

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh bahwa motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Hal ini disebabkan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari α (signifikan $< \alpha$) maka disimpulkan terima H_1 , yang berarti koefisien regresi motivasi teruji dan hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara motivasi dan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Hal tersebut berarti semakin tinggi motivasi nasabah maka akan semakin tinggi keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Pengaruh motivasi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri nampak secara langsung, hal itu diketahui dari adanya kecenderungan yang dirasakan nasabah terhadap produk tersebut.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Etta Mamang yang menyatakan bahwa motivasi yang dimiliki oleh tiap konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil, dikarenakan merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri atau lingkungan konsumen (nasabah) akan menjadi faktor penggerak konsumen itu sendiri terhadap tujuan yang ingin dicapai.¹ Misalnya nasabah akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan pemikiran yang matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Baik itu pertimbangan atas dasar untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan nasabah. Selain itu ketertarikan nasabah yang timbul karena pembiayaan murabahah sudah dikenal masyarakat luas. Perilaku-perilaku yang ditimbulkan oleh motivasi tersebut, tentu juga akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggita Novita et.al.² yang menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih PT Bank Sulutgo Cabang Utama Manado” yang menunjukkan bahwa faktor psikologis merupakan sisi kejiwaan yang ada dalam diri seseorang yang dapat mempengaruhi perilaku dalam pengambilan keputusan, dimana variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan

¹ Etta Mamang. S, Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hal. 155

² Anggita Novita Gampu et.al, “Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah”...,

nasabah. Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian yaitu pada pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

B. Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh bahwa persepsi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Hal ini disebabkan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari α (signifikan $< \alpha$) maka disimpulkan terima H_1 , yang berarti koefisien regresi persepsi teruji dan hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara persepsi dan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Hal tersebut berarti semakin baik persepsi nasabah maka akan semakin tinggi keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Persepsi yang dibentuk oleh nasabah dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Setiadi yang menyatakan bahwa persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda.

Oleh karena itu, persepsi memiliki sifat subjektif.³ Persepsi nasabah akan menyimpulkan pendapat dan kesannya berupa senang atau tidak senang, baik atau buruk dan adanya kesiapan untuk menerima ataupun menolak rangsangan yang diterimanya. Misalnya untuk memberikan persepsi yang baik terhadap para nasabah sangat memperhatikan nama baik perusahaannya dengan memberikan pelayanan prima kepada setiap nasabahnya, memberikan kenyamanan untuk nasabahnya, selain itu memerhatikan kualitas produk-produknya, Jadi dengan adanya persepsi yang positif terhadap keputusan nasabah maka akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imran dan Bambang yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah”.⁴ Bahwa hasil penelitian menunjukkan persepsi tentang bank syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah. Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian yaitu pada pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

³ Nugroho. J Setiadi , *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media), hal 160

⁴ Imran Dan Bambang Hendrawan, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah”...,

C. Pengaruh Preferensi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh bahwa preferensi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Hal ini disebabkan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari α (signifikan $< \alpha$) maka disimpulkan terima H_1 , yang berarti koefisien regresi preferensi teruji dan hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa preferensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara preferensi dan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Hal tersebut berarti semakin baik preferensi nasabah maka akan berdampak semakin tinggi keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Preferensi yang merupakan bentuk tolak ukur suka atau tidaknya nasabah dalam menggunakan suatu produk, hal ini akan nampak secara langsung, hal itu diketahui dari adanya kecenderungan nasabah memilih alternatif produk tersebut.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Robbert S. dan Daniel bahwa preferensi merupakan cara seorang konsumen untuk menggambarkan sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai evaluasi dari perasaan

emosional seseorang, dan kecenderungan bertindak melalui obyek. yang mencerminkan apakah seseorang suka atau tidak suka dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu obyek.⁵ Misalnya bila nasabah ingin menggunakan sebuah produk barang atau jasa, maka ia harus memilih alternatif dari beberapa alternatif lainnya sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai maksimal, seperti lebih memilih menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri karena pelayanan yang sesuai dan baik serta lebih suka menggunakan pembiayaan murabahah yang amanah dan terpercaya. Jadi dengan adanya preferensi yang positif terhadap keputusan nasabah maka akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nudia Anburika dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Minat Dan Preferensi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk-Produk Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”.⁶ Bahwa hasil penelitian menunjukkan preferensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian yaitu pada pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

⁵ Robbert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld, *Mikroekonomi*, (Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang), hal. 72

⁶ Nudia Anburika, “Pengaruh Minat Dan Preferensi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk-Produk Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”....,

D. Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Preferensi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil uji F-test yang terdapat pada tabel ANOVA Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri, dapat diketahui bahwa secara simultan motivasi, persepsi, dan preferensi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Hal ini disebabkan karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dan nilai sig.(0,000) lebih kecil dari taraf sig. α . Maka hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan terima H_1 artinya variabel motivasi, persepsi, dan preferensi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Etta Mamang yang menyatakan bahwa faktor psikologis (motivasi dan persepsi dalam penelitian ini) merupakan faktor yang mampu mempengaruhi keputusan konsumen (nasabah).⁷ Motivasi yang berkaitan erat dengan dorongan yang muncul dari konsumen yang menjadi faktor penggerak pengambilan keputusan membeli. Serta persepsi yang berkaitan dengan kesadaran sehingga apa yang dilakukan oleh konsumen merupakan kenyataan yang obyektif yang akan mempengaruhi tindakannya seperti keputusan menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Serta teori yang

⁷ Etta Mamang, S, Sopiah, *Perilaku Konsumen ...*, hal. 155

dikemukakan oleh Robbert dan Daniel mengemukakan bahwa preferensi merupakan cara seorang konsumen untuk menggambarkan sikap konsumen terhadap suatu produk yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian.⁸

Angka *Adjusted R Square* yang menunjukkan sebesar 0,620 atau 62%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yaitu motivasi, persepsi dan preferensi mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 62% = 38%) dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Andi Faisal dengan judul “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata”.⁹ Bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel psikologis yang mencakup variabel dalam penelitian ini yaitu motivasi, persepsi, dan preferensi terhadap keputusan pembelian konsumen. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini meneliti keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri yang dipengaruhi oleh variabel motivasi, persepsi dan preferensi.

⁸ Robbert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld, *Mikroekonomi ...*, hal. 72

⁹ Andi Faisal Bahari, “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata”...,