BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian data yang telah diperoleh dengan menguji menggunakan software SPSS 23.0. Maka akan dibahas mengenai pengaruh faktor pendidikan, sosial dan budaya terhadap keputusan pinjaman produktif BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Berikut ini beberapa penjelasannya **:**

A. Pengaruh Faktor Pendidikan terhadap Keputusan Pinjaman Produktif Di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung (Hipotesis 1)

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya, pada hasil uji validitas dan reliabilitas pada Corrected Item-Total Correlation dan Cronbach's Alpha bahwa seluruh item variabel faktor pendidikan teruji valid dan reliabel. Dalam tabel 4.16 keputusan uji normalitas data diperoleh angka Asym. Sig. (2-tailed) sebesar 0,150 yang mana angka tersebut lebih dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, maka data faktor pendidikan berdistribusi normal.

Pada uji Multikolinieritas diketahui bahwa nilai dari Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 2,558 maka faktor pendidikan terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas karena hasil VIF lebih kecil dari 10.

Sedangkan pada gambar uji heterokedastisitas tidak membentuk sebuah pola tertentu, sehingga data faktor pendidikan tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada tabel 4.7 deskripsi variabel faktor pendidikan dapat disimpulkan bahwa faktor pendidikan yang dimiliki oleh nasabah BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung adalah baik, hal ini terlihat dari tanggapan respon den yang menyatakan sangat setuju sebanyak 272 butir atau 27,2%. Hubungan pengaruh faktor pendidikan bernilai positif yaitu sebesar 0,431 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel faktor pendidikan akan menaikkan nilai faktor pendidikan sebesar 0,431 dan sebaliknya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Sesuai dengan uji-t, hasil penelitian pada keputusan nasabah dalam memilih BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung sebagai media pembiayaan menunjukkan bahwa faktor pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah yang sesuai dengan hasil uji-t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,626 > 2,009) dan untuk taraf signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak yang berarti variabel faktor pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pinjaman produktif di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Setelah melakukan penelitian di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dengan hasil yang menjelaskan bahwa faktor pendidikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Responden di BMT Istiqomah

Karangrejo memutuskan mempertimbangkan faktor pendidikan dalam bukunya Andrew E.Mangkunegara yang berjudul perilaku konsumen dikatakan semakin tinggi orang berpendidikan dalam segi ekonomi dan gaya hidup maka semakin tinggi keputusannya untuk membeli suatu produk. Bahwa pendidikan adalah faktor dan indikator dari kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan, karakter pendidikan berhubungan positif dengan peluang menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.

Hal ini di sebabkan konsumen yang berpendidikan tinggi mempunyai keterkaitan variabel pengetahuan dan pandangan yang berbeda terhadap alternatif produk, informasi produk, dan penilaian sebuah produk, berbeda dengan konsumen yang berpendidikan rendah. Apabila pendidikannya tinggi maka konsumen akan memiih produk-produk yang berkwalitas baik. Tingkat pendidikan dapat dilihat dari pendidikan terakhir nasabah. Pendidikan banyak memberikan manfaat. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi pula produktifitasnya. Apabila produktifitasnya tinggi maka semakin besar pula penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya. Tidak menutup kemungkinan suatu saat seseorang membutuhkan dana yang mendesak dengan jumlah besar. Pemanfaatan dan penilaian pembiayaan yang baik oleh konsumen yang berpendidikan tinggi, dapat menjamin pengelolaan pembiayaan dengan baik.[1]

---

[1] Andrew E. Sikula Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Bumi Aksara 2003, hal.50

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ellis Prestia, dengan judul *"Pengaruh usia, tingkat pendidikan, jumlah pinjaman, jangka waktu pengembalian pinjaman, dan nilai jaminan terhadap kelancaran pengembalian pembiayaan pada BMT Amal Rizki Di Gunungkidul"* yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kelancaran pengembalian pembiayaan. Hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi pendidikan debitur maka kemampuan debitur dalam mengembalikan pinjaman semakin tidak lancar, ditunjukkan dari hasil uji T_{test} dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat sig. 0.581 > dari 0,05.[2]

Senada dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Arinal Khasanah, dengan judul "*Pengaruh Tingkat Pendidikan, pendapatan, motivasi dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah lembaga keuangan syariah"* yang menyatakan tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah namun tidak signifikan, ditunjukkan dari hasil uji T_{test} dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat sig. 0.747 > dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah lembaga keuangan syariah ditolak. Seseorang yang berpendidikan tinggi belum tentu memilih menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Hal ini dikarenakan pendidikan dan variabel ini bersifat umum, diasumsikan bahwa pendidikan memiliki keterkaitan dengan

[2]Ellis Prasetia, "*Pengaruh Usia, Tingkat Peendidikan, Jumlah Pinjaman, Jangka Waktu Pengambilan Pinjaman, dan Nilai Jaminan terhadap Kelancaran Pengembalian pembiayaan pada BMT Amal Rizki Di Gunungkidul"*, (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017).

variabel pengetahuan terhadap lembaga keuangan syariah. Menurutnya, orang yang berpendidikan tinggi namun jika ia tidak memiliki pengetahuan mengenai lembaga keuangan syariah, kemungkinan tidak akan tertarik menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah.[3]

B. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pinjaman Produktif Di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung (Hipotesis 2)

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya, pada hasil uji validitas dan reliabilitas pada Corrected Item-Total Correlation dan Cronbach's Alpha bahwa seluruh item variabel faktor sosial teruji valid dan reliabel. Dalam tabel 4.16 keputusan uji normalitas data diperoleh angka Asym. Sig. (2-tailed) sebesar 0,155 yang mana angka tersebut lebih dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, maka data faktor sosial berdistribusi normal.

Pada uji Multikolinieritas diketahui bahwa nilai dari Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 0,521 maka faktor sosial terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas karena hasil VIF lebih kecil dari 10. Sedangkan pada gambar uji heterokedastisitas tidak membentuk sebuah pola tertentu, sehingga data faktor sosial tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada tabel 4.8 deskripsi variabel faktor sosial dapat disimpulkan bahwa faktor sosial yang dimiliki oleh nasabah BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung adalah baik, hal ini terlihat dari tanggapan responden yang

[3] Arinal Khasanah, *Pengaruh Tingkat Pendidikan*, Pendapatan, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan menjadi Nasaba Lembaga Keuangan Syariah", (Salatiga: Skripsi IAIN Salatiga, 2016).

menyatakan sangat setuju sebanyak 146 butir atau 14,6%. Hubungan pengaruh faktor sosial bernilai positif yaitu sebesar 0,103 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel faktor sosial akan menaikkan nilai faktor sosial sebesar 0,103 dan sebaliknya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pinjaman produktif di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Sesuai dengan uji-t, hasil penelitian pada keputusan nasabah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah yang sesuai dengan hasil uji-t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,393 > 2,009) dan untuk taraf signifikansi t sebesar 0,021 yang lebih kecil dari 0,05 (0,021 < 0,05), maka H_0 ditolak yang berarti variabel Faktor Sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pinjaman produktif di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Setelah melakukan penelitian di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dengan hasil yang menjelaskan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pinjaman produktif di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Responden di BMT Istiqomah Karangrejo memutuskan mempertimbangkan teori Schiffman ,kanuk dan teori Kotler bahwa faktor sosial meliputi kelompok rujukan, keluarga, serta peran dan status. Kelompok referensi adalah kelompok yang dapat mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang. Kelompok rujukan yang paling berpengaruh adalah keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja. Keluarga adalah

kelompok terkecil darimasyarakat. Keluarga memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku seseorang. Peran dan status adalah pembuktian posisi seseorang dalam kelas sosialnya sehingga dapat membawa status sebagai cerminan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Adapun dalam penelitian ini, faktor sosial mempengaruhi keputusan dalam mengambil pembiayaan sehingga teori ini terbukti.[4]

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Ni'matur Rochmah yang berjudul "*pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih BMT Madani sebagai media pembiayaan"* yang menyatakan Uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa t_{hitung} 2,632 lebih besar daripada t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,664 dan nilai sig. yakni 0,010 < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih BMT Madani sebagai media pembiayaan adalah signifikan. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor sosial yakni kelompok referensi, keluarga, peran dan status mempengaruhi anggota dalam memilih BMT Madani sebagai media pembiayaan karena pada umunya anggota BMT Madani memutuskan dalam memilih BMT Madani sebagai media pembiayaan didasari oleh pemenuhan kebutuhan keluarga, dimana seorang yang sudah berkeluarga memiliki

[4] M. Taufiq amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2005), hal : 49

kebutuhan yang semakin komplek sehingga perlu tambahan pemasukan uang agar kebutuhan keluarga dapat terpenuhi. [5]

Adapun hasil penelitian Dian Friantoro, dengan judul *"pengaruh faktor budaya, sosial, dan pribadi terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit pada KP-RI Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang"* yang menyatakan koefisien korelasi sebesar 0,209 dan koefisien determinasi sebesar 0,044 berarti terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit sebesar 4,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Untuk uji t yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan, t_{hitung} 2,354 lebih besar daripada t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,657, sehingga pengaruh faktor sosial terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit adalah signifikan. Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor sosial terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit di KP-RI Bina Mandiri, sehingga hipotesis alternatif ini diterima dengan kata lain penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua.[6]

---

[5] Ni'matur Rochmah, *"Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih BMT Madani Sebagai Media Pembiayaan,* (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018).

[6] Dian Friantoro*, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada KP-RI Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang", (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).*

C. Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Pinjaman Produktif Di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung (Hipotesis 3)

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya, pada hasil uji validitas dan reliabilitas pada Corrected Item-Total Correlation dan Cronbach's Alpha bahwa seluruh item variabel faktor budaya teruji valid dan reliabel. Dalam tabel 4.16 keputusan uji normalitas data diperoleh angka Asym. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang mana angka tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, maka data faktor budaya berdistribusi normal.

Pada uji Multikolinieritas diketahui bahwa nilai dari Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 0,277 maka faktor budaya terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas karena hasil VIF lebih kecil dari 10. Sedangkan pada gambar uji heterokedastisitas tidak membentuk sebuah pola tertentu, sehingga data faktor budaya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada tabel 4.9 deskripsi variabel faktor budaya dapat disimpulkan bahwa faktor budaya yang dimiliki oleh nasabah BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung adalah baik, hal ini terlihat dari tanggapan responden yang menyatakan setuju sebanyak 197 butir atau 19,7%. Hubungan pengaruh faktor budaya bernilai positif yaitu sebesar 0,333 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel faktor budaya akan menaikkan nilai faktor budaya sebesar 0,333 dan sebaliknya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Sesuai dengan uji-t, hasil

penelitian pada keputusan pinjaman produktif di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah yang sesuai dengan hasil uji-t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,197 > 2,009) dan untuk taraf signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak yang berarti variabel faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pinjaman produktif di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Setelah melakukan penelitian di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dengan hasil yang menjelaskan bahwa faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Responden di BMT Istiqomah Karangrejo memutuskan mempertimbangkan beberapa teori yaitu, teori kotler, teori Hoftede dalam Wirawan, dan teori william J Stanton. Bahwa faktor budaya dipengaruhi oleh budaya, sub-budaya, dan kelas budaya. Budaya adalah penentu keputusan dan perilaku yang paling mendasar. Budaya melengkapi orang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima di dalam masyarakat. Budaya merupakan karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakan dari kelompok kultur lainnya. Apa yang dimakan seseorang, bagaimana mereka berpakaian, apa yang mereka pikirkan dan rasakan, bahasa apa yang mereka bicarakan adalah dimeni dari kultur.[7]

Penelitian ini didukung oleh Gusti Ayu Putu Suarni, Lulup Endah Trupalupi, dan Iyus Akhmad Haris yang berjudul "*analisis faktor yang*

[7] Basu Swasta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku konsumen*, (Yogyakarta : BPEE, 2000), hal. 50

mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada LPD (Lembaga Perkreditan Desa)" yang menyatakan bahwa faktor budaya memberikan respon yang positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit, persentase dari faktor kebudayaan memiliki *eigenvalue* sebesar 2,146 dengan nilai varian sebesar 53,646%. Dalam penelitian ini faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari adalah faktor kebudayaan dengan nilai *varimax rotation* 53,646%. Artinya kejelasan dari dimensi keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah kebudayaan yang paling mendominasi sebesar 53,646%.

Adapun hasil penelitian Dian Friantoro, dengan judul *"pengaruh faktor budaya, sosial, dan pribadi terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit pada KP-RI Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang"* yang menyatakan Uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa t_{hitung} 2,354 lebih besar daripada t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,657, sehingga pengaruh faktor budaya terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit adalah signifikan. Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor budaya terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit di KP-RI Bina Mandiri.[8]

[8] Dian Friantoro, *"Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada KP-RI Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang", (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).*

D. Pengaruh Faktor Pendidikan, Sosial, dan Budaya terhadap Keputusan Pinjaman Produktif Di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reabilitas pada Corrected Total Correlation dan Conbrach's Alpha menunjukkan seluruh item variabel besarnya pinjaman produktif teruji valid dan reliable. Dalam tabel 4.13 hasil uji normalitas data diperoleh pada angka Asym. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang mana angka tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 atau 5%, maka data keputusan pinjaman produktif berdistribusi normal.

Pada tabel 4.10 deskripsi variabel keputusan nasabah dapat disimpulkan bahwa keputusan pinjaman produktif di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung adalah baik, hal ini terlihat dari tanggapan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 286 butir atau 28,6%. Setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, dapat dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan nassabah. Dimana, diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ (21,922 > 2,81), dan untuk taraf signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara signifikan antara faktor pendidikan, sosial, dan budaya terhadap keputusan pinjaman produktif di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Hasil penelitian ini didukung dengan dari teori Rahardjo, merupakan tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat

perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemampuan yang akan dikembangkan. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang untuk menyerap informasi dan mengimplementasikannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari. Serta perubahan dalam perilaku individual digambarkan oleh tingkat pendidikannya.

Tingkat pendidikan yang dimiliki konsumen akan menunjukkan wawasan dan tingkat pengetahuan dalam pengambilan keputusan. Untuk mencapai tujuan tersebut, pendidikan diselenggarakan melalui jalur pendidikan sekolah atau pendidikan formal dan jalur pendidikan luar sekolah atau pendidikan non formal. Jalur pendidikan sekolah atau pendidikan formal terdapat jenjang pendidikan sekolah, jenjang pendidikan sekolah pada dasarnya terdiri dari pendidikan prasekolah, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang , maka semakin tinggi pula tingkat produktifitasnya. Apabila produktifitasnya tinggi, semakin besar pula penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya. Tapi tidak menutup kemungkinan suatu saat seseorang membutuhkan dana yang mendesak dan jumlahnya besar. Pemanfaatan dan penilaian pembiayaan pada seseorang yang berpendidikan tinggi dapat menjamin pengelolaan pembiayaan dengan baik, dengan demikian kemampuan dan potensi yang dimilikinya lebih mudah dalam proses pengambilan dan pengembalian pembiayaan.[9]

[9] Fuad Ihsan, Dasar-Dasar Kependidikan, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), hal,23

Sedangkan jika dilihat dari angket nasabah yang aktif menggunakan pembiayaan adalah kelompok rujukan, keluarga, peran, status dan gaya hidup berpengaruh pada keputusan nasabah. Seperti teori Kotler bahwa dapat diketahui aktivitas pembelian kelompok ini yang memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung. Siapa orang itu ? bisa teman, saudara, tetangga, artis pujaan, rekan kerja, maupun pemimpin agama.

Keluarga, dapat berbentuk keluarga inti yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak. Dapat pula berbentuk keluarga besar terdiri dari ayah, ibu, anak, kakek dan nenek serta warga keturunannya. Anggota keluarga, sebagai lingkungan terdekat seseorang, dapat mendorong atau menghalangi pembelian kita. Misal, suami-suami tertentu mungkin akan merasa stres ketika istrinya sudah memenuhi troli saat mereka belanja di sebuah hypermarket. Bila memasang wajah yang tegang dengan mata yang sedikit melotot, ia bisa memberi isyarat pada istrinya bahwa :'cukup! Kita sudah belanja terlalu banyak kali ini." Sang istri yang masih punya sederetan daftar belanja di benaknya, mungkin membatalkan niatnya meneruskan berbelanja.[10]

Peran dan status dapat mengkomunikasikan peran dan statusnya mereka di masyarakat. Oleh karena itu pemasar harus menyadari potensi simbol status dari produknya. Seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya. Kedudukan orang tersebut di masing-

[10] Basu Swasta dan Hani Handoko, Manajemen Pemasaran Analisi Perilaku Konsumen, (Yogyakarta : BPEE, 2000), hal.45

masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status. Mempertimbangkan dirinya mempunyai level yang berbeda. Gaya hidup hampir sama juga menggambarkan pola perilaku seseorang secara keseluruhan yang mempengaruhi perilaku produk atau jasa.[11]

Sedangkan untuk variabel faktor budaya menurut teori kotler memiliki pemahaman pemasar atas aspek amat berguna untuk merancang strategi dan program pemasaran yang sesuai. Apabila sekelompok masyarakat telah memiliki preferensi pilihan alternatif tersebut, besar kemungkinan seseorang sebagai anggota masyarakat dapat mengikuti pilihan yang dianggap benar.[12]

Untuk itu, setiap keputusan yang diambil oleh konsumen pasti didasarkan pada alasan-alasan tertentu, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Proses pengambilan keputusan konsumen sangat terkait dengan masalah kejiwaan dan faktor eksternal. Dengan memahami keputusan konsumen, pemasar akan mudah untuk menggambarkan bagaimana proses keputusan itu dibuat.[13]

Senada dengan penelitian yang di lakukan oleh Bella Suciati Agami, tahun 2018 dengan judul *"Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Murabahah pada Baitul Maal Wat*

---

[11] *Ibid.,*50

[12] Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Penerbit Ombak (Anggota IKAPI, 2015), hal.52

[13] Donna Ayu Anggraeni, *Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Pendidikan Anak*, (Skripsi Universitas Airlangga, Surabaya, 2015)

Tamwil Fajar". Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) melalui hasil perhitungan SPSS yang dilakukan dalam penelitian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 23,390 dan F_{tabel} sebesar 2,61 ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 23,390 > F_{tabel} 2,61 dengan nilai signifikan yang diperoleh adalah 0,000 < 0,05 maka hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu 122 faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah pada BMT Fajar.[14]

[14] Bella Suciati Agami, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Murabahah pada Baitul Maal Wat Tamwil Fajar".* (Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).