

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, DAYA TARIK  
PROMOSI DAN *ISLAMIC RELIGIOSITY* TERHADAP MINAT NASABAH  
UNTUK MENGAMBIL PEMBIAYAAN PADA BANK JATENG SYARIAH  
DENGAN SIKAP TERHADAP BANK SYARIAH SEBAGAI  
INTERVENING  
(Studi Kasus Pada Bank Jateng Syariah )**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas  
Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Di susun oleh :

**Zaimul Jundi**

Nim 30401512011

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG**

**2017**

Halaman Pengesahan

Skripsi

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, DAYA TARIK  
PROMOSI DAN *ISLAMIC RELIGIOSITY* TERHADAP MINAT NASABAH  
UNTUK MENGAMBIL PEMBIAYAAN PADA BANK JATENG SYARIAH  
DENGAN SIKAP TERHADAP BANK SYARIAH SEBAGAI**

**INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Bank Jateng Syariah )**

Disusun Oleh :

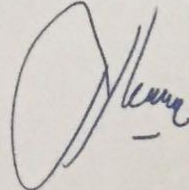
Zaimul Jundi

Nim: 30401512011

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan panitia sidang skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 27 Desember 2017

Dosen Pembimbing,



Dr. Hendar, SE. M.Si

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Zaimul Jundi

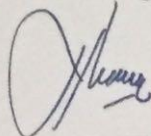
NIM : 30401512011

Menyatakan bahwa skripsi hasil penelitian saya yang berjudul **Analisis Pengaruh *Product Knowledge*, Daya Tarik Promosi dan *Islamic Religiosity* terhadap Minat nasabah untuk mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah dengan sikap terhadap Bank Syariah sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Bank Jateng Syariah)** adalah hasil tulisan saya yang orisinal. Didalam skripsi ini tidak ada keseluruhan atau sebagian tulisan yang saya ambil dari orang lain dengan cara menyalin atau mengambil kalimat atau simbol dari gagasan penelitian orang lain, yang saya akui dan seolah-olah adalah tulisan orisinal saya tanpa menuliskan nama penulis aslinya.

Bila saya melakukan hal yang saya sebutkan diatas baik sengaja atau tidak disengaja, dengan ini saya akan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Apabila kemudian hari saya terbukti melakukan hal diatas gelar dan ijazah saya yang di berikan universitas batal saya terima.

Semarang, 27 Desember 2017

Pembimbing,



Dr. Hendar, SE. M.Si

Yang membuat pernyataan



Zaimul Jundi

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, DAYA TARIK PROMOSI DAN  
*ISLAMIC RELIGIOSITY* TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENGAMBIL  
PEMBIAYAAN PADA BANK JATENG SYARIAH DENGAN SIKAP TERHADAP  
BANK SYARIAH SEBAGAI INTERVENING**

**Disusun Oleh :**

**Zaimul Jundi**

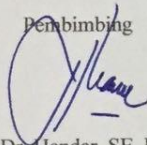
**Nim : 30401512011**

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 29 Januari 2018

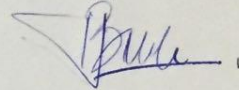
**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing

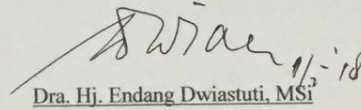


Dr. Hendar, SE, MSi

Penguji



Dr. Budhi Cahyono, SE, MSi



Dra. Hj. Endang Dwiastuti, MSi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi tanggal 29 Januari 2018



Ketua Program Studi Manajemen

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

### Motto

*“ Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu. (Q.S Al Insyirah : 6-8)”*

### Persembahan

1. Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Terima kasih kepada Orang tua saya yang selalu membimbing dan memberikan do'a serta semangat buat saya dengan tak pernah lelah mendidik saya untuk selalu mencari ilmu, belajar, ibadah, dan berdo'a
3. Terimakasih yang tak terhingga buat dosen-dosen Universitas Islam Sultan Agung Semarang, terutama pembimbingku yang tak pernah lelah dan sabar memberikan bimbingan dan arahan kepada saya.
4. Teruntuk teman-teman angkatanku yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak. "Tiada hari yang indah tanpa kalian semua"



## ABSTRACT

*The problem in this research is the decreasing number of customers taking financing at Bank Jateng Syariah. This can be said to potentially disrupt the health of banks in terms of cash flow, because customers who save more than customers who take the financing, so that funds can not be disbursed properly. Based on the results of prasurvey, this is allegedly influenced by the attitude of customers and prospective customers against sharia banks are not good and consider the concept of Islamic banks are no different from conventional banks. The purpose of this study was to analyze the influence of product knowledge, promotion and Islamic religiosity on attitudes towards sharia banks and customers' interest in taking financing at Bank Central Java Syariah.*

*The population of this study is all customers of Bank Jateng Syariah financing. This study uses a sample of 88 people all customers of Bank Jateng Syariah financing with purposive sampling. Data of research ratios obtained from questionnaires distribution. The analysis used in this hypothesis test is quantitative analysis with statistical method by using path analysis.*

*The result of this research is product knowledge, promotion and Islamic religiosity have positive effect to attitude toward syariah bank, product knowledge, and promotion have positive effect to customer interest in taking financing at Bank Jateng Syariah. While Islamic religiosity does not affect the interest of customers in taking financing at Bank Jateng Syariah. Attitudes towards sharia banks mediate the influence of product knowledge, promotion and Islamic religiosity on the interest of customers in taking financing at Bank Jateng Syariah.*

*Keywords: product knowledge, promotion, Islamic religiosity, attitudes towards sharia banks, interest of customers in taking financing at Bank Jateng Syariah*

## ABSTRAKSI

Permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya penurunan jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah. Hal ini dapat dikatakan berpotensi mengganggu kesehatan bank dari sisi cash flow, karena nasabah yang menabung lebih banyak daripada nasabah yang mengambil pembiayaan, sehingga dana yang ada tidak dapat disalurkan dengan baik. Berdasarkan hasil prasurvey, hal ini diduga dipengaruhi oleh sikap nasabah dan calon nasabah terhadap bank syariah yang kurang baik dan menganggap konsep bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *product knowledge*, promosi dan *Islamic religiosity* terhadap sikap terhadap bank syariah dan minat nasabah dalam mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan Bank Jateng Syariah. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 88 orang seluruh nasabah pembiayaan Bank Jateng Syariah dengan *purposive sampling*. Data rasio penelitian didapat dari penyebaran kuesioner. Analisis yang digunakan dalam uji hipotesis ini adalah analisis kuantitatif dengan metode statistik dengan menggunakan *path analysis*.

Hasil dari penelitian ini adalah *product knowledge*, promosi dan *Islamic religiosity* berpengaruh positif terhadap sikap terhadap bank syariah, *product knowledge*, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah. Sedangkan *Islamic religiosity* tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah. Sikap terhadap bank syariah memediasi pengaruh *product knowledge*, promosi dan *Islamic religiosity* terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah.

Kata kunci: *product knowledge*, promosi, *Islamic religiosity*, sikap terhadap bank syariah, minat nasabah dalam mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah.

## INTISARI

Munculnya banyak bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, merupakan suatu fenomena yang menarik untuk dicermati, paling tidak ini merupakan awal bukti diterimanya dengan baik suatu sistem ekonomi yang berlandaskan system syariah. Salah satu Unit Usaha Syariah yang beroperasi di Jawa Tengah adalah Bank Jateng Syariah. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia baik walaupun berjalan dengan lambat. Namun dalam beberapa tahun terakhir, terdapat penurunan jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan yang membuat Bank Jateng Syariah menjadi kurang baik dalam perputaran kasnya karena nasabah yang menabung jauh lebih banyak daripada nasabah yang mengambil pembiayaan. Alasannya adalah, (1) Kurangnya informasi akurat yang disimpan dalam memory konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk, (2) arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran terhadap daya tarik promosi, (3) sistim kepercayaan yang mengandung keyakinan serta bayangan-bayangan manusia tentang sifat Tuhan, serta tentang wujud dari alam gaib (Supranatural) terkait dengan *Islamic religiosity* calon nasabah, (4) perlu adanya evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan oleh nasabah yang membentuk kesan sikap terhadap bank syariah, (5) tahap kecenderungan nasabah untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan dalam mengambil pembiayaan.

Dalam pendekatan kepada calon nasabah menggunakan beberapa cara diantaranya media promosi yang digunakan produk pembiayaan pada Bank Jateng Syariah di buat sangat menarik, figur yang ditampilkan dalam iklan Bank Jateng Syariah sangat menarik. Beberapa penelitian menunjukkan perusahaan-perusahaan yang melakukan promosi mencapai peningkatan kinerja perusahaan (Adi rahman dan Susi desmaryani, 2016; Mariatul Aida dan Rosidah Musa, 2016; Abdullah dan Norazlina Abd Wahab, 2015). Penelitian ini membuktikan daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat mengambil pembiayaan, sebagai pendorong penting bagi peningkatan kinerja perusahaan. Pada penelitian yang berbasis pada pelayanan dan pengetahuan, beberapa temuan penelitian terdahulu telah menunjukkan budaya orientasi pelayanan dan pengetahuan untuk selalu responsive terhadap pelanggan berperan besar dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Eriyati, 2008; Salamah Wahyuni, Sakur dan Taufiq Arifin, 2012; Mariatul Aida Jaffar dan Rosidah Musa, 2013).

Berdasarkan fenomena diatas maka rumusan masalah dalam studi ini adalah *“Bagaimana product knowledge, daya tarik promosi dan Islamic religiosity mempengaruhi sikap terhadap bank syariah, bagaimana product*



*knowledge, daya tarik promosi dan Islamic religiosity mempengaruhi minat nasabah dalam mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah ?”* Dengan demikian tujuan utama studi ini tidak lain adalah membangun model teoritikal untuk mengatasi penurunan pembiayaan pada hasil penelitian sebelumnya mengenai *product knowledge, daya tarik promosi dan Islamic religiosity* mempengaruhi minat nasabah dalam mengambil pembiayaan.

Kajian pustaka kemudian menghasilkan 7 hipotesis. Pertama, terdapat pengaruh antara *product knowledge* terhadap sikap bank syariah. Kedua, terdapat pengaruh antara daya tarik promosi terhadap sikap terhadap bank syariah. Ketiga, terdapat pengaruh antara *Islamic religiosity* terhadap sikap terhadap bank syariah. Keempat, terdapat pengaruh *product knowledge* terhadap minat mengambil pembiayaan. Kelima, terdapat pengaruh antara daya tarik promosi terhadap minat mengambil pembiayaan. Keenam, tidak terdapat pengaruh antara *Islamic religiosity* terhadap minat mengambil pembiayaan. Ketujuh, terdapat pengaruh antara sikap terhadap bank syariah terhadap minat mengambil pembiayaan.

Responden studi ini adalah seluruh nasabah pembiayaan Bank Jateng Syariah. Metode pengambilan sampel adalah “*purposive sampling*”. Kemudian teknik analisis dengan menggunakan analisis regresi dengan program SPSS.

Berdasarkan pengujian hipotesis studi ini terdapat hanya satu hipotesis yang ditolak dari tujuh hipotesis. Hal ini menunjukkan bahwa *product knowledge* dan daya tarik promosi benar-benar menjadi prediktor penting terhadap minat nasabah mengambil pembiayaan. Kemudian berdasarkan uji sobel, juga diketahui bahwa sikap terhadap bank syariah dapat memediasi pengaruh *product knowledge, daya tarik promosi* terhadap minat mengambil pembiayaan. Dengan demikian mediasi-mediasi tersebut dapat diajukan sebagai solusi mengatasi permasalahan yang terdapat dalam penelitian.

## KATA PENGANTAR

Rasa puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatNya saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Pengaruh *Product Knowledge*, Daya Tarik Promosi dan *Islamic Religiosity* terhadap Minat nasabah untuk mengambil pembiayaan pada Bank Jateng Syariah dengan sikap terhadap Bank Syariah sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Bank Jateng Syariah)**”

Di dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas bimbingan, bantuan dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai kepada :

1. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Hendar SE. M.Si selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. Hendar SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing atas kesabaran dan ketulusannya dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna bagi peneliti.
5. Orang tua dan saudara-saudara saya yang telah memberikan dukungan serta doa dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung yang telah membantu dan memperlancar pengurusan kelengkapan administrasi selama kuliah.
7. Teman-teman serta sahabat Manajemen Unissula kelas Eksekutif.
8. Serta pihak-pihak lain yang membantu proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kemajuan ilmu pengetahuan.

Semarang,        Desember 2017

