

bank. Pinjaman ini dapat dipergunakan untuk masalah konsumsi atau untuk melakukan usaha (produktif)

Dalam memberi pinjaman di atas, bank syariah dapat meminta kepada debitur, karena jaminan itu dibutuhkan untuk mengamankan dana yang dititipkan sebagai amanah, baik berupa giro dan berbagai bentuk simpanan lainnya.

Adapun perbedaan antara *Qardh* dan *Qardhul Hasan* sebagai berikut :

1. *Qardh* adalah pemberian pinjaman kepada orang lain yang dapat ditagih kembali, sedangkan *Qardhul Hasan* pemberian pinjaman kepada orang lain, dimana peminjam tidak diharuskan mengembalikan pokoknya apabila dirasakan benar-benar peminjam tidak mampu untuk mengembalikannya. Sehingga *Qardhul Hasan* ini dianggap shadaqah. Walaupun pada prinsipnya bukanlah produk yang Profitable namun tetap harus diperhatikan sistem dari produk ini agar lebih optimal dan meminimalisir resiko yang mungkin terjadi.
2. Dilihat dari segi sumber dana, sumber dana *Qardh* berasal dari dana komersial atau modal. sedangkan sumber dana *Qardhul Hasan* berasal dari dana sosial yakni dana zakat, infaq, dan sadaqah.

					yang paling signifikan dalam keputusan pembelian
2.	Analisis pengaruh pengetahuan, persepsi, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dinar sebagai investasi pilihan (studi kasus gerai dinar depok)	Rizal setyawan	Menganalisis pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian	Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah antara lain analisis tabulasi deskriptif, analisis tabulasi silang dan regresi logistik	Dari lima belas (15) pernyataan faktor persepsi, ada lima variabel yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dinar. Faktor persepsi tersebut adalah persepsi dinar memiliki bentuk menarik, persepsi dinar mengandung aspek syar'i, dinar sulit dipalsukan, persepsi lebih baik membeli dinar daripada menabung, dan persepsi lebih baik membeli dinar daripada tanah.
3.	Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan	Widya Wardani	Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen	Data dianalisis dengan analisis partial least square dengan variabel produk, fasilitas, citra	Di lihat dari sisi persepsi konsumen, variabel persepsi konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian

	Pembelian Hunian <i>Green Product</i>		terhadap keputusan pembelian	pengembang, metode pembayaran, dan lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.	antara lain citra pengembang, produk dan fasilitas. Dan penilaian terhadap keputusan pembelian, hasil survei menunjukkan bahwa faktor yang memiliki nilai faktor muatan tertinggi adalah merekomendasikan kepada pihak lain untuk melakukan pembelian.
4.	Pengaruh persepsi harga, atribut produk dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian susu formula	Imam Febri Cahyadi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian	Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda.	Hasil penelitian menemukan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai t-hitung sebesar 3,454 > nilai t-tabel 1,984 dan tingkat signifikansinya 0,0001

5.	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam produk <i>Qardh</i> dengan gadai emas di PT. Bank Sumut syariah cabang Medan	Hamzah Gufron	Penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami tentang produk yang ditawarkan oleh Bank Sumut Syariah cabang Medan tentang Produk <i>Qardh</i> dengan Gadai Emas	Menggunakan Teknik (<i>Simple Random Sampling</i>) Dengan Analisis Regresi Berganda (OLS)	Hasil dari analisis penelitian menunjukkan bahwa faktor Promosi, prosedur pencairan pinjaman, dan Harga taksiran barang memiliki pengaruh positif dan signifikan pada $\alpha = 1\%$ terhadap Minat nasabah untuk menggunakan Produk Bank Sumut Syariah cabang Medan. Dengan demikian faktor-faktor tersebut, faktor Promosi merupakan faktor yang paling utama dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan Produk <i>Qardh</i> dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan.
----	--	---------------	---	---	--

