

**ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PEMBIAYAAN  
KREDIT PEMILIKAN (KPR) DI BANK BRI  
KANTOR CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R**

**Oleh:**

**UMMUL AZHIZHAH**

**NIM. E20161150**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2023**

**ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PEMBIAYAAN  
KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) DI BANK BRI  
KANTOR CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
Oleh

**UMMUL AZHIZHAH**

NIM. E20161150

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2023**

**ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PEMBIYAAAN  
KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) DI BANK BRI  
KANTOR CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh

**UMMUL AZHIZHAH**  
NIM. E20161150

Disetujui Pembimbing :



**Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE., M.M.**

NIP. 196905231998032001

**ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PEMBIAYAAN  
KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) DI BANK BRI  
KANTOR CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**

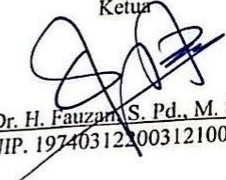
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Rabu


Tanggal : 21 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

  
Dr. H. Fauzan, S. Pd., M. Si.  
NIP. 197403122003121008

Sekretaris

  
Aminatus Zahriyah, SE., M. Si.  
NIP. 198907232019032012

Anggota :

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak
2. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE, M.M

(  )  
(  )

Menyetujui

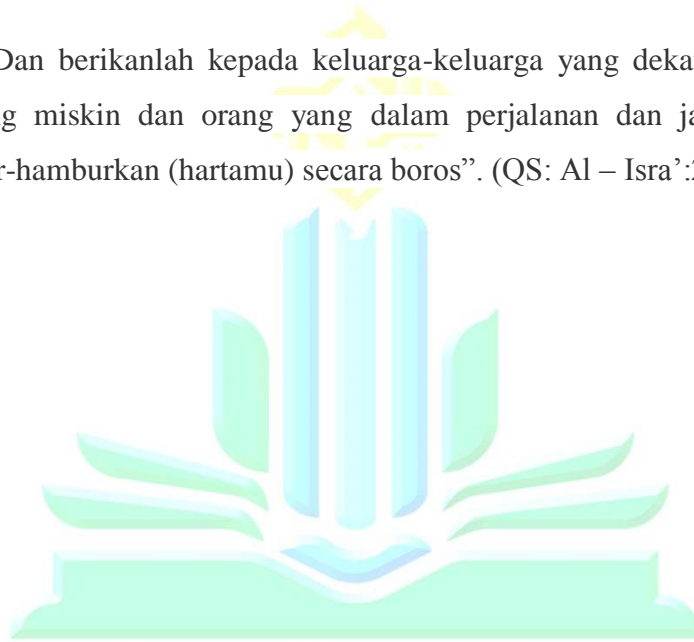
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## MOTTO

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”. (QS: Al – Isra’:26)<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Cv. AlFatih Berkah Cipta, *Alquran Dan Terjemahannya* (Surabaya: Mushaf Khatijah, 2002), 282.

## PESEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam tetap tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Dengan ketulusan hati dan sebagai bentuk terima kasih, karya ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Supan dan Ibu Susmariansi, selaku orang tua saya. Terima kasih atas semua pengorbanan, kesabaran dan do'a yang selalu dipanjatkan sehingga, saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga karya ini bermanfaat dan sekaligus menadi kado terindah untuk bapak dan ibu tercinta.
2. Teman-teman PS4 yang selalu membantu dan memberikan dukungan. Terima kasih atas semua kenangan suka, duka dan perjuangan yang kita lewati bersama hingga akhir semester ini.
3. Bapak/Ibu guru yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu sampai saya masuk di perguruan tinggi.
4. Terima kasih kepada para dosen-dosen atas bimbing yang selalu memberikan motivasi dan membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini..
5. Persembahkan juga untuk orang yang istimewa Luwid Pamungkas Bayu Aji. Terima kasih atas dukungan, perhatian, kebaikan yang telah diberikan dan menjadi teman hidup ku.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq serta Hidayah-Nya kepada penulis sehingga tugas skripsi yang berjudul “ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PEMBIAYAAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) DI BANK BRI KANTOR CABANG JEMBER” dapat penulis selesaikan dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW. Nabi sang penuntut umat manusia, yang telah membawa manusia dari masa kegelapan menuju masa ber peradapan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sekaligus DPA yang telah memberikan fasilitas sarana untuk belajar hingga sampai skripsi ini terselesaikan.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE., M.M, selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi, yang telah

memberikan kritikan, saran, meluangkan banyak waktu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

4. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk do'a maupun dalam bentuk lainnya selama proses penyelesaian skripsi.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah SWT dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu saya miliki. Untuk itu, saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik dari pembaca. Sekali lagi terima kasih.

Dengan demikian penulis mengharapkan agar skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 21 Juni 2023

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Ummul Azhizhah**  
NIM:E2161150



## ABSTRAK

**Ummul Azhizhah, Nurul Setianingrum, SE., M. M 2023: Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember**

Perilaku Nasabah adalah interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita, yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran didalam hidup mereka. Diantara berbagai macam produk yang ditawarkan oleh pihak bank BRI Kantor Cabang Jember, salah satunya yakni dengan adanya pembiayaan KPR yang sangat menarik minat nasabah dalam memenuhi kebutuhan atas hunian.

Fokus Penelitian ini adalah Bagaimana perilaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember, Apa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku nasabah dalam memahami perilaku nasabah dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam memutuskan pemilihan produk pembiayaan KPR di Bank BRI Kantor Cabang Jember. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan.

Dalam pengumpulan data bersumber dari lapangan, melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research* dengan teknis analisis deskriptif kualitatif dan *purposive sampling* serta untuk keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap nasabah memiliki karakter dan sifat yang berbeda-beda dalam memilih pembiayaan KPR. Beberapa sifat nasabah yang harus diketahui adalah nasabah dianggap raja, mau di penuhi kebutuhan dan keinginannya, tidak mau didebat atau disinggung, nasabah mau di perhatikan dan nasabah adalah sumber pendapatan bank. Selain itu terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah diantaranya adalah faktor kebudayaan, sosial, dan pribadi terdapat dua yang paling dominan yakni faktor sosial dan pribadi.

Kata kunci: *Perilaku Nasabah, Pembiayaan KPR*

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PESEMPAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Definisi Istilah.....	3
F. Sistematika Pembahasan.....	4
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>6</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	6
B. Kajian Teori .....	15
<b>BAB III Metode Penelitian</b> .....	<b>34</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi penelitian .....	35
C. Subyek Penelitian.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Metode Analisis data.....	37
F. Keabsahan Data.....	37
G. Tahap-Tahap penelitian.....	38

<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>62</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	62
B. Penyajian Data .....	71
C. Pembahasan.....	77
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>83</b>
A. Kesimpulan .....	83
B. Saran-saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**DAFTAR TABEL**

1.1 Penelitian Terdahulu ..... 12



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. KONTEKS PENELITIAN

Perkembangan dunia keuangan khususnya perbankan di era tahun 2000-an telah memasuki masa kebangkitan setelah sebelumnya mengalami keterpurukan pada era krisis ekonomi tahun 1998 yang lalu. Seiring bertambahnya waktu dunia perbankan terus mengalami kemajuan, baik kemajuan di bidang produk dan juga beberapa fasilitas perbankan lainnya. Di samping itu, dapat dilihat juga dari segi pelayanan yang diberikan sangat memudahkan nasabahnya sehingga peningkatan nasabah mulai bertambah.

Bank merupakan lembaga keuangan yang tugasnya menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Produk awal yang ditawarkan tersebut hanya tabungan dan kredit. Produk tersebut mengalami perkembangan dan semakin banyak jenisnya, mulai dari produk kredit haji, kredit emas, ataupun kredit rumah (KPR). Kini kredit tidak hanya berupa uang, namun hunian juga menjadi sasaran masyarakat ketika tidak punya dana namun keinginan membeli rumah sudah menjadi kebutuhan.<sup>2</sup>

Rumah merupakan cerminan dari pribadi manusianya, baik itu secara individu maupun dalam suatu kelompok atau organisasi. Permasalahan perumahan dan permukiman merupakan sebuah

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan* (Jakarta: Kencana, cet.1, 2009), 255.

permasalahan yang berlanjut dan bahkan akan terus meningkat, seiring dengan pertumbuhan penduduk, dinamika kependudukan, dan tuntutan-tuntutan sosial ekonomi terus berkembang. Oleh karena itu, usaha mendapatkan rumah saat ini tidak hanya dilakukan secara tunai, tetapi juga dengan kegiatan pembiayaan.<sup>3</sup>

KPR yang ditawarkan pihak perusahaan didukung pendanaannya oleh pihak bank, hal ini dianggap sebagai salah satu solusi bagi calon konsumen perumahan untuk dapat segera memiliki perumahan. Semakin besarnya kebutuhan masyarakat terhadap perumahan merupakan potensi bisnis yang sangat baik bagi perbankan dan pengembangan perumahan. Dengan menggunakan KPR, pembelian rumah dapat di angsur dalam jangka waktu tertentu untuk meringankan konsumen yang melakukan pembelian rumah dengan program KPR.<sup>4</sup>

Beberapa pertimbangan pemberian pembiayaan KPR tersebut salah satunya dilihat dari perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR. Karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan pemberian pembiayaan maupun pada saat keputusan pembelian, utamanya untuk KPR. Dimana pihak nasabah menggunakan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhannya. Dalam ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional.

---

<sup>3</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 73.

<sup>4</sup> Ibid., 74.

Bank memegang peranan penting dalam memperlancar proses pembangunan dan diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan perumahan, selain itu bank juga melayani kebutuhan pembiayaan dan memperlancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian. salah satu produk yang ditawarkan oleh bank guna ikut berperan dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak melalui pemenuhan kebutuhan papan adalah dengan menawarkan produk pembiayaan rumah atau biasa disebut Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

KPR adalah salah satu jenis pelayanan kredit yang diberikan oleh bank kepada para nasabah yang menginginkan pinjaman khusus untuk memenuhi kebutuhan dalam pembangunan atau renovasi rumah. Adanya pembiayaan rumah atau KPR bertujuan untuk mempermudah masyarakat yang berpenghasilan rendah memiliki rumah yang diinginkan.<sup>5</sup>

Bank Rakyat Indonesia (BRI) Jember juga berperan aktif dalam kancan perekonomian dan melayani kebutuhan masyarakat baik perorangan maupun badan usaha dengan menyediakan berbagai macam fasilitas produk seperti produk dana, produk pelayanan, dan berbagai macam produk kredit seperti kredit pemilikan rumah (KPR). Bank BRI Kantor Cabang Jember juga melakukan analisa 5C dan 4P ketika mengelola permohonan pembiayaan rumah (KPR). Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya gagal bayar. Dengan adanya peningkatan

---

<sup>5</sup> Hardjono, *Mudah Memiliki Rumah Lewat KPR* (Jakarta: PT. Pustaka Grahatam, 2008) 24

pembiayaan pada KPR tentunya akan memberikan keuntungan pada perusahaan, mengingat bahwa nasabah merupakan pendapatan bagi suatu bank. Maka dari itu, pihak bank harus bisa melayani nasabahnya dengan baik.

Yang membedakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang dijalankan oleh pihak Bank BRI Kantor Cabang Jember ialah terletak pada biaya realisasinya jika di bandingkan dengan dengan Bank lain, tentunya KPR yang ditawarkan pihak Bank BRI Kantor Cabang Jember lebih murah dan angsurannya menggunakan suku bunga efektif, sedangkan yang lainnya memakai suku bunga flet serta pengerjaan dalam pengajunya lebih cepat.

Dengan melihat perilaku nasabah, pihak bank akan mengetahui dan bisa membedakan bahkan bisa mempertimbangkan setiap pengajuan pembiayaan KPR. Dengan demikian, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul: **Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember.**

## **B. FOKUS PENELITIAN**

Bagian ini mencantumkan semua rumusan permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian.<sup>6</sup> Untuk mempermudah pembahasan dan penelitian, maka disini penulis membatasi masalah yang akan dibahas. Sehingga pembahasannya lebih jelas dan terarah sesuai

---

<sup>6</sup> Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 44.



dengan yang diharapkan penulis. Maka rumusan masalah yang akan diteliti diantaranya:

1. Bagaimana perilaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

1. Untuk mengetahui perilaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi secara umum dan ilmu terkait perbankan khususnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan kompetensi penelitian dan dapat digunakan sebagai media untuk menambah wawasan dan kesempatan untuk lebih memahami mengenai Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan KPR.

### b. Bagi Akademis

Manfaat penelitian ini dapat dijadikan inspirasi mahasiswa UIN KHAS Jember dalam rangka mengembangkan suatu kekayaan dalam keilmuan dibidang akademis. Dapat pula memberikan kontribusi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah dalam memahami lebih lanjut mengenai agunan dalam pemberian suatu pembiayaan.

### c. Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat untuk memberikan pemahaman terhadap kegiatan perilaku nasabah dalam pembiayaan, khususnya pembiayaan KPR.

## E. DEFINISI ISTILAH

Definisi operasional dibuat agar tidak terjadi salah pengertian dengan istilah yang digunakan dalam penelitian. Berikut definisi-definisi dari beberapa istilah yang ada didalam penelitian ini adalah:

### 1. Perilaku Nasabah

Perilaku nasabah (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.<sup>7</sup>

Dari definisi diatas dapat di simpulkan bahwa perilaku konsumen (nasabah) merupakan suatu tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen (nasabah) perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

### 2. Pembiayaan KPR

Pembiayaan KPR adalah salah satu fasilitas kredit yang diberikan oleh pihak perbankan kepada nasabah perorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah. Dari pengertian tersebut memberikan penjelasan bahwa Pembiayaan KPR ini adalah salah satu fasilitas yang dikeluarkan

---

<sup>7</sup> Nurmawati, *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian* (Malang: Media Nusa Creative, 2018), 36.

oleh pihak bank kepada para nasabah yang akan membeli atau memperbaiki rumah dan terpenuhinya kebutuhan atas hunian.<sup>8</sup>

Dari definisi istilah di atas ini dapat disimpulkan bahwa sebelum pihak bank menerima suatu pengajuan dari nasabah dalam memberikan pengkreditan pembelian rumah, pihak bank terlebih dahulu melihat perilaku nasabah. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya gagal bayar. Jika perilaku nasabah memenuhi syarat-syarat dari bank, maka bank akan memproses pengajuannya kredit dan memberikan pilihan kepada nasabah mengenai jangka waktu yang dipilih untuk membayar angsuran pembiayaan KPR.

## **F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif, ukan seperti daftar isi. Sistematika pembahasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**, bab ini berusaha untuk memberikan gambaran secara singkat mengenai keseluruhan pembahasan sekaligus memberikan rambu-rambu untuk masuk pada bab-bab berikutnya, yang berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

---

<sup>8</sup> Ahmad Ifham Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), 20.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA** berisi tentang kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan sebagai prespektif oleh peneliti.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN** berisi tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keasahan data serta tahap-tahapan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.

**BAB IV PENYAJIAN DATA DAN HASIL** berisi tentang penyajian data dan analisis data yang di peroleh dalam pelaksanaan penelitian secara empiris, yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pembahasan temuan dari lapangan.

**BAB V PENUTUP** bab yang berisi tentang kesimpulan hasil penelitian serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan ini berisi tentang berbagai temuan hasil analisis dari bab-bab sebelumnya. Sedangkan saran-saran merupakan tindak lanjut dan bersifat konstruktif.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian pada bagian ini menantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah dipublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.

Beberapa kajian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti sebagai berikut:

- a. Yatiman, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018 dengan judul *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Anggrek (Orchidaceae) Di Tempat Usaha Yusra Dan Windha- Wan Florist”*.<sup>9</sup> Penelitian ini secara keluruhan variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian anggrek di tempat usaha Yusra dan Windha- Wan Florist yaitu variabel faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dimana nilai masing-masing variabel melebihi kreteria  $>0,5$ .

---

<sup>9</sup> Yatiman, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Anggrek (Orchidaceae) Di Tempat Usaha Yusra Dan Windha- Wan Florist” ,( Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018).

Persamannya yaitu sama-sama membahas faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Perbedaan terletak di metode penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan penelitian kualitatif.

- b. Diva Rizalianty mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, 2018 dengan judul “*Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri CAPEM Jenggawah*”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan datanya melalui wawancara dan studi dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku nasabah dalam memilih deposito mudharabah dipengaruhi oleh beberapa tahap diantaranya adalah pengenalan masalah yaitu adanya keinginan investasi, adanya keinginan memperoleh keuntungan, pencarian informasi tentang beberapa pilihan lembaga keuangan di jenggawah, keputusan pembelian yakni pilihan nasabah terhadap produk deposito mudharabah di BMT, serta adanya faktor internal(faktor pribadi, social dan budaya) dan faktor eksternal(*personal selling* dan *aversiting*) yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk deposito di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Diva Rizalianty, *Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri APEM Jenggawah* (Skripsi IAIN Jember, 2018)

Persamaan penelitian Diva Rizalianty dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama melihat perilaku nasabah dalam memilih produk yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan.

perbedaan dalam penelitian ini yakni obyek dalam penelitian Diva Rizalianty dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Jenggawah dan produk yang dipilih Deposito, sedangkan yang peneliti lakukan di Bank BRI Kantor Cabang Jember dan produk yang di pilih pembiayaan pada Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

- c. Retnandi Meita Putri mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018 dengan judul penelitian “*Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Bank Syariah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Setoran Tunai (Studi Kasus Pada Bank Syariah di Kota Semarang)*”. Dari penelitian ini dapat dijelaskan bahwa nasabah bank syariah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai lebih memilih ATM Setor Tunai dari pada Teller. Hal tersebut disebabkan nasabah bank syariah memiliki pandangan tersendiri mengenai kedua jasa layanan setor tunai tersebut. Nasabah bank syariah yang memilih menggunakan ATM Setor Tunai lebih memperhatikan pada aspek jaminannya.<sup>11</sup>

Persamaan sama-sama membahas perilaku nasabah. Sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terletak pada variabel dan penggunaan metodenya. Jika penelitian Retnandi terdapat variabel preferensi nasabah bank syariah dalam menggunakan jasa layanan

---

<sup>11</sup> Retnandi Meita Putri, *Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Bank Syariah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Setoran Tunai (Studi Kasus Pada Bank Syariah di Kota Semarang)* (Skripsi UIN Walisongo, Semarang, 2018).



setor tunai dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dan lebih focus pada perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR.

- d. Rohana mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2019 dengan judul “*Perilaku Nasabah Tentang Kredit Konsumtif Di BNI Parepare (Analisis Etika Islam)*”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku nasabah dalam penggunaan Kredit Konsumtif di Bank BNI di kota Parepare menunjukkan bahwa nasabah menggunakan kredit konsumtif tersebut untuk kebutuhan pribadi. Setelah kebutuhan rumah pribadi terpenuhi terdapat juga nasabah yang memanfaatkan untuk penghasilan. Mengenai perilaku nasabah dalam islam diuntut oleh prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan dan prinsip moralitas.<sup>12</sup>

Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti teliti adalah terletak pada metode penelitiannya yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak pada variabelnya dan objeknya. Jika penelitian yang dilakukan Rohana adalah perilaku nasabah tentang kredit konsumtif di BNI Parepare, maka peneliti meneliti tentang perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR di bank BRI KC Jember.

- e. Sigma Agdha Rifa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, 2019 dengan judul penelitian “*Strategi Pemasaran Kredit*

---

<sup>12</sup> Rohana, *Perilaku Nasabah Tentang Kredit Konsumtif Di BNI Parepare (Analisis Etika Islam)*, (Skripsi: IAIN, 2019)

***Pemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah Di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Probolinggo Pada Periode Tahun 2017-2018***". Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh BTN Kantor Cabang Pembantu Probolinggo yakni dengan cara mengiklankan produk-produk KPR Bersubsidi melalui media massa dan juga media cetak yang didalamnya mengandung 4 unsur strategi pemasaran yaitu, produk, harga, distribusi, dan promosi sehingga dapat memudahkan masyarakat untuk mengetahui informasi mengenai KPR bersubsidi.<sup>13</sup>

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas tentang KPR. Sedangkan

Perbedaannya adalah skripsi yang penulis tulis tidak membahas tentang strategi pemasaran KPR Bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah melainkan perilaku nasabah terhadap pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember.

- f. Bayu Pratama Hadi Putra mahasiswa Institut Agama Islam Negari (IAIN) Jember, 2019 dengan judul penelitian "***Analisis Perilaku Nasabah Dalam Mengambil Keputusan Menggunakan Produk***

<sup>13</sup> Sigma Agdha Rifa, *Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah Di PT BTN KCP Probolinggo Pada Periode 2017-2018*, (Skripsi IAIN Jember: 2019).

***Kredit Cepat Aman (KCA) Prima di PT Pegadaian UPC Mangli***”.

Dari Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa perilaku nasabah sangat penting, karena setiap individu tidak semuanya sama hal ini dapat dilihat dari tiga faktor yang pertama kebudayaan, dimana masyarakat khususnya nasabah tidak serta-merta langsung tertuju kepada pegadaian, melainkan mencari informasi terlebih dahulu, hal ini didasari dengan tiga komponen yakni kebangsaan, ras dan agama. Kedua faktor sosial, faktor ini sangat berpengaruh karena faktor ini didasari dengan dua komponen pendukung keluarga, peran dan status. Dan yang terakhir faktor pribadi yang merupakan sebuah keputusan seseorang untuk membeli produk sesuai dengan keutuhan nasaah itu sendiri.<sup>14</sup>

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang perilaku nasabah dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak dari variable dan objeknya, peneliti meneliti tentang pembiayaan KPR di bank BRI KC Jember. Sedangkan Bayu Pratama Hadi Putra meneliti tentang mengambil keputusan menggunakan produk KCA Prima di Pegadaian UPC Mangli.

- g. Fingki Nurlita mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2019 dengan judul “***Analisis Perilaku Moral Hazard***

---

<sup>14</sup> Bayu Pratama Hadi Putra, *Analisis Perilaku Nasabah Dalam Mengambil Keputusan Menggunakan Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Prima*, (Skripsi IAIN Jember: 2019)

*Nasabah Dalam Meningkatkan Pembiayaan Bagi Hasil (Studi kasus pada Bank BNI Syariah KC Medan)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku moral hazard yang dilakukan nasabah akan membawa dampak buruk terhadap nasabah dan pihak perbankan syariah itu sendiri. Salah satu dampak buruk untuk nasabah ialah nasabah tersebut akan mendapat reputasi buruk dan akan di black list oleh Bank Indonesia. Selain itu, perilaku moral hazard yang dilakukan nasabah akan membuat bank syariah semakin berhati-hati dalam menyalurkan dana bagi hasil dalam pembiayaan mudharabah dan musyarakah, sehingga market place pembiayaan akan mengalami penurunan.

Menurunnya tingkat kepercayaan bank terhadap nasabah, Bank akan memilih menyalurkan dana pembiayaan ke pembiayaan yang sifatnya pasti seperti pembiayaan mudharabah karena risiko moral hazardnya lebih tinggi. Untuk langkah-langkah yang diterapkan bank BNI yaitu dengan melakukan mitigasi, dimana pihak bank melakukan pencegahan resiko yang dikelompokkan menjadi dua keadaan, yakni mitigasi pasca pra akad yaitu pendeteksian dini karakter nasabah sebelum mengambil pembiayaan sedangkan mitigasi pasca akad adalah mitigasi yang dilakukan setelah penyaluran pembiayaan, seperti pengawasan serta mewajibkan laporan keuangan bagi nasabah.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Fingki Nurlita, *Analisis Perilaku Moral Hazard Nasabah Dalam Meningkatkan Pembiayaan Bagi Hasil (Studi kasus pada Bank BNI Syariah KC Medan)*, (Skripsi UNMUH Sumatera Utara, 2019)

Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti teliti adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama membahas perilaku nasabah pada saat pembiayaan.

Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel dan obyeknya. Jika peneliti meneliti tentang perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR di Bank BNI syariah, sedangkan Fingki Nurlita lebih focus pada analisis perilaku moral hazard dan pembiayaan bagi hasil di Bank BNI Syariah.

- h. Eka Prastyowati mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, 2021 dengan judul penelitian "***Perilaku Konsumen Dalam Persepsi Model Howard dan Sheth Sebagai Alternatif Memahami Perilaku Konsumen Terhadap Minat Membeli Tempe Rambipuji di Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember***". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tipe atau karakter konsumen bermacam-macam, salah satunya dapat dilihat dari berapa lama mereka mau membeli. Pemilihan tempe dengan tekstur bagus rasa enak. Ada juga pembeli yang melaksanakan pengamatan terlebih dahulu sebelum membeli, akan tetapi banyak juga konsumen melakukan pembelian secara langsung tanpa adanya dorongan, kemudian membelinya. Jadi, dapat dilihat bahwa proses pembeli yang sesuai dengan model Howard yaitu pembeli yang menjadi langganan secara turun-temurun karena ada dorongan dari orang tua, lalu pembeli membeli pada beberapa penjual untuk dilakukan perbandingan setelah itu, pembeli

memutuskan untuk membeli pada produk yang menjadi pilihan mereka. Akan tetapi, ada juga pembeli yang menjual kembali kepada konsumen kedua.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti perilaku konsumen dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan yang menjadi perbedaan adalah variabel yang diteliti. Peneliti meneliti tentang perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR, sedangkan Eka Prastyowati meneliti tentang perilaku konsumen terhadap minat membeli tempe.

- i. Sri Mawaddah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021 yang berjudul "***Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah Tanah Merah Kecamatan Kampar***". Dapat dilihat bahwa nasabah dalam mengambil keputusan terhadap produk tabungan emas Tanah Merah merupakan nasabah yang bersifat rasional. Hal ini sesuai dengan setiap tindakan yang dilakukan calon nasabah yaitu memilih barang/produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saja, kemudian produk yang dipilih konsumen memberikan kegunaan yang cukup optimal, dan setelah itu memilih produk yang harganya sesuai dengan kemampuan nasabah. Selain itu, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang cukup dominan yaitu

---

<sup>16</sup> Eka Prastyowati, *Perilaku Konsumen Dalam Persepsi Model Howard dan Sheth Sebagai Alternatif Memahami Perilaku Konsumen Terhadap Membeli Tempe Rambipuji di Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember*, (Skripsi IAIN Jember: 2021).

factor internal dan factor situasional. Sedangkan factor eksternal kurang berpengaruh karena setiap nasabah yang melakukan pengambilan keputusan didasari dengan keinginan sendiri dan tidak berdasarkan peran dan status serta kedudukannya.<sup>17</sup>

Persamaan penelitian ini dengan peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sama-sama meneliti tentang perilaku nasabah.

Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel dan objeknya. Jika variabel yang peneliti teliti lebih focus pada pembiayaan KPR di Bank BRI KC Jember, sedangkan Sri Mawaddah focus pada pengambilan keputusan terhadap produk tabungan emas pegadaian di masa pandemi.

- j. Sakinah Ramadhani. MJ, Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021 dengan judul ***“Pengaruh Pengetahuan Terhadap Perilaku Nasabah Pada Bank Syariah (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”***.<sup>18</sup> Dapat dilihat dari hasil penelitian ini bahwa mayoritas mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam memiliki pengetahuan yang cukup tentang bank syariah. Semakin banyak pengetahuan dan informasi yang mahasiswa dapat, maka mereka dapat dengan mudah memilih dan membedakan sesuatu yang

---

<sup>17</sup> Sri Mawaddah, *Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah Tanah Merah Kecamatan Kampar*, (Skripsi: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

<sup>18</sup> Sakinah Ramadhani. MJ, *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Perilaku Nasabah Pada Bank Syariah (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)*, (Skripsi IAIN Palopo, 2021).

sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Besaran pengaruh yang diberikan dalam pengetahuan dapat memberikan dampak positif kepada perilaku seseorang jika orang tersebut mempergunakannya dengan baik. Sehingga dengan demikian pengetahuan yang diperoleh dapat merubah seseorang kearah yang lebih baik lagi.

Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti teliti ialah sama-sama membahas tentang perilaku nasabah.

sedangkan perbedaannya terletak pada variabel dan metode yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variabel pengetahuan terhadap perilaku nasabah pada bank syariah, sedangkan yang peneliti teliti menggunakan metode penelitian kalitatif dan lebih focus pada perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR

**Tabel 1.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis/Tahun/Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Yatiman/2018/ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Anggrek ( <i>Orchidaceae</i> ) Di Tempat Usaha Yusra Dan Windha- Wan Florist”.	sama-sama membahas faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.	Perbedaan terletak di metode penelitian kuntitatif, sedangkan peneliti menggunakan penelitian kualitatif.
2	Diva Rizalianty/ 2018/ Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih	Sama-sama membahas tentang perilaku nasabah	Perbedaannya terletak pada objek. Jika peneliti di BRI KC



	Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri CAPEM Jenggawah.	dalam memilih produk.	Jember, maka penelitian Diva di BMT
3	Retnandi Meita Putri/ 2018/ Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Bank Syariah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Setoran Tunai (Studi Kasus Pada Bank Syariah di Kota Semarang).	Sama-sama membahas perilaku nasabah	variabel dan penggunaan metodenya. Jika penelitian Retnandi terdapat variabel preferensi nasabah bank syariah dalam menggunakan jasa layanan setoran tunai dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dan lebih focus pada perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR.
4	Rohana/ 2019/ Perilaku Nasabah Tentang Kredit Konsumtif Di BNI Parepare (Analisis Etika Islam).	Sama-sama menggunakan metode kualitatif	Perbedaannya terletak pada variabel dan objeknya. Jika penelitian yang dilakukan Rohana adalah perilaku nasabah tentang kredit konsumtif di BNI Parepare, maka peneliti meneliti tentang perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR di bank BRI KC Jember.
5	Sigma Agdha Rifa/ 2019/ Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi Bagi Masyarakat Bepenghasilan Rendah Di PT BTN KCP Probolinggo Pada Periode 2017-2018.	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas pembiayaan KPR.	Perbedaannya adalah skripsi yang penulis tulis tidak membahas tentang strategi pemasaran KPR Bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah melainkan perilaku nasabah

			terhadap pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember.
6	Bayu Pratama Hadi Putra/ 2019/ Analisis Perilaku Nasabah Dalam Mengambil Keputusan Menggunakan Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Prima.	Sama-sama membahas tentang perilaku Nasabah.	Jika dalam penelitian Bayu membahas tentang mengambil keputusan menggunakan produk KCA Prima di Pegadaian UPC Mangli. Sedangkan peneliti membahas tentang perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR
7	Fingki Nurlita./ 2019/ Analisis Perilaku Moral Hazard Nasabah Dalam Meningkatkan Pembiayaan Bagi Hasil (Studi kasus pada Bank BNI Syariah KC Medan	Sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sama-sama membahas tentang perilaku nasabah pada suatu pembiayaan	Peneliti meneliti tentang perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR di bank BNI Syariah, sedangkan Fingki Nurlita lebih fokus pada analisis perilaku moral hazard dan pembiayaan bagi hasil di bank BNI Syariah.
8	Eka Prastyowati/2021/ Perilaku Konsumen Dalam Persepsi Model Howard dan Sheth Sebagai Alternatif Memahami Perilaku Konsumen Terhadap Membeli Tempe Rambipuji di Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember.	Sama-sama meneliti tentang perilaku konsumen dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Variabel dalam penelitian ini ada pembiayaan KPR, sedangkan dalam penelitian Eka terdapat minat membeli Tempe.
9	Sri Mawaddah/2021/ Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas	Penelitian Sri menggunakan Objek di pegadaian syariah, sedangkan peneliti menggunakan bank

	Tabungan Emas Pegadaian Syariah Tanah Merah Kecamatan Kampar	tentang perilaku nasabah.	konvensional, yakni Bank Rakyat Indonesia.
10	Sakinah Ramadani. MJ/2021/Pengaruh Pengetahuan Terhadap Perilaku Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.	Sama-sama membahas tentang perilaku nasabah.	Variabel dalam penelitian ini ada pembiayaan KPR. Sedangkan dalam penelitian Sakinah terdapat variabel pengaruh pengetahuan perilaku nasabah terhadap bank syariah.

Sumber Data: Diolah dari Penelitian Terdahulu

Berdasarkan beberapa kajian terdahulu yang telah di paparkan di atas, kesimpulan terkait perbedaan beberapa kajian terdahulu dengan yang peneliti hendak lakukan yakni, terletak dari variabel dan objeknya. Maka dari itu, peneliti mencoba untuk melakukan metode penelitian yang sama tetapi dengan variabel dan objek yang berbeda.

## B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam dalam akan semakin memperdalam wawasan penelitian dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

### 1. Perilaku Nasabah

Perilaku nasabah (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam

mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.<sup>19</sup> Arti kata perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan suatu tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.

Menurut Kotker dalam *The American Marketing Assosiation*, sebagaimana dikutip Nugroho J. Setiadi, perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Dari hal tersebut terdapat tiga ide penting yang dapat disimpulkan yaitu:

- a) Perilaku konsumen adalah dinamis.
- b) Melihat interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar.
- c) Melibatkan pertukaran.

Perilaku konsumen sangat berkaitan erat dengan adanya keputusan seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam suatu pembelian.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Nurmawati, *Perilaku Konsumen*, (Malang: Media Nusa Creative, 2018), 36.

<sup>20</sup> Zainal Aripin & M. Rizqi Padma Negara, *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Penerbit Deepulish), 45.

Menurut Loudan dan Bitta lebih menekankan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan. Mereka mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.

Dari pengertian diatas, maka perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan dan hubungan organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses suatu pengambilan keputusan yang mana nantinya dapat menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Perlu diketahui bahwa dalam perilaku konsumen dengan perilaku pembeli sangat berdeda, pada umumnya perilaku konsumen lebih menekankan pada sikap individu dalam pelaksanaan pembelian barang dan jasa serta menggunakannya. Sedangkan perilaku pembelian memusatkan perhatian pada perilaku individu khusus yang melakukan pembelian produk tanpa memperhatikan apakah barang tersebut digunakan atau tidak.

Secara umum, setiap masyarakat yang menjadi konsumen bank tentunya memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian. Berikut ini adalah sifat-sifat nasabah yang harus diketahui oleh pihak bank:

- a) Nasabah dianggap sebagai raja. Pelayan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam artian masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau CS itu sendiri.
- b) Mau dipenuhi keutuhan dan keinginannya. Kedatangan nasabah ke bank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan.
- c) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung. Sudah menjadi hokum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Cerdas mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.
- d) Nasabah mau diperhatikan. Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali meremehkan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.
- e) Nasabah merupakan sumber pendapatan bank. Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapat yang harus dijaga.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Wisnu Ryhan Adhitya, "Analisis Perilaku Nasabah dan Loyalitas Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit di Koperasi Simpan Pinjam Baitul Maal Wattamwill (BMT) Medan Johor, Accumulated Journal, Vol. 1 No. 2 July 2019, 146.

a. Proses Pengambilan Keputusan pembelian

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: Pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Tugas pemasar yaitu memahami perilaku pembeli pada tiap-tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian produk yang bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut pada teman-teman mereka. Karena itu, perusahaan harus berusaha memastikan kepuasan konsumen pada semua tingkat dalam proses pembelian. Secara rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan, sebagai berikut:

1) Pengenalan masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal. Maka dari itu pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejarah dan sejumlah konsumen.

2) Pencarian informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencarian

informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi secara aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelepon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain.

Umumnya jumlah aktivitas pencarian konsumen akan meningkat bersamaan dengan konsumen berpindah dari situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang ekstensif. Salah satu faktor kunci bagi pemasar yaitu sumber-sumber informasi utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dan pengaruh relative dari masing-masing sumber terhadap keputusan membeli. Sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:

- a) Sumber pribadi:keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- b) Sumber komersial:iklan, tenaga penjualan, penyaluran, kemasan, dan pameran.
- c) Sumber umum: media massa dan organisasi konsumen.
- d) Sumber pengalaman:pernah menangani, menguji, dan menggunakan produk.

Secara umum, konsumen menerima informasi terbanyak dari suatu produk dari sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi oleh para pemasar. Pada sisi lain, informasi paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. Setiap sumber informasi melaksanakan suatu fungsi yang agak berbeda dalam



memengaruhi keputusan membeli. Informasi komersial umumnya melaksanakan fungsi memberitahu, sedangkan sumber pribadi melaksanakan fungsi legitimasi dan/atau evaluasi.<sup>22</sup>

Karena itu, suatu perusahaan harus “Menyusun strategi” agar mereknya masuk ke perangkat pengenalan, perangkat pertimbangan, dan perangkat pilihan dari calon pembeli. Bila tidak, ia akan kehilangan peluang untuk menjual pada pelanggan. Lebih jauh lagi, perusahaan harus mengidentifikasi merek lain yang ada di perangkat pilihan dari konsumen sehingga perusahaan dapat merencanakan daya tarik produknya yang akan bersaing.

### 3) Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir? Ternyata tidak ada proses evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan oleh konsumen atau bahkan oleh satu konsumen pada seluruh situasi membeli.

Ada beberapa proses evaluasi keputusan, kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen berbagai pembentukan penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan

---

<sup>22</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003), 13.

seperangkat kepercayaan merek tentang dimana setiap merek berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.<sup>23</sup>

#### 4) Keputusan Membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat memengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama yaitu sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternative pilihan seorang akan tergantung pada dua hal:

a) Intensitas sikap negative orang lain tersebut terhadap alternative pilihan konsumen

b) Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut.

Semakin tinggi intensitas sikap negative orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembelinya. Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga.

Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga

---

<sup>23</sup> Ibid., 15.

yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

#### 5) Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlihat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

#### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Dalam memahami perilaku konsumen perlu di pahami siapa konsumen, sebab dalam suatu lingkungan yang berbeda akan memiliki penelitian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda. Menurut Kotler factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, sosial, pribadi, psikologi. Karena sebagian pemasar kurang memperhatikan hal tersebut yang merupakan bagian penting yang enak-enak harus diperhitungkan dan menjadi pertimbangan untuk mengetahui lebih jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen.

Menurut Kotler factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, sosial, dan pribadi.<sup>24</sup>

#### 1) Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu dari keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor udayaan ini adalah salah satu factor yang memerikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen. Oleh karena itu, pihak pemasaran harus isa mengetahui peran yang dimainkan oleh:

##### a) Budaya

Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Dari pengertian diatas dapat dilihat, bahwa budaya tidak muncul begitu saja, melainkan muncul karena dipelajari.

##### b) Sub Budaya

Sub Budaya merupakan sekelompok orang dengan system nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan umum. Sub budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografi.

---

<sup>24</sup>Nurmawati, *Perilaku Konsumen* (Malang: Media Nusa Creative, 2018), 37.

## 2) Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogeny dan yang anggotannya menganut minat, nilai-nilai dan tingkah laku yang serupa.

### a) Kelompok

Kelompok adalah dua oraih yang saling berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama. Dengan adanya interaksi yang berkesinambungan seperti keluarga, tetangga teman dan rekan kerja.

### b) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti dalam peran dan pengaruh suami, istri dan anak-anak pada pemelian eragai produk dan jasa.

### c) Peran dan status

Seseorang pada umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya, keluarga dan organisasi. Posisi seseorang didalam kelompok diidentifikasi dalam peran dan status.<sup>25</sup>

## 3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah karakteristik psikologi seseorang yang berbeda-beda dengan orang lain yang dapat menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap

---

<sup>25</sup>Ibid.,38.

lingkungan. Faktor pribadi terdiri dari beberapa karakter diantaranya:

a) Umur dan tahap siklus hidup

Konsumsi seseorang juga di bentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga dan jumlah, usia serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga pada satu waktu tertentu. Pemasaran seringkali menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap siklus hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang sangat mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Upaya yang dilakukan oleh pihak pemasar biasanya terlebih dahulu mengenali beberapa kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata akan produk dan jasa mereka. Bahkan, sebuah perusahaan akan melakukan spesialisasi dalam memasarkan produk menuntut kelompok dalam pekerjaan tertentu.

c) Situasi ekonomi

Situasi ekonomi sekarang akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasaran produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat.

d) Gaya hidup

Pola gaya hidup seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga) dan opini yang lebih dari sekedar kelas sosial dan kepribadian seseorang, gaya hidup menampilkan pola bereaksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia.

e) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian yang dimiliki setiap orang jelas mempengaruhi tingkah laku pembelinya. Kepribadian biasanya diuraikan dalam arti sifat-sifat seperti, mudahnya dalam berinteraksi, percaya diri, kemampuan dalam penyesuaian diri dan keagresifan. Kepribadian dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk pemilihan produk atau merek tertentu.

c. Perlunya mempelajari Perilaku Konsumen

Studi tentang perilaku konsumen akan menjadi dasar yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Hasil dari kajiannya akan membantu para pemasar untuk:

- a) Merancang bauran pemasaran.
- b) Menetapkan segmentasi.
- c) Merumuskan *positioning* dan pembedaan produk.
- d) Memformulasikan analisis lingkungan bisnisnya.

e) Mengembangkan riset pemasaran.<sup>26</sup>

Selain itu, analisis perilaku konsumen juga memainkan peranan penting dalam merancang kebijakan publik. Bagi penguasa bidang ekonomi suatu Negara memerlukan kajian ini untuk merumuskan kebijakannya dalam kerangka perlindungan konsumen. Dengan mengetahui perilaku konsumen mungkin dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pengembangan kemampuan seorang pemasar dalam menjalankan tugasnya. Demikian juga bagi kalangan akademis, kajian ini akan dapat digunakan untuk memperdalam pengetahuan tentang perilaku manusia.

#### d. Keuntungan mempelajari Perilaku Konsumen

McKechnie menyebutkan beberapa keuntungan dalam memahami perilaku konsumen, yaitu:

- a) Dasar bagi manajemen pemasaran untuk merancang strategi pemasaran
- b) Membantu pengembangan kebijakan public bagi perusahaan
- c) Berkontribusi dalam pemasaran altruistic. Pemasaran altruistic adalah bidang studi yang meneliti penyebab kesalahan perilaku konsumen dan mengaplikasikan penemuan untuk mengembangkan metode pemeliharaan dan mencegah guna mengurangi tindakan konsumen yang menyimpang.

<sup>26</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003), 6..



d) Membentuk konsumen yang lebih efektif dalam pembelian.<sup>27</sup>

Engel dan Roger, Blackwell dan Miniard mengemukakan bahwa perilaku konsumen perlu dipahami oleh produsen atau pemasar agar bisa memperoleh keuntungan adalah sebagai berikut:

- 1) Konsumen dengan perilaku (terutama perilaku beli) adalah wujud dari kekuatan tawar-menawar salah satu kekuatan kompetitif menentukan intensitas persaingan dan profitabilitas perusahaan.
- 2) Analisis konsumen menjadi landasan bagi manajemen pemasaran dan akan membantu manajer melakukan hal-hal seperti merancang bauran pemasaran, melakukan segmentasi pasar, melakukan pemosisian, melakukan analisis lingkungan perusahaan, mengembangkan tren penelitian pasar, dan mengembangkan produk baru atau inovasi produk.
- 3) Analisis konsumen memainkan peranan yang sangat penting dalam pengembangan kebranding publik perusahaan.
- 4) Pengetahuan perilaku konsumen dapat meningkatkan kemampuan pribadi seseorang untuk menjadi konsumen yang lebih efektif.
- 5) Analisis konsumen memberikan pemahaman perilaku manusia secara umum.

---

<sup>27</sup> Erny Rachmawati, Suliyanto dan Agus Suroso, *Peran Kesadaran Merek Halal Pada Perilaku Konsumen*, (Purwokerto: UM Purwokerto Press), 7.

## 2. Pembiayaan

### 1) Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dananya kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pihak pemilik dana kepada pengguna dana.<sup>28</sup> Pemilik dana percaya kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar.

Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan

jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam suatu akad pembiayaan.

Pada dasarnya pembiayaan yang dilakukan oleh bank syariah merupakan pembiayaan yang menggunakan prinsip syariah, transparansi yang penuh tanggung jawab serta jujur dalam bertransaksi. Di dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana tentunya menggunakan kerangka hukum positif yang berlaku namun tetap dalam bingkai syariah.

---

<sup>28</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), 83.

## 2) Unsur Pembiayaan

Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan demikian, pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama. Berdasarkan hal di atas, unsur-unsur dalam pembiayaan tersebut adalah<sup>29</sup>:

### a) Bank

Merupakan badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.

### b) Mitra Usaha/*Partner*

Merupakan pihak yang mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, atau pengguna dana yang disalurkan oleh bank syariah.

### c) Kepercayaan (*Trust*)

Bank syariah memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi kewajiban untuk mengembalikan dana bank syariah sesuai dengan jangka waktu tertentu yang diperjanjikan. Bank syariah memberikan pembiayaan kepada mitra usaha sama artinya dengan bank memberikan kepercayaan kepada pihak penerima pembiayaan,

---

<sup>29</sup> Ibid., 85.

bahwa pihak penerima pembiayaan akan dapat memenuhi kewajibannya.

d) Risiko

Setiap dana yang disalurkan/diinvestasikan oleh bank syariah selalu mengandung risiko tidak kembalinya dana. Risiko pembiayaan merupakan kemungkinan kerugian yang akan timbul karena dana yang disalurkan tidak dapat kembali.

e) Jangka waktu

Merupakan periode waktu yang diperlukan kepercayaan nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh bank syariah. Jangka waktu dapat bervariasi antara lain jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Jangka pendek adalah jangka waktu pembayaran kembali pembiayaan hingga 1 tahun. Jangka menengah merupakan jangka waktu yang diperlukan dalam melakukan pembayaran kembali antara 1 hingga 3 tahun. Jangka panjang adalah jangka waktu pembayaran kembali pembiayaan yang lebih dari 3 tahun.

3) Jenis-Jenis Pembiayaan

Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal berikut:

- a) Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk

peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.

- b) Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.<sup>30</sup>

#### 4) Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan didalam perekonomian, perdagangan, dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a) Pembiayaan Merupakan Alat yang Dipakai untuk Memanfaatkan *Idle Fund*

Bank dapat mempertemukan pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana. Pembiayaan merupakan satu cara untuk mengatasi gap antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang membutuhkan dana. Bank dapat memanfaatkan dana yang *idle* untuk disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Dana yang berasal dari golongan yang kelebihan dana, apabila disalurkan kepada pihak yang membutuhkan dana, maka akan efektif, karena dana tersebut dimanfaatkan oleh pihak yang membutuhkan dana.

<sup>30</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 160.

### b) Pembiayaan Sebagai Alat Pengendali Harga

Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan, akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar, dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak pada penurunan harga.<sup>31</sup>

Dari fungsi di atas dapat dikatakan bahwa, masyarakat yang memiliki uang berlebihan dan dititipkan di bank maka uang tersebut akan dimanfaatkan oleh orang lain untuk usaha, sehingga mendapatkan hasil. Hasil tersebut yang kemudian diberikan sesuai proporsi dan nisbah yang ditentukan kepada nasabah penyimpan dana dan juga bank sebagai pengelola.

Hal inilah yang menjadikan perekonomian menjadi tumbuh dan berkembang. Nasabah yang mendapatkan pembiayaan dari bank syariah mampu meningkatkan usahanya, baik itu barang produksi, perdagangan, pertanian dan lain-lain, dimana mampu menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, membantu meningkatkan persediaan kebutuhan masyarakat, sehingga meminimalisir import, dimana kebutuhan yang dibuat dan diproduksi oleh negara lain.

---

<sup>31</sup> Ismail, *Perbankan syariah*, 86.

Peningkatan pendapatan masyarakat berarti meningkatkan peredaran uang yang meningkat, baik itu melalui cek dan giro. Fungsi lain pembiayaan di bank syariah sebagai alat ekonomi Internasional.<sup>32</sup> Hal ini lebih disebabkan oleh transaksi perekonomian tidak hanya terjadi di dalam negeri. Nasabah yang memiliki usaha ekspor maupun import baik bahan baku, setengah jadi ataupun jadi, maka membutuhkan transaksi pembiayaan sesuai dengan kebutuhan dengan berbagai kemudahan yang diberikan oleh bank syariah.

#### 5) Manfaat Pembiayaan

Beberapa manfaat atas pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah kepada mitra usaha antara lain:

##### a) Manfaat Pembiayaan Bagi Bank

- 1) Pembiayaan akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas bank. Hal ini dapat tercermin pada perolehan laba. Dengan adanya peningkatan laba usaha bank akan menyebabkan kenaikan tingkat profitabilitas bank.
- 2) Pemberian pembiayaan kepada nasabah secara sinergi akan memasarkan produk bank syariah lainnya seperti produk dana dan jasa. Salah satu kewajiban debitur yaitu membuka rekening (giro wadiah, tabungan wadiah, atau tabungan mudharabah) sebelum mengajukan permohonan pembiayaan.

<sup>32</sup> Rivai, *Islamic Financial*, 9.

Sehingga pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah, secara tidak langsung juga telah memasarkan produk pendanaan maupun produk pelayanan jasa bank.

- 3) Kegiatan pembiayaan dapat mendorong peningkatan kemampuan pegawai untuk lebih memahami secara rinci aktivitas usaha para nasabah di berbagai sektor usaha. Pegawai bank semakin terlatih untuk dapat memahami berbagai sector usaha sesuai dengan jenis usaha nasabah yang dibiayai.<sup>33</sup>

b) Manfaat Pembiayaan Bagi Debitur.

- 1) Meningkatkan usaha nasabah. Pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah memberikan manfaat untuk memperluas volume usaha. Pembiayaan untuk pembelian bahan baku, pengadaan mesin dan peralatan, dapat membantu nasabah untuk meningkatkan volume produksi dan penjualan.
- 2) Nasabah dapat memilih berbagai jenis pembiayaan berdasarkan akad sesuai dengan tujuan penggunaannya.
- 3) Jangka waktu pembiayaan disesuaikan dengan jenis pembiayaan dan kemampuan nasabah dalam membayar kembali pembiayaannya, sehingga nasabah dapat mengestimasi keuangannya dengan tepat.

---

<sup>33</sup> Ibid., 10.



c) Manfaat Pembiayaan bagi Pemerintah

- 1) Pembiayaan dapat digunakan sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan sector riil, karena uang yang tersedia di bank menjadi tersalurkan kepada pihak yang melaksanakan usaha. Pembiayaan yang diberikan kepada perusahaan untuk investasi atau modal kerja, akan meningkatkan produksinya, sehingga peningkatan volume produksi akan berpengaruh pada peningkatan volume usaha dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan secara nasional.
- 2) Pembiayaan bank dapat digunakan sebagai alat pengendali moneter. Pembiayaan diberikan pada saat dana bank berlebihan atau dengan kata lain pada saat peredaran uang di masyarakat terbatas. Pemberian pembiayaan ini dapat meningkatkan peredaran uang di masyarakat akan bertambah sehingga arus barang juga bertambah. Sebaliknya, dalam hal peredaran uang di masyarakat meningkat, maka pemberian pembiayaan dibatasi, sehingga peredaran uang di masyarakat dapat dikendalikan, sehingga nilai uang dapat stabil.
- 3) Pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Peningkatan lapangan kerja terjadi karena nasabah yang mendapat pembiayaan terutama pembiayaan investasi atau modal kerja yang tujuannya ialah

untuk meningkatkan volume usaha, tentunya akan meyerap jumlah tenaga kerja. Penyerapan jumlah tenaga kerja akan meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya secara total akan meningkatkan pendapatan nasional.<sup>34</sup>

#### 6) Prinsip Analisis Pembiayaan

Prinsip analisis pembiayaan merupakan pedoman yang harus diperhatikan oleh pejabat pembiayaan bank syariah pada saat melakukan analisis pembiayaan. Sebelum suatu pembiayaan disetujui, bank harus merasa yakin bahwa pembiayaan yang diberikan nanti benar-benar akan kembali. Biasanya analisis yang dilakukan oleh pihak bank untuk mendapatkan nasabah yang benar-benar menguntungkan dilakukan analisis 5 C, analisis 4 P, dan analisis 3 R.<sup>35</sup>

Adapun penjelasan untuk analisis dengan 5 C adalah sebagai berikut:

##### a) *Character*

Suatu keyakinan bahwa, sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya, hal ini tercantum dari latar belakang si nasabah baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi seperti: cara hidup atau gaya hidup yang dianut, keadaan keluarga, hoby dan

<sup>34</sup> Ibid., 88.

<sup>35</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 95.

sosial standingnya. Ini semua merupakan ukuran “kemauan” membayar.

b) *Capacity*

Untuk melihat nasabah dalam kemampuan dalam bidang bisnis yang dihubungkan dengan pendidikannya, kemampuan bisnis juga diukur dengan kemampuannya dalam memahami tentang ketentuan-ketentuan pemerintah. Begitu pula dengan kemampuannya dalam menjalankan usahanya selama ini. Pada akhirnya akan terlihat “kemampuannya” dalam mengembalikan kredit yang disalurkan.

c) *Capital*

Untuk melihat nasabah dalam kemampuannya di bidang bisnis yang dihubungkan dengan pendidikannya. Kemampuan bisnis juga diukur dengan kemampuan dalam memahami tentang ketentuan-ketentuan pemerintah. Begitu pula dengan kemampuannya dalam menjalankan usahanya selama ini. Pada akhirnya akan terlihat “kemampuannya” dalam mengembalikan kredit yang disalurkan.

d) *Colleteral*

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun nonfisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang diberikan. Jaminan juga harus diteliti keabsahannya sehingga jika terjadi sebuah masalah, maka

jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin.

*e) Condition*

Artinya keadaan meliputi kebijakan pemerintah, politik, segi budaya yang mempengaruhi perekonomian. Penilaian terhadap kondisi ekonomi dapat dilihat dari keadaan konjungtur, peraturan-peraturan pemerintah, situasi, politik, perekonomian dunia serta keadaan lain yang mempengaruhi pemasaran.

Kemudian penilaian kredit dengan metode analisis 4P adalah sebagai berikut:

a) *Personality* atau kepribadian debitur merupakan segi subjektif namun penting dalam penentuan pemberian kredit, sehingga

dengan demikian perlu dikumpulkan data-data mengenai calon debitur tersebut.

b) *Purpose* atau tujuan, yang menjadi sorotan dari segi ini yaitu menyangkut tujuan penggunaan kredit apakah digunakan untuk kegiatan konsumtif, produktif, atau kegiatan spekulatif.

c) *Prospect* atau masa depan dari kegiatan yang mendapatkan pembiayaan kredit tersebut, adapun unsur-unsur yang dapat menjadi penilaian mengenai prospek tersebut yaitu: bidang usaha, pengelolaan bidang usaha. Kebijakan pemerintah, dan sebagainya.

d) *Payment* atau cara pembayarannya, hal yang menjadi perhatian misalnya mengenai kelancaran aliran dana (*Cash flow*).<sup>36</sup>

Di samping menggunakan prinsip pemberian kredit di atas, bank dalam memberikan kredit juga menggunakan prinsip 3R, yaitu:

a) *Returns* (Hasil yang diperoleh)

*Returns*, yakni hasil yang diperoleh oleh debitur, dalam hal ini ketika kredit telah dimanfaatkan dan dapat diantisipasi oleh calon kreditor. Artinya perolehan tersebut mencukupi untuk membayar kembali kredit beserta bunga, ongkos-ongkos, di samping membayar keperluan perusahaan yang lain seperti untuk *cash flow*, kredit lain jika ada dan sebagainya.

b) *Repayment* (Pembayaran kembali)

Kemampuan bayar dari pihak debitur tentu saja juga mesti dipertimbangkan. Dan apakah kemampuan bayar tersebut *match* dengan *schedule* pembayaran kembali dari kredit yang akan diberikan itu. Ini juga merupakan hal yang tidak boleh diabaikan.

c) *Risk bearing ability* (Kemampuan menanggung risiko)

Hal lain yang perlu diperhatikan juga adalah sejauh mana terdapatnya kemampuan debitur dalam menghadapi risiko yang tidak terduga.<sup>37</sup>

Prinsip-prinsip analisis pemberian kredit sebagaimana tersebut harus selalu dilakukan oleh setiap pejabat kredit bank

<sup>36</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), 89.

<sup>37</sup> Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 249.

sebagai wujud pelaksanaan prinsip kehati-hatian dalam penyaluran kredit bank kepada semua nasabah debitur agar kelak bank dapat terhindar dari persoalan kredit bermasalah dan kredit macet.

#### 7) Prosedur Analisis Pembiayaan

Prosedur analisis pembiayaan diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Berkas dan pencatatan.
- b. Data pokok dan analisis pendahuluan
  - 1) Realisasi pembelian, produksi dan penjualan
  - 2) Rencana pembelian, produksi dan penjualan
  - 3) Jaminan
  - 4) Laporan keuangan
- 5) Data kualitatif dari calon debitur.
- c. Penelitian data
- d. Penelitian atas realisasi usaha
- e. Penelitian atas rencana usaha
- f. Penelitian dan penilaian barang jaminan
- g. Laporan keuangan dan penelitiannya.<sup>38</sup>

### 3. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

KPR adalah jenis kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau hunian lainnya serta beragam kebutuhan konsumtif lain dengan menggunakan rumah yang hendak dibeli sebagai jaminan.

<sup>38</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), 89.

Pengertian KPR menurut undang-undang No. 10 tentang perbankan (1998) KPR adalah kredit jangka panjang yang disalurkan oleh perbankan kepada debiturnya untuk membangun atau memiliki rumah baru atau bekas di atas sebuah lahan dengan jaminan sertifikat kepemilikan atas rumah dan lahan itu sendiri.

Kredit kepemilikan rumah adalah suatu fasilitas yang diberikan oleh perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan membeli rumah atau memperbaiki rumah. Jenis-jenis KPR yang dikenal di Indonesia yaitu:<sup>39</sup>

#### 1) KPR subsidi

Yaitu suatu kredit yang diperuntukkan kepada masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah dalam rangka memenuhi kebutuhan perumahan atau perbaikan rumah yang telah dimiliki. Bentuk subsidi yang diberikan berupa, subsidi untuk meringankan kredit dan subsidi untuk menambah dana pembangunan atau perbaikan rumah.

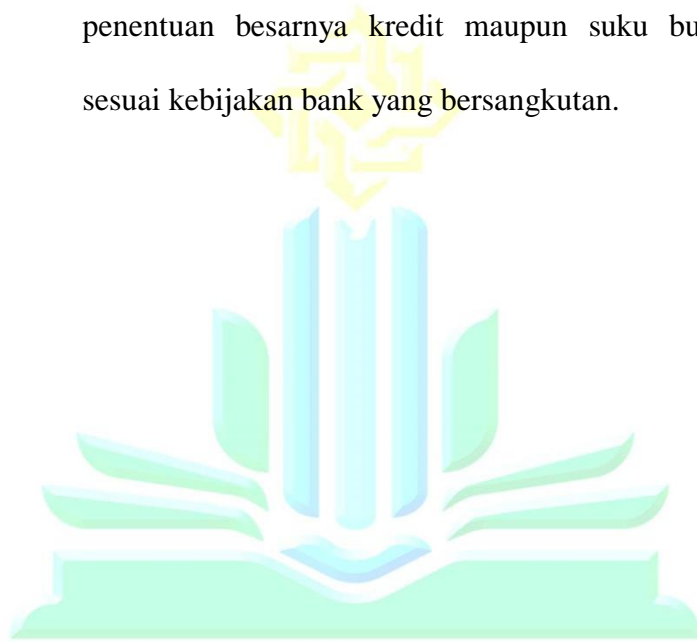
Kredit subsidi ini diatur tersendiri oleh pemerintah, sehingga tidak semua masyarakat yang mengajukan kredit dapat diberikan fasilitas ini. Secara umum batasan yang ditetapkan oleh pemerintah dalam memberikan subsidi adalah penghasilan pemohon dan maksimum kredit yang diberikan.

---

<sup>39</sup> Muhammad Rizal Satria, *Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (KPR) Pada Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 2 No. 1 January 2018,

## 2) KPR non subsidi

Yaitu suatu KPR yang diperuntukkan bagi seluruh masyarakat. Ketentuan KPR ditetapkan oleh bank, sehingga penentuan besarnya kredit maupun suku bunga dilakukan sesuai kebijakan bank yang bersangkutan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Salah satu komponen penting dalam penelitian ini adalah mengenai metode. Dengan menggunakan metode yang tepat, maka penelitian bisa dilakukan dengan mudah dan lebih terarah sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dalam melakukan penelitian tentang Analisis Perilaku Nasabah terhadap pembiayaan kredit pemilikan rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dan metode penelitian meliputi:

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian Metode penelitian

Pendekatan disini merupakan metode atau cara mengadakan penelitian seperti halnya eksperimen atau non eksperimen. Tetapi disamping itu juga menunjukkan jenis atau tipe penelitian yang diambil, dari segi tujuan misalnya eksploratif, deskriptif, historis.<sup>40</sup>

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dimana, pengertian pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami tentang fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan

---

<sup>40</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka cipta, 2003), 22.

dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>41</sup> Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif, dimana penelitian ini berusaha untuk mendeskripsikan analisis perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR di Bank BRI Kantor Cabang Jember.

Menurut Whitney, metode deskriptif merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta protes-protes yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dalam suatu fenomena.<sup>42</sup>

#### **B. Lokasi penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini bertempat di PT. Bank BRI Kantor Cabang Jember. Lokasi tersebut sebagai obyek tempat penelitian bagi peneliti untuk meneliti tentang analisis perilaku nasabah terhadap pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), yang terletak di Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 1, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember.

#### **C. Subyek Penelitian**

Dalam menentukan penelitian, atau untuk menentukan siapa yang menjadi sumber data yang peneliti tuju, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive*. Adapun *purposive* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin orang tersebut orang yang mempunyai

---

<sup>41</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 6.

<sup>42</sup> Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), 201.

wewenang/ kekuasaan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau sosial yang di teliti.

Pada penelitian ini informan yang mengetahui keadaan sosial yang dikaji adalah:

- a. Pimpinan Kepala Kantor Cabang Bank BRI Jember.
- b. Bapak Umam selaku bagian Marketing pada produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember.
- c. Ibu Ajeng selaku bagian Marketing produk KPR di Kantor Cabang Jember.
- d. Para pihak yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui tehnik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>43</sup>

Adapun teknik dan instrumen pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Observasi tidak terbatas pada orang,

---

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 224.

tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>44</sup>

Nasution menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.<sup>45</sup> Dalam observasi ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Disini peneliti mengobservasi tentang perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR di Bank BRI kantor cabang Jember.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi secara lisan dari informan, melakukan interaksi verbal secara langsung dengan tatap muka atau dengan menggunakan media (seperti telepon), dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjawab permasalahan.<sup>46</sup>

Metode wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara terstruktur akan dilakukan bersama dengan

---

<sup>44</sup> Ibid., 137-145.

<sup>45</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 226.

<sup>46</sup> Bambang Rustanto, *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 58.

Marketing dan Karyawan PT. BRI kantor cabang Jember untuk mengetahui informasi mengenai:

- 1) Untuk mengetahui perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR di Bank BRI Kantor Cabang Jember.
- 2) Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku nasabah pada pembiayaan KPR di Bank BRI Kantor Cabang Jember.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>47</sup> Pengumpulan data dengan teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang di dapat melalui teknik wawancara dan observasi. Dokumentasi yang diteliti adalah data-data tertulis seperti data karyawan, nasabah, serta yang berkaitan dengan perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR di BRI KC Jember.

#### E. Metode Analisis data

Metode analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat

---

<sup>47</sup> Sugiono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 240.

kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain. Menurut *Miles* dan *Huberman* bahwa dalam proses melakukan analisis data dengan cara sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang telah jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi data merupakan kesimpulan yang mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karna seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Ibid, 244-252

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi sumber yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.<sup>49</sup> Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b) Membandingkan apayang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan pribadi.
- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

## G. Tahap-Tahap penelitian

Pada bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan peneliti, melalui dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.<sup>50</sup> Secara garis besar, penelitian kualitatif menempuh tiga tahapan

---

<sup>49</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 330.

<sup>50</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (IAIN JEMBER), 48.

yaitu : tahapan pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis atau interpretasi data. Adapun tahapan-tahapan tersebut sebagai berikut:

#### 1. Tahapan pralapangan

Pada tahapan ini, kegiatan yang dilakukan peneliti adalah:

- 1) Menusun rencana penelitian secara fleksibel (membuat desain penelitian).
- 2) Memilih lapangan penelitian
- 3) Mengurus perizinan untuk melakukan penelitian kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan.
- 4) Menjajaki dan menilai lapangan:
  - a) Pemahaman atas petunjuk dan cara hidup peserta penelitian.
  - b) Memahami pandangan hidup peserta penelitian.
  - c) Penyesuaian diri dengan keadaan lingkungan tempat atau latar penelitian.
- 5) Memilih dan memanfaatkan informan
- 6) Menyiapkan perlengkapan penelitian
- 7) Memperhatikan etika penelitian

#### 2. Tahap pekerjaan lapangan:

Pada tahapan ini yang dilakukan peneliti adalah:

- 1) Memahami latar penelitian
- 2) Pengenalan hubungan peneliti dilapangan
- 3) Jangka waktu penelitian



- 4) Memasuki lapangan
- 5) Keakraban hubungan
- 6) Mempelajari bahasa
- 7) Peranan peneliti
- 8) Pengarahan batas penelitian
- 9) Mencatat data



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaan Objek Penelitian

##### 1. Sejarah berdirinya Perusahaan

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan bank pemerintahan yang beroperasi pertama kali di Indonesia. Dalam perkembangannya BRI sudah mengalami perubahan nama berkali-kali dan status yang memiliki kaitan eratnya dengan sejarah bangsa Indonesia. Perubahan-perubahan yang dilakukan BRI tentunya mengandung arti penting bagi perkembangan dan pertumbuhan Bank BRI. Hal ini sejalan dengan cita-cita dan tujuan Bank BRI yang tertuang dalam visi dan misi Bank BRI dalam melayani nasabah. Bank BRI sendiri hingga saat ini merupakan salah satu perusahaan milik pemerintah yang termasuk dalam perusahaan Badan Usaha milik Negara (BUMN).

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di wilayah Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *de Purwokertosche hulp en Sparban der Inlandsche Hoofden* atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto”. Lembaga Keuangan tersebut berdiri sejak tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian diperingati sebagai hari lahir Bank BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah setelah peristiwa Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia tanggal 17 Agustus 1945 dengan peraturan pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintahan Pertama di Indonesia. Pada masa mempertahankan kemerdekaan Republik Indonesia kegiatan BRI sempat terhenti sementara waktu, dan setelah terdapat perjanjian Renville yaitu pada tahun 1949 kegiatan tersebut mulai aktif kembali, yang kemudian berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Dengan ditandai PERPU No. 41 tahun 1960 membentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleuran dari Bank BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschaappij (NHM). Kemudian diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan penetapan presiden (Perpres) No. 9 tahun 1965 dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah kegiatan berjalan selama satu bulan, pemerintah mengeluarkan Perpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan Bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia yang sebelumnya bernama Bank Indonesia Urusan Koperasi, Petani dan Nelayan diintegrasikan menjadi Bank Negara %%% dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia.

Selanjutnya, berdasarkan undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai Bank Umum. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan undang-undang perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI saat itu masih 100% ditangan pemerintah republik Indonesia. Pada tahun 200 pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, yang masih digunakan sampai saat ini.<sup>51</sup>

## 2. Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia

### a) Visi PT. Bank Rakyat Indonesia

Menjadi Bank Komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

### b) Misi PT Bank Rakyat Indonesia

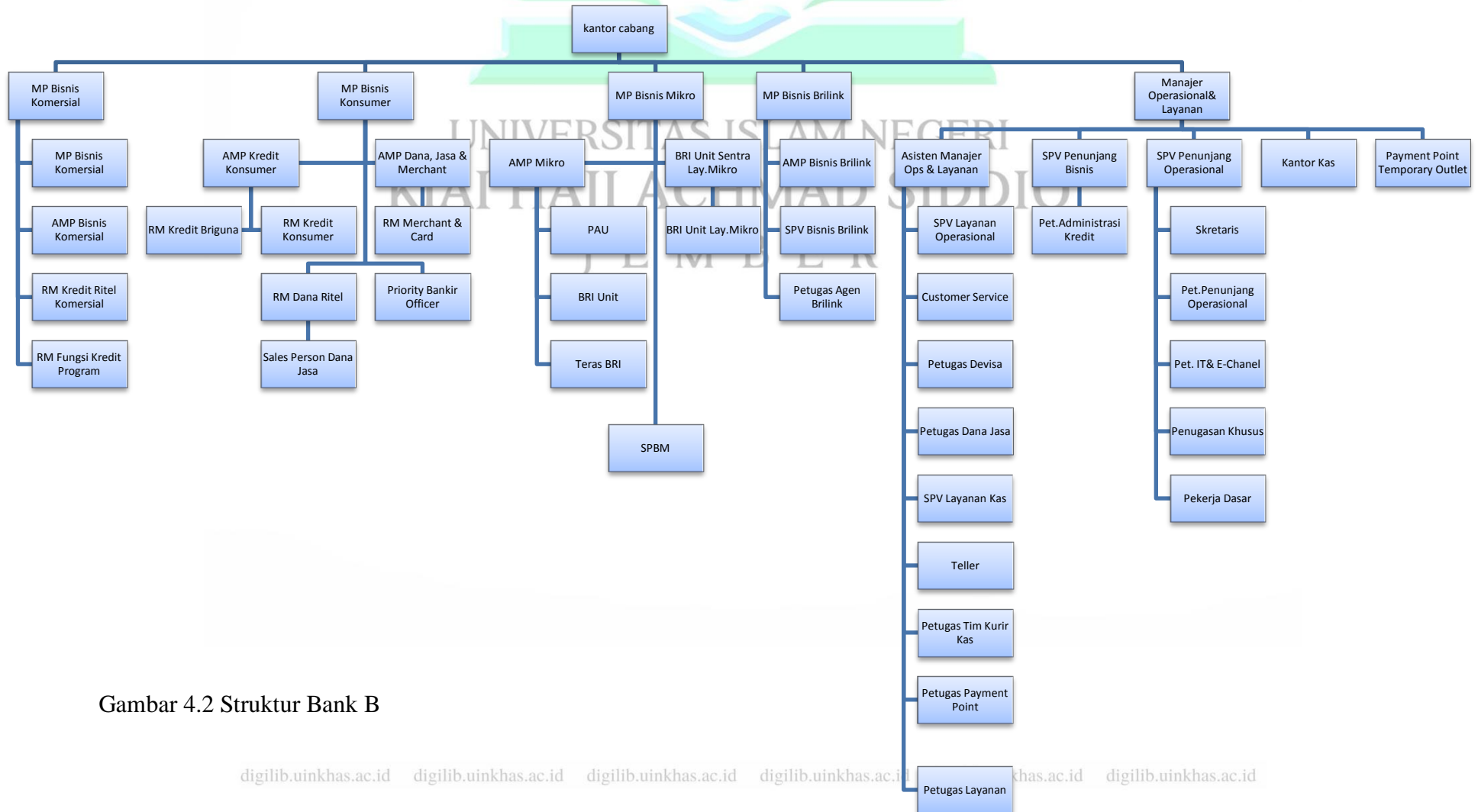
- 1) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- 2) Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang professional yang melaksanakan praktek *Good Corporate Governance*.

---

<sup>51</sup> Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember diakses 2023



### 3. Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia



Gambar 4.2 Struktur Bank B

#### **4. Tugas dan Tanggung jawab masing-masing pada Bank BRI KC**

##### **Jember**

##### **a. Pimpinan Cabang**

- 1) Memimpin kantor cabang sesuai dengan tugas dan mengatur BRI Kantor Cabang.
- 2) Mengelola kegiatan kantor cabang Bank Rakyat Indonesia dan unit di wilayahnya.
- 3) Mengambil keputusan sampai dengan batas tugas dan wewenang yang dimilikinya serta menentukan dan mengatur pelaksanaan operasional kantor cabang sesuai dengan keijaksanaan umum direksi atau kebijakan dari kantor wilayah.
- 4) Melakukan pengawasan dan penilaian terhadap pelaksanaan program kantor cabang
- 5) Memberikan saran-saran dan pertimbangan kepada direksi tentang tindakan atau langkah-langkah yang perlu diambil dalam bidang tugasnya.

##### **b. Teller**

- 1) Melayani penarikan, transfer dan penyetoran uang dari pelanggan.
- 2) Memasukan transaksi nasabah ke dalam computer untuk mencatat transaksi dan mengeluarkan tanda terima yang dihasilkan oleh computer.

- 3) Melakukan pemeriksaan kas dan menghitung transaksi harian menggunakan computer, kalkulator, atau mesin penghitung.
  - 4) Menerima cek dan uang tunai untuk deposito, memverifikasi jumlah, dan periksa keakuratan slip setoran.
- c. AO (*Account Officer*)
- 1) Memutuskan kredit sesuai dengan kewenangannya.
  - 2) Menentukan potensi ekonomi unit kerja sehingga dapat dimanfaatkan untuk mengusulkan pasar sasaran.
  - 3) Sejak kredit diberikan sampai dikembalikan, ia bertanggung jawab atas pengembangan kredit.
- d. FO (*Funding Officer*)
- 1) Melaksanakan aktivitas penjualan, dengan menghubungi, menemui dan menjual kepada nasabah potensi guna menarik nasabah sebanyak-banyaknya.
  - 2) Melakukan kegiatan pemasaran produk dana dan jasa dengan Cross Selling untuk mengoptimalkan bisnis BRI.
- e. CS (*Customer Service*)
- 1) Memberikan informasi kepada calon nasabah mengenai produk BRI guna menunjang pemasaran produk BRI.
  - 2) Memberikan informasi saldo simpanan, transfer maupun pinjaman bagi nasabah yang memerlukan guna memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah



- 3) Membantu nasabah yang memerlukan pengisian aplikasi dana maupun jasa BRI guna memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah.

f. Sekretaris

- 1) Mengagendakan surat keluar dan surat masuk dengan tertib sesuai ketentuan yang berlaku dan meningkatkan pelayanan pada nasabah dan internal.
- 2) Mengatur lalu lintas komunikasi telpon, faksimil, internet dalam rangka menjaga efektifitas komunikasi kerja.
- 3) Menyiapkan konsep dan mengetik surat sesuai permintaan atasannya dalam rangka pelaksanaan kerja.

## 5. Produk-produk Bank BRI KC Jember.

Produk yang disiapkan untuk memenuhi kebutuhan finansial sesuai profil nasabah, untuk mendapatkan potensi yang maksimal dan manfaat perlindungan yang lengkap.

a) Tabungan BRI Simpedes

merupakan simpanan masyarakat dalam bentuk rupiah yang penarikannya tidak dibatasi baik frekuensi maupun jumlahnya.

b) Tabungan Britama

merupakan produk tabungan yang didukung dengan adanya fasilitas e-banking dalam melakukan transaksi.

c) Tabungan BRI Simpel

merupakan produk tabungan yang dikhususkan bagi para siswa/pelajar.

d) TabunganKu

Merupakan produk simpanan untuk nasabah perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank yang bertujuan untuk menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

e) Tabungan Haji

Merupakan produk tabungan yang diperuntukan bagi perorangan guna mempersiapkan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

f) BritAma Bisnis

Produk tabungan BRI yang diutamakan digunakan dalam bisnis dengan memberikan keleluasaan lebih dalam bertransaksi, kejelasan lebih dalam pencatatan transaksi dan keuntungan yang lebih dalam pencatatan transaksi.

g) Giro BRI Rupiah

merupakan jenis simpanan dalam bentuk mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan cek/bilyet giro.

h) Deposito

merupakan simpanan berjangka dalam bentuk rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu.

i) Pinjaman KPR

Merupakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang diberikan secara individu untuk membeli rumah/apartemen dan ruko melalui developer atau pun non developer.

**B. Penyajian Data dan Analisis**

**1. Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember.**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan di BRI tentang analisis perilaku nasabah terhadap pembiayaan KPR adalah sebagai berikut.

a. Perilaku nasabah

Perilaku nasabah adalah sebuah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut. Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi. Pada umumnya responden memiliki beberapa nasabah dengan bermacam-macam karakteristik.

Bapak Umam selaku Seles Marketing yang menyatakan bahwasannya:

“Beliau mempunyai banyak pengalaman pada saat penagihan pembiayaan. Selama ini yang saya alami bekerja disini selama tiga tahun. Kalau untuk nasabah itu sendiri

berbagai macam karakter, salah satunya yang paling banyak di sini lebih takut untuk telatnya”.<sup>52</sup>

Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa ketika nasabah mendapatkan persetujuan pembiayaan KPR dari pihak bank, nasabah merasa takut dalam hal pembayaran angsurannya. Bahkan pada saat dilakukan penagihan, pihak bank mendapatkan perlakuan kurang baik. Begitu juga menurut Ibu Ajeng selaku bagian marketing yang mengatakan bahwasannya:

“lebih susah pada saat ditagihnya, padahal sudah jatuh tempo sedangkan saya juga sudah nagih, itu pun balik marah mbak. Ya ada beberapa lah yang ditagih itu marah. Dan kebanyakan nasabah saya seperti itu”.<sup>53</sup>

Walaupun pihak bank mendapatkan perlakuan kurang baik, akan tetapi pihak bank tetap melakukan penagihan sampai pelunasan. Jika terjadi kredit macet pihak bank tentunya akan bertindak dan tentu sesuai dengan prosedur yang telah diterapkan di bank BRI KC Jember.

b. Proses pengambilan keputusan pembelian

Untuk memahami perilaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember diperlukan beberapa tahapan, diantaranya adalah sebagai berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi,

<sup>52</sup> Umam, Wawancara, BRI KC Jember 24 Juni 2023.

<sup>53</sup> Ajeng, Wawancara BRK KC Jember 24 Juni 2023.

evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pascapembelian.

#### 1) Pengenalan masalah

Dari beberapa nasabah yang sudah diwawancarai ditemukan data, bahwa dalam memperoleh tempat tinggal yang siap huni, aman dan terpercaya, tentunya mereka membutuhkan lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas pemberian kredit pemilikan rumah yang siap huni.

Seperti yang dinyatakan beberapa nasabah yakni menurut Ibu Ulfa selaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI KC Jember yang mengatakan bahwasannya:

“ Saya puas dengan pelayanan Bank BRI mengenai KPR, karena saya kurang pandai dalam mengatur keuangan. Jadi semenjak mengambil KPR di Bank BRI KC Jember, saya jadi rajin menabung dan menyisihkan sisa gaji untuk memenuhi kewajiban pembayaran angsuran kredit KPR perbulannya”.<sup>54</sup>

Selain itu adanya pendapat lain dikatakan oleh Ibu Titin selaku nasabah di Bank BRI KC Jember yang mengatakan bahwasannya:

“ Saya semenjak berkeluarga, saya dan suami memutuskan untuk mengambil KPR karena kami bersepakat untuk tidak tinggal dengan orang tua kami, sehingga dengan adanya KPR saya dan suami lebih mandiri”.<sup>55</sup>

<sup>54</sup> Ulfa, Wawancara, 24 Juni 2023.

<sup>55</sup> Titin, Wawancara, 24 Juni 2023.

## 2) Pencarian informasi

Beberapa nasabah yang yang sudah diwawancarai, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam memiliki hunian, mereka terlebih dahulu melakukan pencarian informasi terkait dengan lembaga keuangan yang menyediakan jasa pembiayaan KPR

Menurut Bapak Pras mengatakan bahwasanya:

“Semenjak bekerja di Djarum letak kantor saya dekat dengan perumahan yang menggunakan sistem KPR, sehingga saya tertarik untuk mengambil KPR. Begitu juga saya mendapatkan informasi dari teman yang satu tempat kerjanya sama dengan saya, mengatakan bahwa kualitasnya baik maka dari itu saya berminat untuk mengambilnya.”<sup>56</sup>

## 3) Evaluasi alternatif

Tahap selanjutnya dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah dengan konsumen melakukan evaluasi alternatif. Konsumen akan memproses informasi yang diperolehnya dengan mengevaluasi dan memberikan penilaian terhadap informasi tersebut.

Menurut Ibu lisa selaku nasabah menyatakan bahwa:

“ Saya tertarik mengabil KPR, karena bentuk rumah yang BRI tawarkan baik dan minimalis. Sehingga saya tertarik untuk mengambilnya”.<sup>57</sup>

<sup>56</sup> Pras, Wawancara, Jember, 24 Juni 2023.

<sup>57</sup> Lisa, Wawancara, Jember, 24 Juni 2023.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember**

Demi kelancaran Bank BRI KC. Jember dalam menentukan nasabah yang layak untuk mendapatkan pembiayaan kredit pemilikan rumah (KPR) harus diketahui beberapa faktor diantaranya:

### 1) Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta peranan dan status sosial konsumen. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil yaitu kelompok yang mempunyai pengaruh langsung. Definisi kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama.

Keluarga dapat mempengaruhi perilaku pembelian. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat.

Menurut bapak umam selaku bagian marketing mengatakan bahwasannya:

“Seperti nasabah yang menunggak atau yang mengalami gagal bayar di Bank BRI KC. Jember lebih tinggi di karenakan gaya hidupnya yang mengakibatkan kredit macet”<sup>58</sup>.

---

<sup>58</sup> Umam, Wawancara BRI Kantor Cabang Jember.

Ada pula faktor sosial yang dialami oleh Ibu Erni menyatakan bahwa:

“Karena status saya sebagai seorang istri dan tempat suami saya kerja di Gudang Garam Jember, lalu saya ikut suami untuk tinggal di Jember dan mengambil KPR. Selain itu, adanya saudara yang juga ikut serta menjadi nasabah di KPR Bank BRI Kantor Cabang Jember.”<sup>59</sup>

## 2) Faktor kebudayaanya

Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dalam perilaku konsumen. Perusahaan harus mengetahui peranan yang dimainkan oleh budaya, sub-budaya, dan kelas sosial pembeli. Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

Menurut bapak umam selaku bagian marketing mengatakan bahwasannya:

“Nasabah lebih mengutamakan gaya hidupnya dari pada pembayaran kredit yang saya katakan tadi sehingga nasabah sering meremehkan pembayaran kredit dan mengakitkan kredit macet”.<sup>60</sup>

Selain itu adanya faktor budaya dan faktor pribadi juga mempengaruhi keputusan dalam memilih pembiayaan KPR yang dikatakan Ibu Novi selaku nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Jember yakni:

<sup>59</sup> Erni, Wawancara, Jember, 24 Juni 2023.

<sup>60</sup> Umam, Wawancara, Bank BRI Kantor Cabang Jember 2023.



“Saya memilih KPR di Bank BRI karna tempat kerja saya kebetulan dijember tepatnya di KAI Jember, sehingga mudah dan dekat jarak rumah dengan tempat kerja saya saat ini”.<sup>61</sup>

### 3) Faktor pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahapan daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan konsep diri pembeli.

Menurut bapak umam selaku bagian marketing mengatakan bahwasannya:

“Sama halnya dengan faktor sosial, dimana nasabah mengalami gagal bayar atau kredit macet karena gaya hidupnya yang diutamakan”.<sup>62</sup>

## C. Pembahasan Temuan

Dari hasil penelitian diatas, data penelitian yang diperoleh melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkenaan dengan “Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember, maka perlu diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan berkaitan dengan topik penelitian. Untuk itu pembahasan temuan akan disesuaikan dengan yang menjadi pokok pembahasan, guna mempermudah dalam jawaban pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian.

<sup>61</sup> Novi, Wawancara, Jember, 24 Juni 2023.

<sup>62</sup> Umam, Wawancara, Bank BRI Kantor Cabang Jember, 24 Juni 2023

## 1. Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember

Perilaku nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Jember yakni adanya hubungan interaksi yang sangat erat antara pihak Bank BRI Kantor Cabang Jember dengan pihak nasabah. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk strategi dalam menarik minat nasabah terhadap produk-produk yang ada di Bank BRI Kantor Cabang Jember.

Seperti yang didefinisikan oleh Loudan dan Bitta lebih menekankan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan. Mereka mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.<sup>63</sup>

Untuk mengembangkan hubungan saling menguntungkan yang lebih kuat antara bank dan nasabahnya, untuk mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh nasabah seperti dalam layanan bank harus menyediakan kebutuhan sesuai dengan yang diinginkan nasabah.<sup>64</sup>

Perilaku nasabah merupakan sebuah tindakan yang langsung terlibat dalam mengkonsumsi, menghabiskan, serta mendapatkan produk atau jasa, termasuk dalam proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Selain itu, dengan adanya kebutuhan keinginan nasabah, maka dapat dilihat dari beberapa tahapan dalam proses

---

<sup>63</sup> Zainal Aripin & M. Rizqi Padma Negara, *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Penerbit Deepulish), 45.

<sup>64</sup> Wisnu Ryhan Adhitya, "Analisis Perilaku Nasabah dan Loyalitas Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit di Koperasi Simpan Pinjam Baitul Maal Wattamwill (BMT) Medan Johor," *Accumlated Journal*, Vol. 1, no. 2 (July 2019).

pengambilan keputusan diantaranya adalah: pengenalan masalah, pencarian informasi evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku sesudah pembelian.

#### 1) Pengenalan masalah

Pengenalan masalah merupakan proses pembelian diawal, yang mana pada saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah nasabah Bank BRI Kantor Cabang Jember yakni di pengaruhi oleh adanya kebutuhan tempat tinggal. Dengan adanya berbagai macam model rumah yang ditawarkan oleh pihak Bank BRI Kantor Cabang Jember dapat menarik minat nasabah.

Pihak Bank dalam memberikan suatu pembiayaan khususnya pembiayaan KPR di Bank BRI Kantor Cabang Jember harus dapat memahami karakter dan sifat yang dimiliki oleh setiap calon nasabahnya. Karena hal ini merupakan poin yang paling penting dan paling utama agar para nasabah memilih dan membeli produk yang ditawarkan oleh pihak Bank BRI Kantor Cabang Jember, terutama dalam hal pembiayaan KPR. Tentunya pihak Bank BRI Kantor Cabang Jember juga harus melihat seberapa minat calon nasabah dalam mengambil rumah yang siap huni.

Berdasarkan hasil temuan bahwa individu atau perorangan tentunya memiliki perilaku dan karakteristik yang berbeda-beda, maka pihak bank harus memahami dengan seksama supaya dapat memenuhi

kebutuhan sesuai dengan keinginan nasabahnya. Perilaku nasabah lebih menekan pada sikap individu dalam pelaksanaan pembelian barang dan jasa serta menggunakannya.

## 2) Pencarian informasi

Pencarian informasi yakni suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan informasi. Perilaku pencarian informasi dimulai ketika seseorang merasa bahwa pengetahuan yang dimilikinya saat itu kurang dari pengetahuan yang dibutuhkannya.<sup>65</sup>

Hasil temuan bahwa setiap individu berbeda mencari informasi sehingga calon yang mengajukan KPR mencari informasi sebanyak-banyaknya agar tidak salah mengambil keputusan untuk mengambil rumah dalam jangka waktu panjang.

## 3) Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merk dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada proses ini, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya. Setelah menentukan kriteria atau atribut dari produk atau merk yang dievaluasi, maka langkah berikutnya adalah menentukan alternatif pilihan.<sup>66</sup>

Hasil temuan bahwa kualitas KPR sangat berpengaruh untuk menarik minat masyarakat dalam mengambil KPR di Kantor Cabang

<sup>65</sup> Ida Mariani Pasaribu, Muhammad Rasyid Ridlo, Herry Fernando Tarigan, "Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia", *Libraria*, Vol. 7, No. 1, 2019, 92.

<sup>66</sup> Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012.

BRI Jember, sehingga suatu hal utama yang di perhitungkan bagi masyarakat agar apa yang menjadi pilihan sesuai dengan apa yang masyarakat inginkan

## **2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember**

Berdasarkan hasil temuan dari yang peneliti dapatkan di Bank BRI KC. Jember yaitu dilihat dari faktor perilaku nasabah terhadap pembiayaan kredit pemilikan rumah (KPR) seperti:

- 1) Faktor kebudayaan, kebudayaan dapat didefinisikan sebagai salah satu faktor penentu dari keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya.

Seperti faktor dari nasabah menunggak atau mengalami faktor gagal bayar, faktor sosialnya lebih tinggi, lebih ke gaya hidup dan untuk melunasi kredit susah.<sup>67</sup>

Berdasarkan hasil temuan untuk nasabah lebih mengutamakan gaya hidupnya dari pada pembayaran kredit sehingga nasabah sering meremehkan pembayaran kredit dan mengakitkan kredit macet. Sehingga haltersebut dapat mempengaruhi perilaku nasabah pada saat penagihan. Dimana pihak bank mendapatkan perlakuan tidak baik.

<sup>67</sup> Nurmawati, *Perilaku konsumen & Keputusan Pembelian*, (Malang: Media Nusa Creative, 2018), 36.

- 2) Faktor pribadi adalah keinginan dari nasabah dalam adanya kebutuhan tempat tinggal yang aman. Dalam hal ini nasabah yang menggunakan produk berasal dari keinginan mereka sendiri yang didasari dengan konsep diri, usia serta pekerjaan.

Berdasarkan hasil temuan nasabah yang menunggak atau gagal bayar lebih mengutamakan gaya hidupnya dari pada pembayaran kredit sehingga dapat mengakibatkan terjadinya kredit macet.

- 3) Faktor sosial, faktor sosial merupakan suatu perilaku seseorang yang menjadi acuan suatu kelompok berdasarkan perilaku dan gaya hidup lebih tinggi mengakibatkan untuk melunasi kredit susah. Begitu juga kelompok menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan perilaku seseorang. Gaya hidup nasabah yang berlebihan juga dapat mempengaruhi pembayaran kredit, sehingga dapat mengakibatkan kredit macet.

Berdasarkan hasil temuan nasabah yang menunggak atau mengalami gagal bayar karena lebih mengutamakan gaya hidupnya sehingga faktor sosial sangat tinggi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank BRI Kantor Cabang Jember, yang mana Kesimpulannya adalah sebagai berikut:

Perilaku nasabah adalah studi tentang bagaimana individu atau kelompok serta organisasi memilih, membeli, menggunakan, serta bagaimana barang, jasa, ide serta pengalaman dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang terdiri dari tiga faktor budaya, sosial dan pribadi. Perilaku nasabah sangatlah penting maka dari itu, pihak bank harus benar-benar memahami terlebih dahulu perilaku nasabah dalam memutuskan pembiayaan KPR, untuk menghindari terjadinya kerugian. Karena setiap individu tentunya memiliki sifat dan karakter yang berbeda-beda.

Sesuai dengan hasil yang peneliti temui bahwasannya terdiri dari tiga faktor meliputi faktor budaya, pribadi dan sosial. Jadi untuk faktor budaya, masyarakat khususnya nasabah tidak serta-merta langsung tertuju kepada bank BRI untuk melakukan pengajuan pembiayaan KPR, karena budaya mereka tidak seperti itu melainkan mencari informasi terlebih dahulu. Disamping itu, ada faktor pribadi juga karena faktor ini dapat

berpengaruh dengan adanya keinginan pribadi yang didasari dengan konsep diri, usia serta pekerjaan. Dan yang terakhir faktor sosial yang merupakan perilaku seseorang yang menjadi acuan suatu kelompok berdasarkan perilaku dan gaya hidup. Gaya hidup nasabah yang berlebihan juga dapat mempengaruhi pembayaran kredit, sehingga dapat mengakibatkan kredit macet.

## **B. Saran-Saran**

Selama melakukan kegiatan di bank BRI Kantor Cabang Jember mengenai judul ini, demikian saran yang dapat peneliti sampaikan untuk menjadikan perusahaan lebih baik kedepannya, diantaranya adalah:

1. Bagi bank BRI Kantor Cabang Jember diharapkan terlebih dahulu untuk mengetahui dan memahami bagaimana perilaku nasabah, baik pada saat pengajuan maupun pada saat pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sedang berjalan untuk menghindari terjadinya kredit macet.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam tentang perilaku nasabah dalam memilih setiap produk yang ada di perbankan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Wisnu Ryhan. Analisis Perilaku Nasabah dan Loyalitas Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit di Koperasi Simpan Pinjam Baitul Maal Wattamwill (BMT) Medan Johor. *Accumulated Journal*, Vol. 1 No. 2 July 2019.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Aripin, Zainal & M. Rizqi Padma Negara. *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Deepulish, 2021.
- Asiyah, Binti Nur. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia, 2015.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Al-fatih CV. Cipta Berkah, *Alquran Dan Terjemahannya* Surabaya: Mushaf Khatijah, 2002.
- Bank BRI Kantor Cabang Jember. Diakses 2023.
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012.
- Hadi Putra, Bayu Pratama. "Analisis Perilaku Nasabah Dalam Mengambil Keputusan Menggunakan Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Prima." Skripsi IAIN Jember, 2019.
- Hardjono. *Mudah Memiliki Rumah Lewat KPR*. Jakarta: PT Pustaka Grahatam. 2008.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Kasmir. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana, cet. 1, 2009.
- Mawaddah, Sri. "Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah Tanah Merah Kecamatan Kampar." Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. 2021.

- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Nurlita, Fingki. “Analisis Perilaku Moral Hazard Nasabah Dalam Meningkatkan Pembiayaan Bagi Hasil (Studi kasus pada Bank BNI Syariah KC Medan.” Skripsi UNMUH Sumatera Utara. 2019.
- Nurmawati. *Perilaku Konsumen*. Malang: Media Nusa Creative, 2018.
- Nurmawati. *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative, 2018.
- Pasaribu, Ida Mariani. Muhammad Rasyid Ridlo, Herry Fernando Tarigan. “Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia”. *Libraria*, Vol. 7, No. 1, 2019.
- Prastowo, Andi Prastowo. *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.
- Prastyowati, Eka. “ Perilaku Konsumen Dalam Persepsi Model Howard dan Sheth Sebagai Alternatif Memahami Perilaku Konsumen Terhadap Membeli Tempe Rambipuji di Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember.” Skripsi IAIN Jember. 2021.
- Putri, Retnandi Meita. “Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Bank Syariah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Setoran Tunai (Studi Kasus Pada Bank Syariah di Kota Semarang).” Skripsi UIN Walisongo Semarang. 2018.
- Ramadhani. MJ, Sakinah. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Perilaku Nasabah Pada Bank Syariah (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). Skripsi IAIN Palopo. 2021.
- Rachmawati, Erny, Suliyanto dan Agus Suroso. *Peran Kesadaran Merek Halal Pada Perilaku Konsumen*. Purwokerto: UM Purwokerto Press, 2019.
- Rifa, Sigma Agdha. “Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi Bagi Masyarakat Bepenghasilan Rendah Di PT BTN KCP Probolinggo Pada Periode 2017-2018.” Skripsi, IAIN Jember, 2019.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Finansial Management*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2008.
- Rivai, Veithzal dan Andria Permata Veithzal. Cet.1. *Islamic Financial Management Teori, Konsep, dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk*

- Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, dan Mahasiswa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Rizalianty, Diva. “Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri APEM Jenggawah.” Skripsi, IAIN Jember, 2018.
- Rohana. Perilaku Nasabah Tentang Kredit Konsumtif Di BNI Parepare (Analisis Etika Islam). Skripsi, IAIN Parepare, 2019.
- Rustanto, Bambang. *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Satria, Muhammad Rizal. Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (KPR) Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* Vol. 2 No. 1. 2018.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2003.
- Solihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tim Penyusun IAIN Jember. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2017.
- Usman, Rachmadi. *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Yatiman. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Anggrek (Orchidaceae) Di Tempat Usaha Yusra Dan Windha- Wan Florist”. Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018.

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : UMMUL AZHIZHAH

Nim : E20161150

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember

menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 16 Juni 2023  
Saya yang menyatakan  
Matrai 10.000



UMMUL AZHIZHAH

E20161150



## PANDUAN WAWANCARA

### **Petanyaan Kepada Pihak Bank BRI Kantor Cabang Jember**

1. Bagaimana Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Kantor Cabang Jember?
3. Berapa jumlah nasabah dalam Pembiayaan KPR di Bank BRI Kantor Cabang Jember?
4. Apa yang membedakan Pembiayaan KPR di Bank BRI Kantor Cabang Jember dengan Bank lainnya?
5. Bagaimana Struktur organisasi di bank BRI Kantor Cabang Jember?
6. Sejarah berdirinya bank BRI?
7. Bagaimana cara Bank BRI dalam menarik nasabah pada produk KPR?
8. Upaya apa yang dilakukan dalam menangani berbagai perilaku nasabah yang kurang baik?
9. Dalam analisis pembiayaan 5C, 4P dan 3R diterapkan di bank BRI Kantor Cabang Jember?
10. Apa saja persyaratan dalam pembiayaan KPR di bank BRI Kantor Cabang Jember?

### **Pertanyaan kepada Pihak Nasabah**

1. Mengapa tertarik untuk memilih pembiayaan KPR di bank BRI Kantor Cabang Jember?
2. Apakah pihak bank BRI Kantor Cabang Jember sudah baik dalam hal pelayanan?
3. Apa pekerjaan Bapak/Ibu saat ini?
4. Keuntungan apa yang didapat setelah menjadi nasabah pada pembiayaan KPR?
5. Bagaimana sistem penagihan yang dilakukan oleh pihak bank BRI Kantor Cabang Jember ketika Bapak/Ibu sudah jatuh tempo?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id  
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-183 /Un.22/7.a/PP.00.9/06/2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

14 Juni 2023

Kepada Yth.  
Pimpinan PT Bank BRI Kantor Cabang Jember  
Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 1 Jember  
Kabupaten Jember, Jawa Timur 68182

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Ummul Azhizhah  
NIM : E20161150  
Semester : XIV (Empat belas)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Makl. Dekan Bidang Akademik,  
  
Nurul Widyawati Islami Rahayu



## JURNAL PENELITIAN

NO	Hari/ Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	11 Mei 2023	Mengantarkan surat penelitian	f
2	24 Juni 2023	Dokumentasi dan wawancara terkait Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan KPR yang sudah berjalan, beserta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap Pembiayaan KPR di Bank BRI KC Jember	f.
3	16 Juni 2023	Surat keterangan selesai penelitian	f





Model 54  
**PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk**  
**KANTOR CABANG JEMBER**  
Jalan A. Yani No. 1 Jember ☎ (0331) 483258 Facs. 486484

Nomor : B.582 /KC-XVI/SDM/06/2023  
Lamp. : -  
Perihal : *Keterangan selesai penelitian*

Jember, 21 Juni 2023

Kepada Yth :  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN KH ACHMAD SIDDIQ  
Jember  
Di  
Jember

Sehubungan dengan telah selesainya Penelitian di Kanca BRI Jember, maka dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama / NIM : Ummul Azhizah / E20161150  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah  
Judul Penelitian : “ ANALISIS PERILAKU NASABAH TERHADAP PEMBIAYAAN KREDIT PEMILIKAN (KPR) DI BANK BRI KANTOR CABANG JEMBER “  
Lokasi : PT.BRI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Jember  
Lama Penelitian : 11 Mei 2023 sd 16 Juni 2023

Bahwasanya yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Perusahaan Kami dengan baik.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya disampaikan terima kasih

**PT.BANK RAKYAT INDONESIA (Persero)**  
**KANTOR CABANG JEMBER**





## BIODATA PENULIS



### Data diri:

Nama : Ummul Azhizhah  
NIM : E20161150  
TTL : Pasuruan, 20 September 1997  
Alamat : Dusun Nguling, RT 002, RW 003 Desa Nguling  
Kecamatan Nguling Kabupaten Pasuruan  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
No. Tlp : 081232381446  
Email : ummulazhizhah11@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

1. SDN Nguling 01- Pasuruan ( 2006-2011)
2. SMP Zainul Hasan 1 Genggong (2011-2013)
3. SMA Zainul Hasan 1 Genggong (2013-2016)
4. Universitas Islam Negeri Kiai (2016-2023)  
Haji Ahmad Siddiq Jember