

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Proses Belajar terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t nilai *sig.* kurang dari *alpha* sehingga hipotesis alternatif diterima. Maka dapat dikatakan Proses Belajar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah. Kemudian dari hasil koefisien regresi berganda diperoleh nilai *beta* bernilai positif yang artinya pengaruhnya searah. Hal ini menandakan pada setiap peningkatan kegiatan Proses Belajar maka keputusan anggota juga meningkat, dan sebaliknya.

Hal tersebut sesuai dengan teori Ujang, bahwa semua proses Proses Belajar akan mempengaruhi apa yang diputuskan, apa yang dibeli dan apa yang dikonsumsinya.¹⁵⁶ Teori Anwar, mengatakan bahwa Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalam belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli.¹⁵⁷ Serta teori Thamrin dan Francis, yang mengatakan bahwa melalui bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh

¹⁵⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 93

¹⁵⁷ Anwar Prabu M N, *Perilaku Konsumen...*, hal. 45

keyakinan dan sikap. Kedua faktor tersebut kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka.¹⁵⁸

Hal ini juga sesuai dengan penelitian oleh Aby, yang menyatakan berdasarkan hasil Koefisien regresi didapatkan Pembelajaran positif yang dapat diartikan bahwa setiap ada peningkatan pembelajaran akan meningkatkan keputusan pembelian.¹⁵⁹ Hal ini juga sama dengan penelitian Merna, bahwa hipotesis pembelajaran menyatakan bahwa pembelajaran konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian, diterima atau terbukti.¹⁶⁰ Serta penelitian Sisilya, yang menyimpulkan bahwa variabel pembelajaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT.Conbloc Indonesia Surya Manado.¹⁶¹

Dari penelitian diatas, sehingga dapat disimpulkan apabila Proses Belajar ditingkatkan dan dilakukan dengan baik dalam bidang jasa, maka akan meningkatkan minat serta keputusan anggota untuk melakukan pembiayaan, khususnya pembiayaan murabahah di BTM “Surya Melati Abadi” Jatim cabang Ngadiluwih. Baik menggunakan berbagai macam media atau secara langsung, asalkan seorang anggota mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk di lembaga tersebut.

¹⁵⁸ Thamrin dan Francis, *Manajemen Peamsaran...*, hal. 122

¹⁵⁹ Aby Cahya K, *Penagruh Motivasi, Persepsi dan Pembelajaran terhadap Keputusan Pembelian minuman Isotonic Merek Mizone di Kota Banjarnegara*, (Semarang: Jurnal Tidak Diterbitan, 2015)

¹⁶⁰ Merna M. M. Tompunu, *Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Bahu Mall Manado, Volume 2 Nomor 3*, (Manado: Jurnal EMBA, 2014)

¹⁶¹ Sisilya Truly Retor, *Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan, dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Conbloc Indonesia Surya Manado, Volume 2 Nomor 3*, (Manado: Jurnal EMBA, 2014)

B. Pengaruh Keluarga terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t nilai *sig.* kurang dari *alpha* sehingga hipotesis alternatif diterima. Maka dapat dikatakan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah. Kemudian dari hasil koefisien regresi berganda diperoleh nilai *beta* bernilai positif yang artinya pengaruhnya searah. Hal ini menandakan pada setiap peningkatan keterlibatan Keluarga dalam mengambil keputusan maka keputusan anggota juga meningkat, dan sebaliknya.

Hal tersebut sesuai dengan teori Thamrin dan Francis, bahwa Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Dari orang tua, seseorang memperoleh orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi serta pemahaman atas ambisi pribadi, penghargaan pribadi dan cinta. Meskipun pembeli tidak lagi berinteraksi dengan orang tuanya, pengaruh orang tuanya terhadap perilaku pembeli tetap signifikan.¹⁶² Teori dari Anwar mengatakan bahwa Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang pelakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian.¹⁶³ Serta teori dari Ujang yang mengatakan Keluarga saling mempengaruhi dalam keputusan

¹⁶² Thamrin dan Francis, *Manajemen Peamsaran...*, hal. 116-117

¹⁶³ Anwar Prabu M N, *Perilaku Konsumen...*, hal. 44

pembelian dan konsumsi suatu produk. Masing-masing Keluarga memiliki peran dalam pengambilan keputusan.¹⁶⁴

Hal ini juga sesuai dengan penelitian oleh Juli dan Willem, bahwa faktor keluarga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di RM Waroeng.¹⁶⁵ Hal ini juga seperti penelitian oleh Roni, yang menyatakan bahwa secara statistik terlihat bahwa variabel keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah bank syariah.¹⁶⁶ Serta penelitian oleh Chyntia dan Njo, bahwa variabel keluarga ditemukan indikator yang signifikan mempunyai hubungan yaitu jumlah anggota keluarga yang ditanggung, harga rumah, tempat tinggal saat ini, tujuan pembelian rumah, jumlah anak, luas rumah, sumber informasi, patner berunding dalam pengambilan keputusan utama.¹⁶⁷

Dari penelitian diatas, sehingga dapat disimpulkan apabila keterlibatan Keluarga ditingkatkan dalam keputusan pembelian, maka akan meningkatkan minat serta keputusan anggota melakukan pembiayaan, khususnya pembiayaan murabahah di BTM “Surya Melati Abadi” Jatim cabang Ngadiluwih. Dengan memberikan informasi atau promosi lewat media atau secara langsung. Asalkan seorang keluarga anggota mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk di lembaga tersebut.

¹⁶⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 234

¹⁶⁵ Juli E.S Towilu dan Willem J.F.S Tumbulan, *Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Keluarga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado, Volume 5 Nomor 2*, (Manado: Jurnal EMBA, 2017)

¹⁶⁶ Roni Andespa, *Pengaruh Budaya dan Keluarga terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah, Volume 2 Nomor 1*, (Padang: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 2017)

¹⁶⁷ Chyntia I. dan Njo A., *Hubungan Demografi, Anggota Keluarga dan Situasi dalam Pengambilan Keputusan Pendanaan Pembelian Rumah Tinggal Surabaya, Volume 1, Nomor 2*, (Surabaya: FINESTA, 2013)

C. Pengaruh Kelompok Acuan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t nilai *sig.* kurang dari *alpha* sehingga hipotesis alternatif diterima. Maka dapat dikatakan Kelompok Acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah. Kemudian dari hasil koefisien regresi berganda diperoleh nilai *beta* bernilai positif yang artinya pengaruhnya searah. Hal ini menandakan pada setiap peningkatan informasi pengalaman dari Kelompok Acuan dalam mengambil keputusan maka keputusan anggota juga meningkat, dan sebaliknya.

Hal tersebut sesuai dengan teori Ujang, bahwa dalam perspektif pemasaran, Kelompok Acuan adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi. Kelompok Acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi. Kelompok acuan akan memberikan standart dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang.¹⁶⁸ Teori dari William menyatakan perilaku konsumen dipengaruhi oleh kelompok acuan yang mereka menjadi anggotanya atau yang mereka cita-citakan.¹⁶⁹ Teori dari Anwar, bahwa pengaruh kelompok acuan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan

¹⁶⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 251

¹⁶⁹ Anwar Prabu M N, *Perilaku Konsumen...*, hal. 43

yang sesuai dengan aspirasi kelompok.¹⁷⁰ Serta menurut teori Thamrin dan Francis, bahwa kelompok acuan menciptakan tekanan untuk keseragaman yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.¹⁷¹

Hal ini juga sesuai dengan penelitian oleh Nadiastika, Suharyono, dan Edy, bahwa hipotesis yang menyatakan kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap niat pembeli diterima. Hasil uji berarti adanya pengaruh langsung yang signifikan dari variabel kelompok acuan terhadap variabel niat pembelian.¹⁷² Hal ini juga pada penelitian oleh Hryogi dan Sri, bahwa variabel kelompok acuan berpengaruh secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria F150.¹⁷³ Serta penelitian oleh Riski, yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil persamaan regresi berganda diketahui koefisien regresi untuk variabel kelompok referensi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik lokal.¹⁷⁴

Dari penelitian diatas, sehingga dapat disimpulkan apabila informasi yang didapatkan dari Kelompok Acuan ditingkatkan dengan baik dalam menentukan pilihan, maka akan meningkatkan minat serta keputusan anggota untuk melakukan pembiayaan, khususnya pembiayaan murabahah

¹⁷⁰ *Ibid.*, hal. 43-44

¹⁷¹ Thamrin dan Francis, *Manajemen Peamsaran...*, hal. 115

¹⁷² Nadiastika H.Z, Suharyono, dan Edy Y., *Penengaruh Kelompok Acuan terhadap Sikap dan Niat Pembeian Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian, Volume 137, Nomor 2*, (Malang: Jurnal JAB, 2016)

¹⁷³ Haryogi W. P. dan Sri S. I., *Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria F150, Volume 15, Nomor 2*, (Surabaya: Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, 2015)

¹⁷⁴ Riski Yuliana Pramudi, *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal, Volume 15, Nomor 2*, (Surrabaya: Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, 2015)

di BTM “Surya Melati Abadi” Jatim cabang Ngadiluwih. Dengan memberikan pengalaman yang baik untuk para anggota di lembaga tersebut, maka para calon anggota akan memandang pengalaman baik pada para anggota yang telah melakukan pembiayaan di lembaga tersebut sebagai referensi atau acuan dalam pengambilan keputusannya.

D. Pengaruh Proses Belajar, Keluarga, dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis alternatif dapat diterima menunjukkan bahwa pada uji F Proses Belajar, Keluarga, dan Kelompok Acuan (Variabel independen) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah (Variabel dependen) di BTM “Surya Melati Abadi” Jatim cabang Ngadiluwih.

Hal tersebut sesuai dengan teori Thamrin dan Francis, bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Budaya (Kultur, Sulkultur, dan Kelas sosial), Sosial (Kelompok acuan, Keluarga, dan Peran dan status), Pribadi (Umur dan tahap siklus hidup, Pekerjaan, Kondisi ekonomi, Gaya hidup, Kepribadian dan konsep diri), dan Psikologis (Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, Keyakinan dan sikap).¹⁷⁵ Teori dari William, mengatakan ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku

¹⁷⁵ Thamrin dan Francis, *Manajemen Peamsaran...*, hal. 113

konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya (faktor budaya, tingkat sosial, kelompok acuan, dan keluarga), dan kekuatan psikologis (pengalaman belajar, kepribadian, sikap, keyakinan, dan gambaran diri).¹⁷⁶ Serta teori dari John, mengatakan bahwa sebuah pengambilan keputusan konsumen terdapat dua indikasi selain strategi pemasaran, yaitu perbedaan individu (kebutuhan, motivasi, kepribadian, pengelolaan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, dan sikap), dan faktor lingkungan (budaya, karakteristik sosial ekonomi, keluarga dan rumah tangga, kelompok acuan, dan situasi konsumen).¹⁷⁷

Dari penelitian dan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pada BTM “Surya Melati Abadi” Jatim cabang Ngadiluwih, Proses Belajar, Keluarga, dan Kelompok Acuan memberikan kontribusi yang baik untuk para anggota. Bagi seorang anggota proses belajar sebagai seorang konsumen dengan cara mengumpulkan dan mengolah berbagai pengalaman masa lalu dan informasi yang didapatkan, serta pendapat dan saran dari salah satu anggota keluarga dari anggota tersebut, dan melihat pengalaman dan informasi dari suatu kelompok acuan merupakan hal yang biasa dilakukan dan sangat diperlukan agar pengalaman-pengalaman yang baik dijadikan contoh, dan hal-hal yang buruk tidak terjadi pada suatu anggota dimasa yang akan datang, atas resiko keputusan yang diambil.

¹⁷⁶ Anwar Prabu M N, *Perilaku Konsumen...*, hal. 39

¹⁷⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 31