

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pegawai Kemenag Untuk Melakukan Pembiayaan Pada Bank BSM Kc Pasaman Barat.** Disusun oleh **Zulmahadi Putra, NIM. 3316.001** Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penulisan skripsi ini dilatar belakangi oleh 29% pegawai Kemenag dari 93 pegawai yang melakukan pinjaman modal adalah di bank konvensional. Tidak adanya nasabah pegawai Kemenag pada tahun 2015-2018. Persentase pembiayaan pegawai Kemenag pada bank BSM kc Pasaman Barat 59,14%, Bank Nagari 13,98%, Bank BRI 15,05%, dan Bank nagari syariah 11,83% dari 93 pegawai. Oleh karena itu penulis merasa perlu untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pegawai Kemenag untuk melakukan pembiayaan pada Bank BSM Kc Pasaman Barat. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor Produk, Layanan dan Religiusitas pegawai Kemenag terhadap keputusan nasabah (pegawai Kemenag) untuk melakukan pembiayaan pada bank BSM Kc Pasaman Barat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuisioner/angket kepada ke pegawai Kemenag Pasaman Barat yang melakukan pembiayaan pada Bank BSM Kc Pasaman Barat. Data yang digunakan yaitu Data primer. Teknik Analisis Data yang digunakan adalah melalui Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas Dan Uji Heteroskedastisitas), Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Korelasi, dan Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F).

Pada uji regresi linear berganda diperoleh hasil persamaan $Y = 3,373 + 0,206 X_1 + 0,130 X_2 + 0,182 X_3 + e$ yang berarti bahwa sebelum dipengaruhi variabel Produk, Layanan dan Religiusitas (X_1 , X_2 dan X_3 adalah 0) maka keputusan nasabah (pegawai Kemenag) untuk melakukan pembiayaan pada Bank BSM Kc Pasaman Barat ada sebesar 3,373. Nilai koefisien regresi Produk (X_1) sebesar 0,206 menyatakan bahwa setiap peningkatan nilai Produk sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,206 satu satuan. Nilai koefisien regresi Layanan (X_2) sebesar 0,130 menyatakan bahwa setiap peningkatan nilai Layanan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,130 satuan. Nilai koefisien regresi Religiusitas (X_3) sebesar 0,182 menyatakan bahwa setiap peningkatan nilai Religiusitas sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,182 satuan. nilai *R Square* sebesar 0,867 atau 86,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Nilai 86,7% mendekati nilai 1, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel X dan Y mempunyai hubungan yang sangat kuat.

Kata kunci : *Produk, Layanan, Religiusitas dan Keputusan.*