

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” ini ditulis oleh Siti Nur Asih, NIM 17401153268 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan antar lembaga keuangan khususnya lembaga keuangan syariah, konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan lembaga keuangan beserta berbagai produk dengan segala keunggulannya, sehingga keputusan pembelian sangat diutamakan. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh persepsi, motivasi dan kelompok referensi. Mengingat begitu ketatnya persaingan antar lembaga keuangan, maka peneliti menguji pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan konsumen.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi adalah (1) Apakah persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung? (2) Apakah motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung? (3) Apakah kelompok referensi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung? (4) Apakah persepsi, motivasi dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi, motivasi dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan teknik *probability sampling*. Sementara metodenya menggunakan *sample random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada nasabah pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linier berganda dengan uji t, uji f dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung (2) Motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung (3) Kelompok Referensi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung(4) Persepsi, Motivasi dan Kelompok Referensi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

Kata kunci: Persepsi, Motivasi, Kelompok Referensi,Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This thesis is motivated by increasingly intense competition among financial institutions, especially sharia financial institutions, consumers are faced with a variety of choices of financial institutions along with various products with all its advantages, so that the purchase decision is preferred. Purchasing decisions can be affected by perceptions, motivations and reference groups. Given the intense competition between financial institutions, the researcher tested the effect of these three variables on consumers' decision.

The problem formulations in this thesis are (1) does perception significantly affect customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung? (2) Does motivation significantly affect customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung? (3) Does reference group significantly affect customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung? (4) Does perception, motivation and reference group have a simultaneous effect on customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung ? The purpose of this study was to analyze perception, motivation and reference group influential simultaneously on customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

The results of this study show that (1) perception has a significant positive effect on the customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah Tulungagung KCP (2) Motivation has a significant positive effect on the customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung (3) Reference Group has a significant positive effect on customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung (4) Perception, Motivation and Reference Group simultaneously have a significant effect on the customer decisions to choose murabahah financing at PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

Keywords: Perception, Motivation, Reference Group, Purchasing Decision