



**PENGARUH PROMOSI, REPUTASI DAN PROSEDUR
TERHADAP MINAT NASABAH UMKM PADA PEMBIAYAAN
IJARAH MUNTAHIYYAH BITTAMLIK DI KJKS BMT
ANKASA KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN
TAHUN 2018**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

AINI ROSANA
NIM. 2013215518

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH PROMOSI, REPUTASI DAN PROSEDUR
TERHADAP MINAT NASABAH UMKM PADA PEMBIAYAAN
IJARAH MUNTAHIYYAH BITTAMLIK DI KJKS BMT
ANKASA KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN
TAHUN 2018**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

AINI ROSANA
NIM. 2013215518

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **AINI ROSANA**

NIM : **2013215518**

Judul skripsi : **PENGARUH PROMOSI, REPUTASI DAN PROSEDUR TERHADAP MINAT NASABAH UMKM PADA PEMBIAYAAN IJARAH MUNTAHIYYAH BITTAMLIK DI KJKS BMT ANKASA KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN TAHUN 2018**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Kecuali yang secara tertulis dikutip dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 17 Maret 2020

Yang menyatakan,



AINI ROSANA
NIM.2013215518

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M.Si

Petukangan, Wiradesa

Kabupaten Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Aini Rosana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara/i:

Nama : Aini Rosana

NIM : 2013215518

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Promosi, Reputasi Dan Prosedur Terhadap Minat Nasabah UMKM Pada Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bittamlik Di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Kabupaten Pekalongan Tahun 2018.

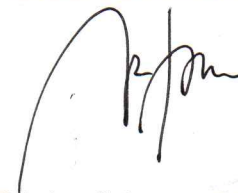
Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 19 Maret 2020

Dosen Pembimbing



Drajat Stiawan, M.Si

NIP. 198301182015031001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan No.52, Rowolaku Kajen Pekalongan Telp.085728204134 /Fax.(0285)423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id/Email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i :

Nama : **AINI ROSANA**

NIM : **2013215518**

Judul : **PENGARUH PROMOSI, REPUTASI DAN PROSEDUR TERHADAP MINAT NASABAH UMKM PADA PEMBIAYAAN IJARAH MUNTAHIYYAH BITTAMLIK DI KJKS BMT ANKASA KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN TAHUN 2018**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 19 Mei 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Gunawan Aji, M.Si

NIP. 196902272007121001

Penguji II

Nur Fani Arisnawati, M.M

NIP. 19880119201608

Pekalongan, 24 Juni 2020

Disahkan oleh Dekan,

Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap kedalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)



ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ʿ	Koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā



إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atunjamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*
البر ditulis *al-barr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*
الرجل ditulis *ar-rojulu*
السيدة ditulis *as-sayyidinah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*
البيدع ditulis *al-badi'*



الجلال

ditulis

al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, harus hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أمرت

ditulis

umirtu

شيء

ditulis

syai'un

PERSEMBAHAN

Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk orang-orang terkasih dan istimewa dalam hidup penulis:

1. Kepada kedua orang tua, Bapak Abdullah dan Ibu Isrokhah yang tiada pernah lelah mengasuh, membimbing, mencurahkan segala upaya untuk penulis sedari penulis dalam kandungan hingga sekarang.
2. Kepada adik-adik tercinta, M. Syafaurid Zali dan M. Abid Marzuqi yang selalu memberikan semangat.
3. Kepada kedua nenek penulis, Taruni dan Casriyah. Terima kasih telah menjadi orang tua kedua bagi penulis.
4. Kepada kekasih penulis tercinta Edwin Ghany Oktananda, S.Psi. Terima kasih karena selalu memberiku motivasi dan dukungan.
5. Kepada para sahabat, Surotul Maghfiroh, Hana Lestari, Irma Sugiharti, Lum'atul Fazriyah, Iga Safitri, Syukria terimakasih karena kalian selalu memberikan dukungan dan semangat.
6. Kepada teman-teman Ekosy L angkatan 2015 reguler sore yang selalu memberikan dukungan.
7. Kepada teman-teman KKN 46 kelompok 52, khususnya Syukria dan Miftakhul Janah yang selalu menemani hari-hari penulis.
8. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini.





MOTTO

“Visi tanpa Eksekusi adalah Halusinasi”

“...Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri” (QS.Al Ankabut : 6)

“ Waktu bagaikan pedang, jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong).” (HR. Muslim)





ABSTRAK

Di Indonesia, Usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang menjadi tulang punggung perekonomian daerah maupun perekonomian nasional dimasa yang akan datang. Perkembangan dan pengajuan UMKM sangat ditentukan oleh stakeholder UMKM itu sendiri, tetapi dukungan dari pihak eksternal berperan penting karena adanya keterbatasan kapasitas kemampuan dan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap eksistensi dan keberlangsungan usahanya. UMKM untuk mengembangkan dan menumbuhkan bisnisnya yaitu berasal dari tidak adanya modal yang memadai. Hal ini dikarenakan UMKM memerlukan pendanaan modal yang dapat diperoleh dari pembiayaan pada bank atau lembaga keuangan bukan bank.

Seiring dengan meningkatnya jumlah UMKM di Pekalongan, sebuah koperasi harus mampu memiliki kredibilitas yang baik agar mampu bersaing, merencanakan strategi komunikasi pemasaran (promosi) yang mampu meningkatkan nilai nasabah serta prosedur yang mudah dipahami oleh kalangan UMKM dan mencapai keberhasilan. Penelitian ini merupakan *correlation research* dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi nasabah UMKM pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* 67 nasabah, Jumlah sampel 40 nasabah diambil dengan menggunakan *Teknik Purposive Sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji variabel promosi t hitung $0,385 < t$ tabel $2,02809$, hasil ini menunjukkan bahwa variable promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Hasil uji t variable reputasi t hitung $2,694 > t$ tabel $2,02809$, hasil ini menunjukkan reputasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Hasil uji t prosedur t hitung $2,907 > t$ tabel $1,98397$, hasil ini menunjukkan prosedur berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Hasil uji F dilihat F hitung $7,933 > F$ tabel $2,87$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan maka secara simultan variable independen yaitu Promosi (X1), Reputasi (X2) dan Prosedur (X3) berpengaruh signifikan terhadap variable dependen yaitu Minat Nasabah. Variabel Promosi, Reputasi Dan Prosedur secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah sebesar $50,7\%$, dan sisanya $49,3\%$ dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Promosi, Reputasi, Prosedur, UMKM, Minat Nasabah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul *“Pengaruh Promosi, Reputasi Dan Prosedur Terhadap Minat Nasabah UMKM Pada Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bittamlik Di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Kabupaten Pekalongan Tahun 2018”* dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam juga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu dinantikan syafa’atnya di hari kiamat nanti.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku dosen pembimbing yang tiada lelah dan penuh dengan kesabaran meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, saran dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Kepada kedua orang tua, Bapak Abdullah dan Ibu Isrokhah yang tiada pernah lelah mengasuh, membimbing, mencurahkan segala upaya untuk ku sedari aku dalam kandungan hingga sekarang.
6. Kepada kedua adik tercinta, M. Syafaurid Zali dan M. Abid Marzuqi yang selalu memberikan semangat.
7. Kepada kedua nenek penulis, Taruni dan Casriyah. Terima kasih telah menjadi orang tua kedua bagiku.





8. Kepada kekasih penulis tercinta Edwin Ghany Oktananda, S.Psi. Terima kasih karena selalu memberiku motivasi dan dukungan.
9. Kepada para sahabat, Surotul Maghfiroh, Hana Lestari, Irma Sugiharti, Lum'atul Fazriyah, Iga Safitri, Syukria terimakasih karena kalian selalu memberikan dukungan dan semangat.
10. Kepada teman-teman Ekosy L angkatan 2015 reguler sore yang selalu memberikan dukungan.
11. Kepada teman-teman KKN 46 kelompok 52, khususnya Syukria dan Miftakhul Janah yang selalu menemani hari-hariku.
12. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Pekalongan, 11 Maret 2020

AINI ROSANA
NIM 2013215518

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO.....	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Sistematika Penelitian.....	12
BAB II KERANGKA TEORI.....	14
A. Landasan Teori.....	14

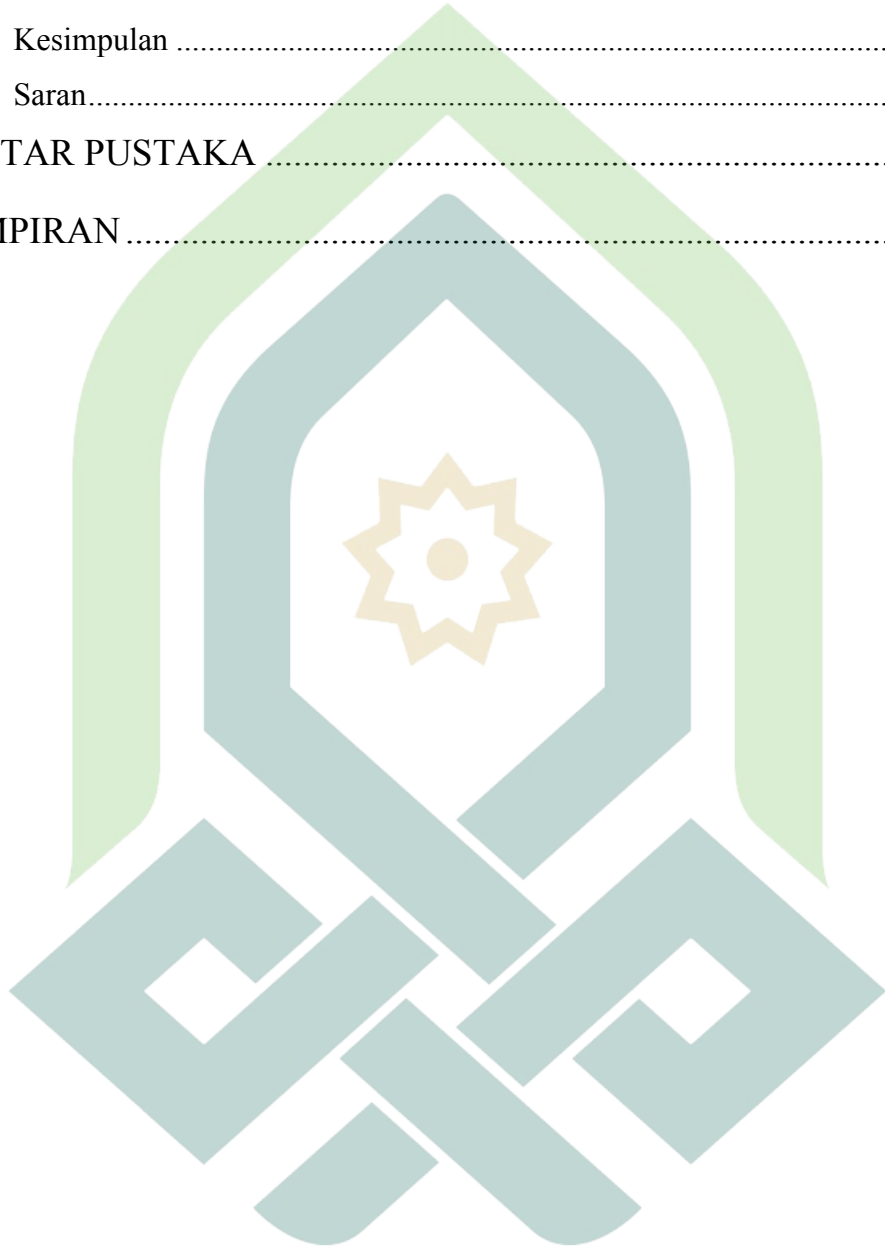




1. Pembiayaan.....	14
2. Ijarah.....	16
3. Ijarah al-Muntahiyah bi al-Tamlik	21
4. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	22
5. Promosi.....	24
6. Reputasi	30
7. Prosedur.....	33
8. Minat.....	37
B. Tinjauan Pustaka	40
C. Kerangka Berpikir.....	49
D. Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	55
B. Setting Penelitian	56
C. Variabel Penelitian.....	56
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	61
E. Sumber Data.....	64
F. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	65
G. Metode Analisis Data.....	67
1. Uji Kualitas Data	67
2. Uji Asumsi Klasik	69
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4. Uji Hipotesis.....	72
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	75
A. Deskripsi Data	75
B. Analisis Data	86
1. Uji Instrumen.....	86
2. Uji Asumsi Klasik	89
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
4. Uji Hipotesis.....	94



5. Koefisien Determinasi	97
C. Pembahasan Hasil Penelitian	98
BAB V PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	116





DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Nasabah(UMKM) Pembiayaan Ijarah Muntahiyyah Bittamlik	4
Tabel 2. 1 Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.....	23
Tabel 2. 2 Tinjauan Pustaka	40
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	59
Tabel 3. 2 Indeks Koefisien Reliabilitas	69
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....	77
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	78
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Besar Pembiayaan	78
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Periode Pembayaran	79
Tabel 4. 7 Distribusi Persentase Responden Jawaban Variabel Promosi	80
Tabel 4. 8 Distribusi Persentase Responden Jawaban Variabel Reputasi.....	81
Tabel 4. 9 Distribusi Persentase Responden Jawaban Variabel Prosedur	82
Tabel 4. 10 Distribusi Persentase Responden Jawaban Variabel Minat	84
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validita Variabel	87
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolienaritas.....	90
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	92
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	94
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan).....	96
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Mentah Penelitian

Lampiran 3 Rumus dan Hasil Perhitungan Statistik

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

Lampiran 6 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan untuk meningkatkan gerakan ekonomi rakyat.¹

Koperasi bergerak dalam usaha layanan anggota yang sebagian besarnya merupakan golongan ekonomi menengah kebawah sehingga lebih menjangkau masyarakat lapisan bawah, khususnya memberikan kemaslahatan pada masyarakat dengan manajemen usaha bersama dengan menerapkan system bagi hasil.

Di Indonesia, Usaha Mikro, usaha Kecil dan usaha Menengah (UMKM) merupakan salah satu sector usaha yang menjadi tulang punggung perekonomian daerah maupun perekonomian nasional dimasa yang akan datang. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian saat ini menempati posisi yang sangat strategis karena kontribusinya sebagai penyerapan tenaga kerja dan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) serta fleksibilitas dan ketangguhannya dalam menghadapi krisis ekonomi yang berkepanjangan.

¹Arifin Sitio, *Koperasi: teori dan Praktek*, (Semarang: Erlangga,2001) hlm.5



Perkembangan dan pengajuan UMKM sangat ditentukan oleh stakeholder UMKM itu sendiri, tetapi dukungan dari pihak eksternal berperan penting karena adanya keterbatasan kapasitas kemampuan dan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap eksistensi dan keberlangsungan usahanya.

UMKM untuk mengembangkan dan menumbuhkan bisnisnya yaitu berasal dari tidak adanya modal yang memadai. Hal ini dikarenakan UMKM memerlukan pendanaan modal yang dapat diperoleh dari pembiayaan pada bank atau lembaga keuangan bukan bank. Banyak UMKM yang kesulitan untuk mendapatkan modal hal ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya sulitnya mencari informasi mengenai produk pembiayaan di Bank ataupun lembaga penyedia pinjaman modal lainnya dikarenakan laporan yang digunakan oleh UMKM masih menggunakan laporan keuangan yang sederhana. Selain itu masih kurangnya pengetahuan tentang cara untuk dapat melakukan pembiayaan pada lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan lainnya menjadi salah satu hambatan pelaku atau pemilik UMKM dalam mencari biaya atau modal usahanya.

Koperasi syariah mulai dibicarakan ketika banyak orang menyikapi pesatnya pertumbuhan Baitul Maal Wattamwil (BMT) di Indonesia. BMT Bina Insan Kamil Jakarta yang berdiri pada tahun 1992 menjadi inspirasi BMT-BMT di seluruh Indonesia. Berangkat dari kebijakan pengelolaan BMT yang memfokuskan anggotanya pada sector keuangan dalam hal penghimpunan dana dan pendayagunaan tersebut, maka bentuk idealnya

adalah Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah yang selanjutnya disebut KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah) sebagaimana keputusan menteri koperasi RI No:91/Kep/M.KUKM/IX/2004. "Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah".²

KJKS BMT ANKASA Kedungwuni merupakan salah satu koperasi yang didirikan oleh Gerakan Pemuda Anshor dan pemuda-pemudi IPNU. Awal mula koperasi ini bernama koperasi Anshor dan berkantor digedung NU Bebekan Kedungwuni. Beberapa tahun kemudian, kegiatan perkoperasian masih berlangsung secara dinamis. Pada tahun 2012 ditetapkan oleh para pengurus GP ANSHOR untuk mengganti nama KOPERASI ANSHOR dengan nama KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan.

KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan merupakan koperasi yang menyediakan produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana serta produk jasa lainnya. Untuk penghimpunan dana biasa menggunakan produk tabungan dan deposito (simpanan), sedangkan penyaluran dana dapat menggunakan produk pembiayaan meliputi pembiayaan *Murabahah*, dan pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik*.

Dalam melaksanakan kegiatannya, KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan memiliki strategi pemasaran dengan dua cara yaitu dengan Dana dan Pembiayaan. Dana merupakan cara jemput bola dengan

² Hendar, Manajemen Perusahaan Koperasi, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama,2010), hlm. 9



menghampiri nasabah satu persatu, kemudian pembiayaan merupakan salah satu usaha utama didalam lembaga keuangan atau perbankan syariah, dalam pembiayaan ini KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan mengutamakan pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* dikarenakan pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* merupakan pembiayaan yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat sekitar yang mana BMT ANKASA Kedungwuni ini merupakan salah satu koperasi yang terbentuk darigolongan NU serta masyarakat sekitar yang mayoritas adalah NU. Hal ini pun didukung oleh perkembangan produk pembiayaan ijarah Muntahiyah Bittamlik yang mengalami peningkatan dari bulan januari-desember tahun 2018 dapat dilihat pada tabel:

Tabel 1.1
Data Nasabah (UMKM) Dalam Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bittamlik Tahun 2018

Bulan	Jumlah nasabah	Jumlah pembiayaan (Rp)
Januari	3	12.500.000
Februari	4	16.000.000
Maret	6	30.500.000
April	6	34.000.000
Mei	7	39.000.000
Juni	4	18.800.000
Juli	7	40.800.000
Agustus	7	45.000.000
September	5	27.600.000
Oktober	6	36.000.000
Nopember	5	30.000.000
Desember	7	32.000.000
Jumlah	67	362.200.000

Sumber: *Laporan keuangan KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan*



Dari data laporan nasabah tersebut, jumlah nasabah pembiayaan *Ijarah Mumtahiyyah Bittamlik* mengalami kenaikan dari bulan januari-desember sebanyak 67 nasabah yang memiliki usaha (UMKM) dengan jumlah pembiayaan sebesar Rp. 362.200.000,-. Maka untuk meningkatkan pemasaran pembiayaan *Ijarah Mumtahiyyah Bittamlik*, KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan memberikan persyaratan pembiayaan yang mudah, proses cepat serta senantiasa mengutamakan azas kekeluargaan sehingga pembiayaan *ijarah Mumtahiyyah Bittamlik* bisa terjangkau oleh semua golongan masyarakat luas.³

Persepsi pemilik UMKM dalam memilih pembiayaan didasarkan pada pengetahuan yang dimiliki terhadap prosedur pemberian pembiayaan, promosi yang dilakukan oleh pihak bank maupun lembaga bukan bank dan reputasi lembaga keuangan yang diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya dimata masyarakat terutama bagi nasabah.⁴

Sehubungan dengan cara menumbuhkan minat nasabah tentu dibutuhkan manajemen pemasaran yang baik, manajemen pemasaran yang ada di lembaga keuangan syariah memberikan sumbangan fungsional yang paling besar dalam proses perencanaan strategis, karena pemasaran merupakan peranan yang penting dalam dunia usaha. Kegiatan pemasaran

³Wawancara dengan pimpinan Manajer BMT ANKASA Kedungwuni, (Tanggal 16 Desember 2018)

⁴Anaga Bramatyo, *Pengaruh kualitas layanan, prosedur kredit dan Promosi terhadap keputusan umkm dalam mengambil Kredit pada LKBB (Lembaga Keuangan Bukan Bank) di Kecamatan Salam*, (Yogyaakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), (Diakses Gogle Cendikiawan Pdf tanggal 10 Maret 2018).





dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan untuk mendapatkan laba. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perlu melakukan strategi yang tepat seperti strategi yang sudah diterapkan di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni yaitu menggunakan strategi promosi.

Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran. Dalam kegiatan ini setiap lembaga keuangan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli, bukan hanya sekedar untuk membeli saja melainkan promosi juga dapat untuk mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk-produk yang ada di bank atau lembaga keuangan yang lainnya dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra lembaga keuangan dimata para nasabahnya.⁵

Selain promosi, BMT ANKASA memiliki prosedur dalam pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan. Reputasi sangat penting bagi perusahaan karena reputasi yang terbentuk di masyarakat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam hal penjualan produk dan jasa mereka. “Reputasi merupakan aset perusahaan yang tidak nampak, namun merupakan sebuah

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), halm. 175



aset terpenting bagi perusahaan”. Oleh karena itu, pihak manajemen berusaha menjalankan strategi komunikasi yang diterapkan melalui program dan kegiatan yang bertujuan untuk melakukan pendekatan terhadap khalayak dalam membangun reputasi perusahaan. Sehingga perusahaan tersebut dapat dinilai baik dan menimbulkan keyakinan diri masyarakat terhadap perusahaan tersebut.⁶

prosedur merupakan aturan yang diterapkan oleh BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan untuk mengajukan pembiayaan. Meliputi syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam pengajuan pembiayaan. Prosedur pencairan pembiayaan yang begitu cepat dan tidak rumit, sehingga hal tersebut dapat menumbuhkan minat calon anggota untuk menjadi anggota yang kemudian melakukan pembiayaan di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni.⁷

Reputasi BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan lebih dikenal oleh masyarakat karena merupakan lembaga keuangan syariah satu-satunya di daerah Kedungwuni yang didirikan oleh pengurus Gerakan Pemuda ANSHOR kedungwuni. Hal ini juga didukung karena proses promosi dan pemasarannya langsung terjun ke masyarakat. Proses jemput bola atau

⁶ Neneng Fajriani, *Pengaruh Promosi, Reputasi dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Naabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III*, (Jakarta: FEBI UIN Syarif Hidayatullah, 2013), (Diakses Google Cendikiawan Pdf Tanggal 20 Februari 2019).

⁷ Al Haq K, Septi wulandari. (2018). *Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Dan Prosedur Pencairan Pembiayaan Terhadap Keputusan Anggota Koperasi Mengambil Pembiayaan (Studi Kasus Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSP-S) KUM3 Al Istiqomah)*. *Jurnal Iqtisad*, 5(1), 104.

langsung terjun kemasyarakat langsung ini menjadi hal yang lebih dari lembaga keuangan yang lainnya.

Untuk pengajuan pembiayaan maka dapat di ukur dengan promosi, prosedur serta reputasi KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan sehingga menarik minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk memilih judul **“PENGARUH PROMOSI, REPUTASI DAN PROSEDUR TERHADAP MINAT NASABAH USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA PEMBIYAN IJARAH MUNTAHIYYAH BITTAMLIK DI KJKS BMT ANKASA KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN TAHUN 2018”**.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyyah Bittamlik* di BMT ANKASA kedungwuni Pekalongan?
2. Apakah reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyyah Bittamlik* di BMT ANKASA kedungwuni Pekalongan?
3. Apakah prosedur berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyyah Bittamlik* di BMT ANKASA kedungwuni Pekalongan?
4. Apakah pelayanan, reputasi dan prosedur berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyyah Bittamlik* di BMT ANKASA kedungwuni Pekalongan?



C. Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni kabupaten Pekalongan. Batasan masalah dalam penelitian ini meliputi jumlah nasabah yang menjadi sampel penelitian merupakan nasabah yang memiliki usaha (UMKM) yang melakukan pembiayaan. Adapun pembiayaan yang diberikan merupakan pembiayaan *ijarah Muntahiyyah Bittamlik*.

Faktor-faktor yang menjadi analisisnya meliputi promosi, reputasi dan prosedur yang ada di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyyah Bittamlik* di KJKS BMT ANKASA kedungwuni kabupaten Pekalongan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyyah Bittamlik* di KJKS BMT ANKASA kedungwuni kabupaten Pekalongan
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah prosedur berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyyah Bittamlik* di KJKS BMT ANKASA kedungwuni kabupaten Pekalongan

4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah promosi, reputasi dan prosedur berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* di KJKS BMT ANKASA kedungwuni kabupaten Pekalongan

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan, yaitu sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan sumbangan teori-teori seputar permasalahan mengenai promosi, reputasi dan prosedur terhadap minat UMKM dalam memilih KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan.

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa lainnya, khususnya yang berdomisi di Pekalongan agar mengetahui promosi, reputasi dan prosedur terhadap minat nasabah mengajukan pembiayaan di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan.

2. Secara Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi nasabah Koperasi Jasa Dan Keuangan Syari'ah BMT ANKASA Kedungwuni Pekalongan untuk dapat memilih informasi yang lebih rinci atau lebih lengkap sehingga bias menjadi acuan bagi nasabah untuk mengajukan pembiayaan.



Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan serta berkemabangnya BMT ANKASA Kedungwuni untuk menjadi yang lebih baik lagi terutama dalam hal promosi, prosedur dan reputasi dalam pengajuan pembiayaan.

F. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan, peneliti membaginya menjadi lima pokok bahasan yaitu:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II

KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori atau teori-teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini dan studi empiris yang memaparkan tentang tinjauan pustaka yang berisi hasil penilitan terdahulu yang relevan dengan masalah penelitian. Kemudian kerangka berpikir yaitu suatu model konseptual yang menghubungkan antara teori dan masalah yang telah diidentifikasi, dan hipotesis yaitu kesimpulan awal atau dugaan sementara atas penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen dan teknik pengumpulan data penelitian, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV**ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan gambaran umum responden, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V**PENUTUP**

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran-saran





BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, reputasi dan prosedur terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan Ijarah Muntahiyyah Bittamlik. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah UMKM yang melakukan pembiayaan *Ijarah Muntahiyyah Bittamlik* di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Kabupaten Pekalongan pada tahun 2018 dan berjumlah 67 nasabah dan sampel yang diambil 40 nasabah. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat diambil keputusan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari nilai signifikansi variabel promosi $0,705 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,385 < t_{tabel} 2,02809$ maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat nasabah.
2. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari Nilai signifikansi variabel reputasi $0,011 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,694 > t_{tabel} 2,02809$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dan pengaruhnya positif.
3. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari Nilai signifikansi variabel prosedur $0,06 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,907 > t_{tabel} 1,98397$ maka H_{03}

ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel prosedur berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dan pengaruhnya positif.

4. Berdasarkan hasil uji F dilihat $F_{hitung} 7,933 > F_{tabel} 2,87$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka secara simultan variabel independen yaitu Promosi (X1), Reputasi (X2), Prosedur (X3), berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah. Dan berdasarkan hasil dari Adjusted R Square (Uji Koefisien Determinasi) bahwa keempat variabel independen yaitu promosi (X1), reputasi (X2), prosedur (X3) memengaruhi berubahnya variabel dependen yaitu minat nasabah sebesar 50,7%, dan sisanya 49,3% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan simpulan di atas maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini masih mampu menjelaskan 50,7% artinya bahwa ketiga variabel independen mempengaruhi berubahnya variabel dependen sebesar 50,7% faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel independen lain. Penambahan variabel perlu dilakukan pada penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah yang akan diteliti.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengambil sampel yang lebih banyak sehingga hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
3. Bagi Koperasi diharapkan mampu mengembangkan dan meningkatkan promosi demi kemajuan koperasi yang lebih baik, dikarena promosi yang dilakukan masih sangat rendah dan belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah UMKM pada pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Ibnu. Radd Al Mukhtar Ala Dur Al Mukhtar Juz IV
- AJ Ibnu Wibowo. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi Dan Nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa. Jurnal Online Mahasiswa Manajemen Unniversitas Parahyangan Bandung.
- Al Arif, Nur Rianto. 2010. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Al Ghifari. 2013. Analisis Regresi: Teori, Kasus Dan Solusi. Yogyakarta: BPFE.
- Ama Tanya. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Serifikasi Akad Ijarah Multijasa Di BPRS Kotabumi Kantor Cabang Panaragan .Skripsi IAIN Metro Sukabumi.
- Anaga Bramantyo. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit Dan Promosi Terhadap Keputusan Umkm Dalam Mengambi Lkredit Pada LKBB (Lembaga Keuangan Bukan Bank) Di Kecamatan Salam*. Jurnal Online Mahasiswa Unniversitas Negeri Yogyakarta.
- Andika, Randy. (2015). *Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing (Bagi Hasil) Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Wilayah Jakarta Timur*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Fema Insani.
- Arifin, Sitio. 2001. Koperasi: Teori Dan Praktek. Semarang: Erlangga.

- Ariska Metha. (2016). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru). Jurnal Online Manajemen Unniversitas Riau.
- Ascarya. 2011. Akad Dan Produk Bank Syariah. Jakarta: Rajawali Press.
- Asnawi, Said Kelana Dan Chandea Wijaya. 2005. *Riset Keuangan (Pengujian-Pengujian Empiris)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Assauri, Sofjan. 2012. Strategi Marketing. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Baridwan, Zaki. 1991. *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur Dan Metode, Edisi Ke Lima*, Yogyakarta: BPFE.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Dina Hardianti. (2018). Analisis Prosedur Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bittamlik Di KSPPS SM NU Batang. Skripsi IAIN Pekalongan.
- Djuwaini, Dimyauddin. 2015. *Pengantar Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Etta Mamang Dan Sopiah. 2010. *Metodelogi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fauzi, Mohammad. 2009. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Semarang: Walisongo Press.



- Fiddiatun Hasanah. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menjadi Nasabah pembiayaan Di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Dan Lembaga Keuangan Konvensional (LKK)*. Jurnal SKRIPSI Mahasiswa Univeritas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Firda Yuanita. (2017). Pengaruh Produk, Kepercayaan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Lamongan Jawa Timur). Jurnal Online Skripsi FEBI IAIN Surakarta.
- Gatot Febianto. (2006). Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Untuk Menabung (Studi Kasus Pada Badan Keswadayaan Masyarakat Sari Asih Kelurahan Padangsari Kota Semarang. Jurnal Online Mahasiswa UNDIP Semarang.
- Gemala, Dewi. 2006. *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Peraturan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Ghazali, Abdul Rahman. 2010. *Fiqih Muamalat*. Jakarta :Kencana Prenada Media Grup.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga.
- Hardiana, Nana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hendar. 2010. *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.





- Henita Maharani. (2017). Pengaruh Produk, Kepercayaan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan (Studi Kasus Di BMT Elsyifa. Jurnal Online Mahasiswa FEBI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, Asep. 2009. *Penelitian Bisnis: Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo Cet Ke-2
- Jogiyanto. 2007. Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman Cetakan Ke 1. Yogyakarta: BPF.
- Kashmir. 2005. Pemasaran Bank. Jakarta: Prenada Media.
- Kashmir Dan Jakfar. 2012. Studi Kelayakan Bisnis Cetakan Ke 8. Jakarta: Prenada Group.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Edisiketiga. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Latan, Hengki Dan Seva Ternalagi. 2013. Analisis Multivariate Dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta.
- Lovelock, Cristhoper, Dkk. 2010. Pemasaran Jasa. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta :Salembaempat.
- Manissosan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu..* Jakarta: Penerbit Kencana.
- Mappier, Andi. 1994. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. Surabaya: Usana Offset Printing.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi Edisi Tiga, Unniversitas Gajah Mada*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2010. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Amzah.
- Narbuko, Cholid Dan Abu Achmadi. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Pardede, Ratlan Dan Reinhard Manurung. 2014. *Analisis Jalur = Path Analysis: Teori Dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia No. 14 Tahun 2015. *Tentang Pedoman Akutansi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi*.
- Purwanto Hadi Yugo. (2016). *Analisis Sistem Dan Prosedur Pembiayaan Griya Ib Hasanah Dengan Akad Murabahah Dengan Mendukung Pengendalian Intern*. *Jurnal Online Administrasi Bisnis* 33 (2).
- Puspitawati, Lilis Dan Sri Dewi Anggadini. 2011. *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rizka Komala Asri. (2018). Pengaruh Tingkat Margin Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada BPRS Mitra Agro Bndar Lampung). Jurnal Skripsi Mahasiswa Unniversitas Negeri Raden Intan Lampung.
- Roy Martin Tarigan. (2014). Pengaruh Citra Merk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Online Mahasiswa FEBI Unniversitas Sumatera Utara 13 (2).
- Saeed, Abdullah. 2003. *Bank Islam Dan Bunga Studi Kritis Larangan Riba Dan Interpretas Ikontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Saladin, Djaslim. 2003. Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya.
- Salafudin. 2014. *Statistikinferensial*.Pekalongan: STAIN Pekalongan.
- Shaleh, Rahman Abdul Dan Abdul Wahab Mutib. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Slameto. 2010. Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sugiyono. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi, Arikunto. 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rinekacipta.



- Sujarweni, V Wiratma. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V Wiratma Dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi Dan Kasus*. Yogyakarta: Penerbit Caps.
- Suryabrata, Sumadi. 1997. *Meodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grafindo.
- Suryanto, M. 2007. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Supriyanto, Ahmad Sani Dan Vivin Maharani. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Ummi Sholehah. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas pelayanan, Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada BMT Karima Karangpandan)*. Jurnal Online Mahasiswa FEBI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang UMKM Di Indonesia
- Wahjono, Imam Sentot. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



Waluyo, J Herman. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Wawancara Dengan Pimpinan Manajer BMT ANKASA Kedungwuni, (Tanggal 16 Desember 2018).

Wibowo, Agung Edi. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian Cetakan Ke 1*. Yogyakarta: Gramedia.

Wijaya, Toni. 2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Winkel WS. 1993. *Psikologi Dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Grup.



LAMPIRAN 5



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : B.0271/In.30/F.IV/TT.00/03/2020
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

16 Maret 2020

Kepada Yth,
Pimpinan KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Kab. Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.


Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Aini Rosana
NIM : 2013215518

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: **"Pengaruh Promosi, Reputasi Dan Prosedur Terhadap Minat Nasabah UMKM Pada Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bittamlik Di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Kabupaten Pekalongan Tahun 2018"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan

Shinta Dewi Rismawati





LAMPIRAN 7

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Aini Rosana
NIM : 2013215518
Tempat, tanggal lahir : Pekalongan, 07 Mei 1996
Agama : Islam
Alamat : Karangdowo RT 11/RW004 Kecamatan
Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

B. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Abdullah
Pekerjaan : Buruh
Nama Ibu : Isrokhah
Pekerjaan : Wiraswasta
Saudara Kandung : Muhammad Syafaurid Zali
Muhammad Abid Marzuqi

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

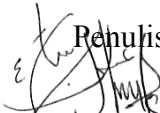
1. MI WALISONGO Karangdowo 02
2. SMP N 01 Wonopringgo
3. SMK GONDANG Wonopringgo
4. IAIN Pekalongan

D. RIWAYAT Pekerjaan

1. PT BEHAESTEX Pekalongan (2014-2015)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 10 Maret 2020

Penulis

AINI ROSANA
NIM 2013215518



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 | Faks. (0285)
423418

Website : perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **AINI ROSANA**
NIM : 2013215518
Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah
E-mail address : ainirossa7596@gmail.com
No. Telepon : 085600918341

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain

(.....) yang berjudul :

Pengaruh Promosi, Reputasi Dan Prosedur Terhadap Minat Nasabah UMKM Pada Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bittamlik Di KJKS BMT ANKASA Kedungwuni Kabupaten Pekalongan Tahun 2018. Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 24 Juni 2020



AINI ROSANA
NIM. 2013215518

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd