BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan angket atau kuisioner yang diajukan kepada anggota pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh anggota pembiayaan murabahah BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Pengolahan tersebut di bantu dengan program SPSS, maka dapat di jelaskan sebagai berikut:

A. Pengaruh diantara salah satu Persepsi, Gaya Hidup, dan Sikap Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Berdasarkan temuan hasil pengujian yang telah dilakukan di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, pada bab sebelumnya telah dipaparkan bahwa diantara salah satu variabel persepsi, gaya hidup, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT. Persepsi yang baik pada produk pembiayaan murabahah dapat menarik minat anggota sehingga mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Gaya

hidup akan mengikuti perkembangan zaman sehingga kebutuhan untuk memenuhi gaya hidupnya akan bertambah maka gaya hidup akan mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Sikap adalah respon yang diberikan oleh anggota berdasarkan perasaanya akan mempengaruhi keputusan anggota untuk memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut. ketiga faktor tersebut memberikan efek positive terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah pada kedua BMT tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori ujang yaitu pengambilan keputusan di pengaruhi diantaranya oleh perbedaan individu diantara perbedaan individu itu adalah faktor pengolahan informasi atau persepsi, kepribadian yaitu gaya hidup, dan sikap.¹

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh Syukron Makmun dan Ririn Tri Ratnasari² dalam jurnalnya. Yang menunjukkan bahwa persepsi, gaya hidup, dan sikap yang masuk ke dalam faktor kepribadian mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih BMT Mandiri Sejahtera Gresik. Hal ini memperkuat persepsi, gaya hidup, sikap berpengaruh pada keputusan anggota. Hizkia Elrvan Mawey³ yang menunjukan faktor kepribadian mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

¹ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, hlm. 10

² Syukron Makmun dan Ririn Tri Ratnasari, *Faktor Nasabah Memilih BMT Mandiri Sejahtera Gresik*, 2015

³ Hizkia Elrvan Mawey *Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Rajawali Nusindo Cabang Manado, 2015*

B. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Sinar Amanah dan BMT Istiqomah Karangrejo.

Berdasarkan temuan hasil pengujian yang telah dilakukan di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, pada bab sebelumnya telah dipaparkan bahwa hasil pengujian hipotesis pertama sama-sama menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di kedua BMT. Itu menandakan bahwa informasi pemahaman dan penilaian berpengaruh terhadap persepsi yang mereka tunjukan terhadap produk pembiayaan murabahah. Persepsi sebagai pendorong untuk memilih produk pembiayaan murabahah dalam membantu kebutuhannya. Semakin tinggi dan baik persepsi anggota maka tingkat keputusan memilih produk pembiayaan murabahah semakin besar. Semakin banyak informasi yang diperoleh anggota tentang produk pembiayaan murabahah akan mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut.

Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler bahwa persepsi merupakan suatu proses yang akan digunakan individu untuk memilih mengorganisir dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.⁴ Menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti dalam teori ini adalah sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk mengambil sebuah keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan apa yang dilakukan oleh Ulul Alhab.⁵ Yang menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di Baittultamzil Tamziz Cabang Prambanan. Hal ini memperkuat tentang pengaruh persepsi terhadap keputusan anggota.

Dengan demikian, dapat dikatakan persepsi mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut, yang nantinya apabila anggota telah memutuskan memilih produk pembiayaan murabahah akan menambah penghasilan atau profit pada kedua BMT tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah faktor yang penting dalam memperoleh anggota dan mendapatkan laba.

C. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Dalam Anggota Memilih Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo.

Berdasarkan temuan hasil pengujian yang telah dilakukan di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo

_

⁴ Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, (Indonesia, PT Macanan Jaya 2009),hlm.45

⁵ Ulul Alhab, *Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Baittultamzil Tamziz Cabang Prambanan*, (Fakultas ekonomi bisnis islam: UIN Sunan Kalijaga, Sleman, 2015).

Tulungagung, pada bab sebelumnya telah dipaparkan bahwa hasil pengujian hipotesis kedua sama-sama menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di kedua BMT. Hal ini disebabkan karena setiap masyarakat memiliki gaya hidup yang berbeda — beda sesuai dengan perkembangan zaman, maka dari itu pihak BMT harus paham tentang gaya hidup masyarakat dan menyediakan sebuah produk pembiayaan yang mengerti apa yang dibutuhkan masyarakat sehingga mampu membantu untuk memenuhi gaya hidup masyarakat dan secara langsung akan mempengaruhi anggota untuk memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori Minor dan Mowen bahwa gaya hidup adalah bagaimana seseorang, hidup dengan membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktunya yang dipengaruhi oleh faktor luar sesuai dengan trend perkembangan zaman dan sesuai dengan perilaku konsumen tersebut.⁶

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan apa yang dilakukan oleh Umi Amiritaningsih.⁷ Yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menjadi nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Salatiga. Hal ini memperkuat tentang pengaruh gaya hidup terhadap keputusan anggota.

⁶ Ristiayanti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta, 2005), hlm. 56

_

⁷ Umi Amiritaningsih, Pengaruh Keadaan Ekonomi, Gaya Hidup, dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Salatiga (Fakultas Ekonomi Bisnis Islam: IAIN Salatiga, 2016)

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Dengan tingkat gaya hidup yang semakin tinggi sesuai perkembangan zaman maka akan meningkatkan keputusan anggota memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut.

D. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo.

Berdasarkan temuan hasil pengujian yang telah dilakukan di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, pada bab sebelumnya telah dipaparkan bahwa hasil pengujian hipotesis ketiga sama-sama menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di kedua BMT. Itu menandakan bahwa sikap konsumen dalam memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan saja, akan tetapi ada sesuatu yang lain diantaranya ada perasaan suka, keyakinan serta berharap kepada produk pembiayaan murabahah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Etta Mamang Sungadji dan Sopiah yaitu sikap adalah tanggapan perasaan konsumen yang bisa berupa perasaan suka atau tidak suka terhadap objek tertentu.⁸

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan yang dilakukakn oleh Pebrianti Purwa Admaja. 9 Yang menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan mudharabah di Baitul Wat Tamwil Ummatan Whasathan Tulungagung. Hal ini memperkuat tentang pengaruh sikap terhadap keputusan anggota.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sikap mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Dengan sikap konsumen semakin baik maka akan semakin tinggi kesedian konsumen untuk memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut.

E. Perbandingan Pengaruh Persepsi, Gaya Hidup, dan Sikap Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Produk Murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung Dengan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Berdasarkan pembahasan mengenai semua hasil pengujian hipotesis diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing

⁸ Etta Mamang Sungadji dan Sopiah, perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam Pemasarannya edisi Kedua, (Bogorn: Ghalia Indonesia, 2011), hlm 4

⁹ Pebrianti Purwa Admaja, *Pengaruh Persepsi dan Sikap Anggota terhadap Keputusan* Pembelian Produk Mudharabah di Baitul Wat Tamwil Ummatan Whasathan Tulungagung, (Fakultas Ekonomi Bisnis Islam: IAIN Tulungagung, 2017).

variabel yang terdiri dari persepsi, gaya hidup, dan sikap mempengaruhi keputusan anggota memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Itu menandakan bahwa faktor individu yang terdiri dari persepsi, gaya hidup, dan sikap merupakan faktor penting dalam sebuah pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, kedua BMT selayaknya mempertimbangkan faktor individu dalam pemasaran produknya untuk menambah profit lembaga BMT tersebut. Berdasarkan penelitian ini dengan menggunakan uji independent sample t test pengaruh variabel persepsi, gaya hidup dan sikap terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dengan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, disimpulkan pengaruh variabel persepsi, gaya hidup dan sikap terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo lebih besar dibandingkan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, menandakan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungaggung memperhatikan faktor perbedaan individu anggotanya yang meliputi persepsi, gaya hidup, dan sikap anggota dalam pemasaran sebuah produknya.

Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo, sejalan

dengan teori Philip Kotler bahwa "Persepsi merupakan suatu proses yang digunakan memilih mengorganisir akan individu untuk menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti". Dibuktikan oleh pernyataan ibu Rasmi Rahmajaya seorang anggota pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung "menurutnya pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung sudah baik, memuaskan, dan sesuai prinsip syariah namun dari segi besarnya pembiayan murabahah hanya terbatas sampai dengan Rp. 18.000.000". Menurut ibu Rodhiah seorang anggota pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, "menurutnya pembiayaan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung sudah baik dan sesuai prinsip syariah, tidak membebani, prosedur yang mudah, sudah berdasarkan prinsip syariah dan untuk pembiayaan murabahah sebesar Rp 30.000.000". batasan Berdasarkan pernyataan anggota tersebut disimpulkan produk pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung lebih besar batasannya, tidak membebani, dan prosedur yang mudah, sehingga produk pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung lebih baik di dibandingkan produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, karena produk pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo lebih menarik persepsi anggota terhadap keputusan dalam memilih produk tersebut.

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo, sejalan dengan teori Minor dan Mowen bahwa "Gaya hidup adalah bagaimana seseorang, hidup dengan membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktunya yang dipengaruhi oleh faktor luar sesuai dengan trend perkembangan zaman dan sesuai dengan perilaku konsumen tersebut". Dibuktikan oleh pernyataan bapak Mohtar seorang pedagang di pasar Boyolangu dan anggota pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, beliau mengajukan pembiayaan murabahah untuk memenuhi kebutuhannya memiliki sepeda motor untuk mengangkut barang dagangan menuju pasar. Pernyataan bapak Sugiono, anggota pembiayaan murabahah BMT Istiqomah Karangrejo beliau mengajukan pembiayaan murabahah untuk memiliki sebuah TV LED terbaru. Berdasarkan pernyataan anggota disimpulkan bahwa faktor individu gaya hidup mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk murabahah, gaya hidup anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung lebih ke kebutuhan untuk menunjang kehidupannya sebagai pedagang, sedangkan gaya hidup anggota di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung lebih ke gaya hidup yang konsumtif.

Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. sejalan dengan teori Etta Mamang Sungadji dan Sopiah yaitu "Sikap adalah tanggapan perasaan konsumen yang bisa berupa perasaan suka atau tidak suka terhadap objek tertentu". Dibuktikan oleh pernyataan ibu Rusdiyah bahwasanya dia memilih pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung karena suka terhadap pelayanannya yang ramah. Pernyataan ibu Yanti salah satu anggota pembiayaan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung bahwa beliau memilih produk pembiayaan murabahah karena prosedurnya mudah. Berdasarkan pernyataan anggota disimpulkan bahwa sikap mempengaruhi keputusan anggota memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah karena pelayanannya bagus sedangkan sikap anggota memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo karena prosedurnya mudah.

Menurut bapak Sigit Wicaksono selaku manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung "Manajemen di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung berfokus kepada lembaga mengelola dana ZIS mengarahkan kepada usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana dengan beberapa produk unggulan seperti pembiayaan murabahah, mudharabah, BBA, dengan pemasaran produk yang menarik namun tetap sesuai dengan sistim syariah serta dengan tujuan untuk kemaslahatan umat "

Menurut bapak Arif Jauhari selaku manajer BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung "Manajemen di BMT Istiqomah Karangrejo mengacu kepada perencanaan, pengorganisasian, pengordinasian, dan pengontrolan terhadap pengelolaan dana ZIS untuk mencapai sasaran atau tujuan secara efektif dan efisien namun tetap memegang teguh prinsip syariah, pada sektor pembiayaan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung lebih fokus kepada produk pembiayaan murabahah saja karena menurutnya pembiyaan murabahah sangat dibutuhkan dan menarik di masyarakat"

Berdasarkan pernyataan kedua menajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung disimpulkan bahwa sistim manajemen kedua BMT adalah mengelola dana ZIS untuk kemaslahatan umat dan untuk tolong menolong, Sistim manajemen BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung lebih baik dalam produk pembiayaan murabahah, karena untuk BMT Istiqomah Karangrejo lebih berfokus pada pembiayaan murabahah saja sehingga lebih tertata sedangkan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung walaupun produk pembiayaannya menjadi unggulan, masi perlu meningkatkannya terutama dalam sistim pemasarannya.

Berdasarkan penelitian ini BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung lebih Unggul dibandingkan dengan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, karena dari penuturan anggota masing-masing BMT, produk-produk yang ada di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung lebih mudah persyaratannya selain itu dari tahun berdirinya juga lebih dulu dibandingkan BMT Sinar Amanah Boyolangu

Tulungagung sehingga BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung sudah mempunyai tempat di hati dan dipercayai anggotanya.