kepuasan. Ketika kepuasan menurun, minat juga menurun. Minat juga mempengaruhi

---

<sup>2</sup> Nurul Ihsan, Nurrohman Hadi, and Muhammad Iqbal Surya Pratikto, "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Wilayah Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik," *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 1 (2022): h.57.

keputusan konsumen ketika mengevaluasi produk dan jasa yang tersedia di pasar. Konsumen cenderung memilih produk yang memberikan kepuasan (kegunaan) dalam kegiatan konsumsinya. Ketika menjelaskan pengambilan keputusan konsumen dalam perekonomian tradisional, konsumen cenderung memilih produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>3</sup>

Untuk memahami dinamika konsumen terkait dengan produk keuangan syariah di Indonesia, perlu ditekankan pentingnya eksplorasi konsep minat dalam ranah ekonomi. Minat dalam konteks ekonomi mengandung arti tingginya tingkat kecenderungan dan antusiasme terhadap sesuatu, sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi dan pembelian. Minat mempunyai beberapa sifat dan karakteristik seperti, eratnya hubungan antara kepribadian, efek diskriminasi, dan motivasi.

Dalam memahami minat konsumen terhadap pinjaman syariah di Indonesia, peran promosi atau periklanan sangat penting dan tidak bisa diabaikan. Promosi atau periklanan dalam dunia pemasaran merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seorang individu atau perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuan dari promosi sendiri adalah untuk memperkenalkan suatu merek, produk, atau perusahaan kepada masyarakat dan mendorong mereka untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa tersebut. Agar produk perbankan syariah lebih dikenal di kalangan mahasiswa, perlu dilakukan proses periklanan atau promosi. Hal ini terjadi karena masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui

---

<sup>3</sup> Novi Yanti Syamsurizal, Sherlya Putri, Mega Adyana Movitaria, "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah" 19, no. 2 (2022): h.30-45.

keunggulan produk perbankan syariah dan perbedaannya dengan produk perbankan konvensional.<sup>4</sup>

Proses promosi produk perbankan syariah sangat penting bagi perkembangan bank itu sendiri. Sebab mahasiswa akan menggunakan produk tersebut jika sudah mengetahui dan memahami manfaatnya. Umat Islam khususnya tidak lagi ragu menggunakan produk perbankan syariah karena sejalan dengan ajaran Islam. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan produk suatu bank syariah, maka semakin banyak nasabah yang dimiliki bank tersebut, sehingga dapat mempengaruhi perkembangan bank tersebut sebagai lembaga keuangan perbankan yang sesuai dengan syariah.<sup>5</sup>

Pentingnya promosi dalam meningkatkan kesadaran dan adopsi produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum menyoroti relevansi pemahaman akan strategi promosi. Promosi adalah salah satu dari elemen kunci keberhasilan program pemasaran. Sebagai apapun produk yang ditawarkan, jika konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin apakah produk tersebut bermanfaat, mereka tidak akan membelinya. Promosi Menurut Kotler, adalah presentasi impersonal dan promosi ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Berdasarkan pengertian tersebut,

---

<sup>4</sup> Apri Diana Ariska, "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan" 2, no. 1 (2019): h.198-210.

<sup>5</sup> Indra Aldiansyah Amir, "Peran Promosi Produk Terhadap Perkembangan Bank Bri Syariah Di Kota Palopo" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2017).

promosi dilakukan oleh perusahaan yang memasang iklan pada target pasar (konsumen) yang berbeda-beda.<sup>6</sup>

Peran strategis promosi dalam mencapai keberhasilan program pemasaran, tidak bisa diabaikan bahwa keputusan konsumen merupakan titik sentral yang memengaruhi efektivitas dari upaya promosi tersebut. Keputusan merupakan sarana untuk mencapai hasil atau untuk memecahkan masalah. Pengambilan keputusan merupakan hasil suatu proses yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pengambilan keputusan harus dilihat sebagai sarana, bukan tujuan. Dalam persepektif ekonomi, keputusan dapat diartikan sebagai pilihan di antara beberapa alternatif yang tersedia yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Keputusan dalam ilmu ekonomi datang dalam bentuk keputusan investasi, keputusan produksi, keputusan penetapan harga, keputusan pemasaran dan lain sebagainya. Dalam konteks keputusan Mahasiswa terhadap pinjaman syariah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain, memahami perilaku konsumen terhadap kecerdasan beragama, apresiasi finansial, keluarga, teman, dan produk pinjaman syariah. Keputusan Mahasiswa dalam memilih pinjaman syariah juga dapat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap produk, harga, lokasi, dan iklan pasaran, dan lain-lain.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> T. Alexander and A. Risal, "Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama," *Jurnal Samudra Ekonomika* 3, no. 2 (2019): h.118–30, <https://ejurnalunsam.id/index.php/jse/article/view/1886><https://ejurnalunsam.id/index.php/jse/article/view/1886/1397>.

<sup>7</sup> Meilin Defika Putri Utami, "Analisis Keputusan Dalam Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu," *New England Journal of Medicine* 372, no. 2 (2018): h.14., <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerend>

Dengan kata lain, bahwa keputusan dalam konteks ekonomi merupakan pilihan diantara beberapa alternatif yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pengambilan keputusan di bidang ekonomi seringkali didasarkan pada analisis dan evaluasi berbagai faktor, dan berbagai metode analisis dapat digunakan. Ketika konsumen memilih suatu produk, mereka tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan saja. Faktor pribadi, psikologis dan sosial juga berpengaruh ketika memilih produk tertentu.<sup>8</sup>

Dengan meningkatnya jumlah produk keuangan berbasis syariah di Indonesia, penting untuk memastikan bahwa pemberian pinjaman dan prinsip-prinsip syariah yang ditegakkan tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial, tetapi juga memberikan perhatian yang sama terhadap kesejahteraan dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat. Pengembangan produk berbasis syariah semakin meluas di Indonesia. Penyaluran hasil pinjaman dilakukan dengan cara yang mudah, cepat, aman serta hemat, sehingga tidak membebani peminjam dan tidak menimbulkan permasalahan baru setelah pinjaman selesai. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antar bank dan kegiatan berbasis syariah seperti pembiayaan *mudharabah* (bagi hasil), pembiayaan *musyarakah* (modal), prinsip *murabahah* (jual beli untuk mencari keuntungan), pembiayaan

---

er.fcgi?artid=PMC394507%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005%0Ahttps://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931.

<sup>8</sup> Nur Kafid Wijaya Taufiq, Endah Nur Rahmawati, "Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah," *Anil Islam* 10, no. 1 (2017): h.24.

*ijarah* atau *ijarah wa istigna*. Prinsip-prinsip di atas akan membantu mencegah transaksi riba.<sup>9</sup> Sebagaimana dijelaskan dalam Al Quran dalam surah QS. Ali- ‘Imran [3]:130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۚ (آل عمران/3: 130)

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Q.S. Ali Imran: 130).<sup>10</sup>

Tafsir menurut Ibnu Katsir mengenai ayat ini menyatakan bahwa ayat ini diturunkan untuk melarang riba dan menyeru untuk bertakwa kepada Allah. Riba adalah penambahan yang diperoleh tanpa melakukan kerja sama dengan siapa pun, tanpa melalui jual beli dan tanpa memberikan manfaat apapun.<sup>11</sup> Dalam ayat ini, Allah melarang orang-orang yang beriman untuk tidak mengonsumsi riba dalam bentuk apapun, baik dalam jumlah besar maupun kecil. Tujuannya adalah agar mereka menjauhkan diri dari perbuatan yang mengandung dosa dan untuk memastikan kesuksesan mereka di dunia dan akhirat.

Di era yang semakin modern ini, bank syariah harus berupaya untuk memperdalam pemahaman Mahasiswa terhadap produk, sistem dan mekanisme, serta kompleksitas dan kelebihan serta kelemahan bank

<sup>9</sup> Arcarya, “Akad Dan Produk Bank Syariah” (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.150-158.

<sup>10</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihah Mushaf, 2019).

<sup>11</sup> “Tafsir Ibnu Katsir 2.1.Pdf,” n.d.

syariah, serta mengembangkan jaringannya. Permintaan masyarakat terhadap sistem perbankan syariah merupakan tolak ukur perkembangan jaringan perbankan itu sendiri, dan produk-produk yang ditawarkan oleh bank menjadi sangat penting ketika masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah suatu bank tertentu. Misalnya, salah satu alasan seseorang menabung di bank syariah adalah karena produk perbankannya sesuai syariah. Bank syariah selalu mempromosikan bahwa suku bunga bank itu riba dan haram, sedangkan bagi hasil halal hukumnya.<sup>12</sup>

Produk pinjaman syariah harus didasarkan pada akad syariah yang mengatur mekanisme pembiayaan dan perhitungan keuntungan. Ada dua jenis produk perbankan yang dikenal di Indonesia yaitu produk perbankan konvensional dan produk perbankan syariah. pinjaman syariah sendiri merupakan salah satu produk kredit alternatif dalam sistem perbankan syariah bagi konsumen yang ingin mengajukan pinjaman tanpa riba. Meskipun syariah sudah ada di masyarakat kita sejak lama, namun masih banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan pinjaman syariah dan pinjaman konvensional. Dalam konteks produk pinjaman syariah, minat mahasiswa dalam memilih produk tersebut juga dapat dipengaruhi oleh nilai religius, penghargaan finansial, keluarga, atau teman. Selain itu, pemahaman perilaku konsumen dan minat mahasiswa terhadap produk pinjaman syariah juga penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan pemasaran produk tersebut.

---

<sup>12</sup> Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Rajawali Press, 2016).

Sesuai dengan namanya, semua aktivitas dan transaksi keuangan yang memanfaatkan sistem syariah dilakukan berdasarkan hukum Islam, mulai dari akad hingga perjanjian kompensasi. Perbedaan mendasar antara pinjaman konvensional dan pinjaman syariah adalah cara pendistribusiannya. Pada perbankan konvensional, biaya dipungut melalui sistem bunga, sedangkan pada pembiayaan syariah, biaya dipungut melalui sistem bagi hasil atau nisbah. Besarannya tergantung apa yang disepakati di awal kontrak.<sup>13</sup>

Berdasarkan data yang terdapat dalam data statistik produk pinjaman syariah pada tahun 2023 ± 22.000 nasabah. Adapun produk produk yang digunakan adalah gadai (*rahn*) sebesar 72% *Fidusiya (Rahn Tasjili)* 26% dan Mulia sebesar 2% yang terpilih pada *website* resmi.<sup>14</sup>

Sistem pinjaman diterima tidak hanya oleh masyarakat umum tetapi juga oleh mahasiswa. Mahasiswa adalah seseorang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi atau universitas. Mereka adalah individu yang aktif dalam proses pembelajaran untuk mendapatkan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang relevan dengan bidang studi yang mereka pilih. Untuk meningkatkan minat dan keputusan mahasiswa terhadap produk perbankan syariah, bank syariah menawarkan kepada nasabahnya beberapa produk yang secara garis besar dapat dibagi menjadi tiga kategori tergantung tujuannya. Pertama, sumber pembiayaan utama

---

<sup>13</sup> R Anggraini, "Jaminan Dalam Pembiayaan Mudarabah Tinjauan Fatwa DSN-MUI Nomor 92 Tahun 2014," *Ijtihad* 36, no. 1 (2020): h.32., <https://journals.fasya.uinib.org/index.php/ijtihad/article/view/6>.

<sup>14</sup> "Statistik Perusahaan Pergadaian Indonesia - Maret 2023 (1)," n.d.



adalah jual beli yang terjadi karena adanya perpindahan kepemilikan barang dan produk (*ownership transfer*). Kedua, dana bisa datang dalam bentuk giro, tabungan, atau tabungan. Prinsip syariah dalam menghimpun dana masyarakat adalah wadiah dan mudharabah. Ketiga, merupakan layanan yang bertujuan memfasilitasi penggalangan dana masyarakat yang dibutuhkan.<sup>15</sup> Mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian penelitian ini adalah Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta jurusan syariah.

Minat Mahasiswa STAI Sangatta Jurusan Syariah dalam memilih produk pinjaman syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Mahasiswa STAI Sangatta Jurusan Syariah dalam memilih produk pinjaman syariah dapat mencakup faktor internal pribadi, faktor eksternal, dan faktor emosional. Faktor pribadi internal meliputi berat badan, usia, jenis kelamin, pengalaman, rasa pencapaian, dan kepribadian. Faktor eksternal meliputi keluarga, sekolah, dan lingkungan setempat. Di sisi lain. Faktor emosional menunjukkan bahwa minat berkaitan erat dengan emosi, dan keberhasilan suatu kegiatan dapat membawa pada keberhasilan objek yang diminati. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat Mahasiswa STAI Sangatta Jurusan Syariah dalam memilih produk pinjaman syariah dapat membantu lembaga keuangan syariah menyelaraskan produk dan pemasarannya dengan kebutuhan pasar, sehingga berdampak pada keberhasilan penjualan dan kepuasan pelanggan.

---

<sup>15</sup> Sultan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Jakarta: Jayakarta Agung Offset., 2020).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menjadikan suatu penelitian dengan judul “Pengaruh Minat Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Pinjaman Syariah (Studi Kasus Mahasiswa/i Jurusan Syariah STAI Sangatta).”

## **B. Definisi Operasional**

Dengan memperhatikan pertanyaan-pertanyaan di atas, maka definisi operasional dari variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Minat**

Minat merupakan pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terjadi karena kemauan belaka dan bergantung pada bakat dan keadaan diri. Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuannya.<sup>16</sup>

Dalam konteks ini yang dimaksud dengan minat adalah ketertarikan, kecenderungan, dan kesukaan mahasiswa terhadap produk pinjaman syariah. Ketertarikan tersebut mungkin dipengaruhi oleh pemahaman prinsip syariah, nilai etika dan moral dalam sistem keuangan syariah. Pentingnya minat ini dalam konteks judul mencerminkan peran pentingnya dalam pengambilan keputusan mahasiswa untuk memanfaatkan produk pinjaman syariah.

### **2. Promosi Produk**

Menurut Kotler dan Keller promosi adalah suatu aktivitas

---

<sup>16</sup> Novi Yanti Gultom, “Minat Menulis Di Media Online Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2014 UIN Suska Riau,” 2018, h.8-23.

dimana perusahaan menekankan fitur produknya dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli produk tersebut.<sup>17</sup>

Promosi produk dalam konteks ini mengacu pada serangkaian strategi pemasaran yang diterapkan oleh penyedia produk pinjaman syariah untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan minat mahasiswa terhadap produk tersebut. Promosi mencakup berbagai metode seperti periklanan, kampanye pemasaran, hubungan masyarakat dan kegiatan promosi lainnya yang bertujuan untuk menonjolkan manfaat dan nilai tambah pinjaman syariah. Promosi juga berfungsi untuk menyampaikan informasi produk yang jelas dan menarik kepada Mahasiswa.

### 3. Keputusan

Pengambilan keputusan adalah cara untuk mencapai suatu hasil atau memecahkan masalah. Pengambilan keputusan merupakan hasil suatu proses yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Setiap keputusan merupakan hasil proses dinamis yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan besar.<sup>18</sup>

Keputusan mahasiswa dalam memilih produk pinjaman syariah dibuat setelah memikirkan, membandingkan, dan mempertimbangkan berbagai hal yang memengaruhi pilihan mereka. Ini melibatkan penilaian apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan, pilihan, dan nilai-nilai pribadi

---

<sup>17</sup> Siti Wardah Hardiana, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Jakarta Selatan" (2022).

<sup>18</sup> Utami, "Analisis Keputusan Dalam Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu."

mereka.

#### 4. Produk Pinjaman Syariah

Menurut Philip Kotler, produk adalah segala sesuatu yang bisa diberikan kepada pasar agar bisa memenuhi keinginan atau kebutuhan mereka. Untuk mendapatkan produk tersebut, konsumen biasanya harus memberikan imbalan, misalnya dengan cara membeli produk tersebut.<sup>19</sup>

Pinjaman syariah merupakan produk pinjaman alternatif dalam sistem perbankan syariah bagi mereka yang ingin mengajukan pinjaman tanpa riba. pembiayaan syariah harus dilaksanakan sesuai dengan Pernyataan Kesesuaian Syariah dari DSN MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia).<sup>20</sup>

Produk pinjaman syariah adalah bentuk layanan pembiayaan yang dibuat sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam. Dalam konteks ini, produk didesain untuk memberikan solusi keuangan yang sejalan dengan ajaran syariah, dengan menghindari penggunaan riba (bunga) dan mematuhi prinsip-prinsip keuangan yang diakui oleh Islam. Artinya, produk pinjaman syariah ini mencoba memberikan solusi pendanaan kepada mahasiswa tanpa melibatkan unsur bunga yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah.

---

<sup>19</sup> Rika Zardila, "Pengaruh Promosi Produk Dan Pelayanan Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Menabung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2014-2018)," *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab* 1, no. 1 (2019): h.15.

<sup>20</sup> Anggraini, "Jaminan Dalam Pembiayaan Mudarabah Tinjauan Fatwa DSN-MUI Nomor 92 Tahun 2014."

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut: “Seberapa besar pengaruh minat dan promosi produk terhadap keputusan Mahasiswa memilih produk pinjaman syariah pada Mahasiswa/i Jurusan Syariah di STAI Sangatta?”

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dirumuskan oleh penulis diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh minat dan promosi produk terhadap keputusan Mahasiswa/i memilih produk pinjaman syariah.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

##### **a. Secara Teoritis**

- 1) Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengembangan ilmu pengetahuan mengenai minat dan promosi produk terhadap keputusan mahasiswa memilih produk pinjaman syariah.
- 2) Sebagai informasi tambahan yang dapat digunakan sebagai pedoman oleh peneliti berikutnya dalam penelitiannya, bertujuan untuk meningkatkan kualitas penelitian dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

b. Secara Praktis

1) Bagi Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk memperluas pengetahuan ilmiah dan mengembangkan teori yang diperoleh, serta diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

2) Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah pengalaman dan wawasan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama bangku perkuliahan.

**E. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih tersusun dan terarah serta memudahkan dalam pembahasan skripsi ini, maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi 5 (lima) bab yang terdiri dari:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi tentang deskripsi teori, telaah pustaka, dan hipotesis penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, variable dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, uji instrument penelitian, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi data penelitian, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dikemukakan oleh penulis atas dasar analisa yang dilakukan.