

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan murabahah di BMT UMY serta mengetahui pengaruh promois, atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap produk pembiayaan murabahah..

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan obyek penelitian di BMT UMY. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara didistribusikan untuk anggota (nasabah) yang menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT UMY. Data yang digunakan adalah data primer, yang diambil dari anggota (nasabah) BMT UMY yang menggunakan produk pembiayaan murabahah. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang dikategorikan nasabah yang masih aktif mengangsur dalam pembiayaan murabahah. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS dengan software SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara Promosi, Atribut produk, Kualitas pelayanan dan Kepuasan nasabah terhadap pembiayaan murabahah. Hal ini di karenakan promosi memiliki satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran. Dan atribut produk mempunyai arti yang penting bagi konsumen, oleh sebab itulah dalam membeli produk, konsumen biasanya melihat pada atribut produk yang dimiliki oleh produk tersebut. Dalam hal kualitas pelayanan BMT UMY selalu mengoptimalkan dan mengutamakan nasabahnya , kepedualian BMT UMY terhadap nasabah menjadi nilai tersendiri bagi nasabah tersebut. Sehingga mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, BMT UMY memberikan produk/jasa yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya khususnya bagi mahasiswa UMY yang kurang mampu dalam memenuhi kebutuhannya.

Kata Kunci: *Promosi, Atribut produk, Kualitas pelayanan, Kepuasan nasabah pembiayaan murabahah*

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that affect murabahah financing in BMT UMY and investigate the influence of promotion, product attributes, service quality and satisfaction on murabahah financing products.

This research type is quantitative research with the object of research in BMT UMY. The data were collected through questionnaires and interviews which are distributed to members (customers) who use murabahah financing products in BMT UMY. The data used are primary data, taken from the members (customers) of BMT UMY using murabahah financing products. The respondents who were involved in this study are as many as 50 respondents who categorized as customers who are still active in the payments of murabahah financing. The analytical tool used is SPSS with SPSS 21 software.

The results of this study indicate a positive and significant influence between promotion, product tributes, service quality and customer satisfaction of murabahah financing. This is because promotion has one important aspect in marketing management. In addition, product attributes have an important meaning for consumers, therefore in buying products, consumers usually look at the attributes owned by the product. In terms of quality, BMT UMY services always optimize and prioritize its customers. The concern of BMT UMY to customers becomes its own value for the customer. So that it is able to give satisfaction to the customer. BMT UMY provides the products/services in accordance with the needs of its customers especially for UMY students who are less able to meet their needs.

Keywords: *Promotion, Product attribute, Quality of service, Customer satisfaction, murabahah financing*