

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan *Mobile BMT* di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada *coefficient table* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Artinya, motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota.

Karena t_{hitung} dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan motivasi berpengaruh positif. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikansi terhadap keputusan anggota menggunakan mobile BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek. Hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan searah antara motivasi terhadap keputusan anggota menggunakan mobile BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek. Artinya, ketika nilai motivasi mengalami kenaikan maka keputusan anggota juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya. Motivasi anggota merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Motivasi merupakan peran penting bagi seseorang untuk memutuskan sesuatu,

motivasi ini dijadikan pendorong yang kuat, maka dari itu BMT perlu melakukan cara agar anggotanya semakin termotivasi untuk menggunakan layanan mobile BMT ini. Karena motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota. Semakin tinggi motivasi akan semakin membuat anggota memutuskan untuk menggunakan layanan mobile BMT.

Berdasarkan dari teori yang dinyatakan oleh Sopiah, motivasi adalah kekuatan yang mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan. Anggota akan termotivasi menggunakan mobile BMT untuk memenuhi kebutuhannya yang semakin kompleks. Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan yang menggerakkan seseorang untuk mencapai apa yang ingin diraih.¹⁵⁶

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Misna Febriani Wahidah yang berjudul, “Pengaruh Promosi, Motivasi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank BRI Syariah Cabang MT. Haryono Semarang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan uji F diketahui variabel promosi, motivasi, dan gaya hidup secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah menggunakan mobile banking di Bank BRI Syariah Cabang MT. Haryono Semarang.¹⁵⁷

Berdasarkan hasil penelitian, motivasi sangat berpengaruh terhadap keputusan anggota. Dimana dengan motivasi maka seseorang akan tergerak

¹⁵⁶ Sangadji dan SiSopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hal. 155.

¹⁵⁷ Misna Febriana Wahidah, *Pengaruh Promosi, Motivasi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang MT. Haryono Semarang)*, (Skripsi IAIN Salatiga, 2018)

untuk menggunakan *mobile* BMT demi mencapai tujuan mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang semakin kompleks. Termasuk pandangan mereka mengenai sistem yang ada di BMT ini.

B. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Mobile BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada *coefficient table* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji *t* (parsial) dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Artinya, persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Karena t_{hitung} dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan persepsi berpengaruh positif. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikansi terhadap terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek. Hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan searah antara persepsi terhadap terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek. Artinya, ketika nilai persepsi mengalami kenaikan maka keputusan anggota juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan dari teori yang dinyatakan oleh Etta Mamang Sangadji, persepsi merupakan proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi. Oleh karenanya persepsi ini muncul sebagai akibat dari pengaruh lingkungan atau orang yang dikenal.¹⁵⁸

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Dwi Ardika yang berjudul, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta)”.¹⁵⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi resiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat menggunakan *mobile Banking* Bank Syariah di mahasiswa perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Berdasarkan hasil penelitian persepsi berpengaruh terhadap keputusan anggota. Dimana dengan persepsi seseorang akan mengintergrasikan pemahaman terhadap hal-hal yang disekeliling kita dengan kesan-kesan atau konsep yang sudah ada, kemudian mengenali hal itu. Termasuk pandangan seseorang mengenai sistem yang ada di BMT ini.

¹⁵⁸ Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal. 43

¹⁵⁹ Muhammad Dwi Ardika, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta)*, (Skripsi IAIN Surakarta, 2018)

C. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Mobile BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada *coefficient table* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Artinya, sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Karena t_{hitung} dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan sikap berpengaruh positif. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikansi terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek. Hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan searah antara sikap terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek. Artinya, ketika nilai sikap mengalami kenaikan maka keputusan anggota juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan dari teori yang dikemukakan oleh Popham dalam Sutarjo Dedi Susilo, sikap sebenarnya hanya sebagian dari ranah afektif yang di

dalamnya mencakup perilaku, seperti perasaan, minat, emosi dan sikap.¹⁶⁰ Dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan reaksi individu terhadap apa yang telah ia lihat/dengar. Walaupun objeknya sama, namun tidak semua individu mempunyai sikap yang sama, hal itu dapat dipengaruhi oleh keadaan individu, pengalaman, informasi dan kebutuhan masing-masing individu berbeda. Sikap seseorang terhadap objek akan membentuk perilaku individu terhadap objek.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ziza Ricmala yang berjudul, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Bagi Nasabah Bank Mandiri di Surabaya”.¹⁶¹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile Banking* bagi nasabah Bank Mandiri Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian, sikap sangat berpengaruh terhadap keputusan anggota. Dimana dengan sikap seseorang akan memberikan tanggapan dari adanya layanan yang memudahkan transaksi keuangan yang diberikan oleh BMT. Termasuk pandangan seseorang mengenai sistem yang ada di BMT ini.

¹⁶⁰ Sutarjo Dedi Susilo, *Pembelajaran Nilai Karakter*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hal. 68.

¹⁶¹ Ziza Ricmala, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri di Surabaya* (Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2016)

D. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Mobile BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada *coefficient table* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Artinya, pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Karena t_{hitung} dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan pengetahuan berpengaruh positif. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikansi terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek. Hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan searah antara pengetahuan terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek. Artinya, ketika nilai pengetahuan mengalami kenaikan maka keputusan anggota juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan dari teori yang disampaikan oleh Soekidjo Notoadmodjo, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran). Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan terjadi setelah orang

melakukan penginderaan terhadap objek tertentu. ¹⁶²Pengetahuan merupakan ilmu yang diperoleh dari setiap individu baik itu bisa diperoleh melalui pengalaman yang telah ia alami atau yang telah ia peroleh melalui alat inderanya baik penglihatan atau pendengaran.

Penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anik Fadilatul Khusna yang berjudul, “Pengaruh Pengetahuan, Teknologi Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI Malang”. ¹⁶³ Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji T test menunjukkan bahwa pengetahuan, teknologi informasi dan kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* BRI Malang.

Berdasarkan hasil penelitian, pengetahuan sangat berpengaruh terhadap keputusan anggota. Dengan pengetahuan maka seseorang akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai lembaga tersebut. Termasuk pandangan seseorang mengenai sistem yang ada di BMT ini.

¹⁶² Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), hal. .45

¹⁶³ Anik Fadilatul Khusna, *Pengaruh Pengetahuan, Teknologi Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI Malang*, (Jurnal ilmiah vol.12 no.01, 2018).

E. Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Mobile BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel ANOVA diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji F (simultan) dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , artinya Motivasi, Persepsi, Sikap, dan Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan dari teori yang dikemukakan oleh George R. Terry, mengambil keputusan ialah memilih alternatif dari dua atau beberapa alternatif yang ada untuk menentukan arah tujuan yang ingin dicapai, alternatif-alternatif tersebut dapat berupa suatu kondisi fisik, atau usaha-usaha yang kreatif, atau tempat menghimpun pemikiran, perasaan dan pengetahuan untuk melaksanakan suatu tindakan.¹⁶⁴ Pada penelitian sebelumnya oleh Fadhilatul Fitriani menyatakan bahwa ada 3 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu pengetahuan, teknologi informasi, dan kepercayaan.¹⁶⁵ sedangkan dalam penelitian terdahulu oleh Misna Febriana Wahidah

¹⁶⁴ Terry George.R, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, diterjemahkan oleh J.Smith.D.F.M, *Guide to Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hal. 34.

¹⁶⁵ Fadhilatul Fitriani, *Pengaruh Pengetahuan, Teknologi Informasi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Studi Kasus Pada Nasabah BNI Syariah Medan* (Skripsi UIN Sumatra Utara, 2016)

menyatakan bahwa ada 3 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu promosi, motivasi dan gaya hidup.¹⁶⁶

Motivasi terjadi karena suatu individu memiliki tujuan yang ingin dicapai, selain itu dari segi perusahaan harus memiliki pemahaman kepentingan demi berkembangnya usaha yang dimiliki/dalam artian termotivasi agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen tersebut, dan memberikan fasilitas guna konsumen tersebut bisa mendapatkan dan menggunakan produk kita dengan mudah.¹⁶⁷

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.¹⁶⁸

Sikap dan keyakinan akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap produk atau jasa sehingga sikap konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Kelompok referensi, keluarga, peranan dan

¹⁶⁶ Misna Febriana Wahidah, *Pengaruh Promosi, Motivasi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang MT. Haryono Semarang)*, (Skripsi IAIN Salatiga, 2018)

¹⁶⁷ Sarinah dan Mardalena, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hal. 101-102.

¹⁶⁸ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 141-142.

status. secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.¹⁶⁹

Pengetahuan merupakan ilmu yang diperoleh dari setiap individu baik itu bisa diperoleh melalui pengalaman yang telah ia alami atau yang telah ia peroleh melalui alat inderanya baik penglihatan atau pendengaran.¹⁷⁰ Untuk melakukan suatu keputusan nasabah akan melalui suatu proses tertentu, demikian pula pada hal keputusan memilih produk atau merek, mereka akan melaksanakan proses terlebih dahulu mungkin karena mereka tidak ingin menanggung risiko yang besar apabila memilih produk tersebut, sehingga mereka akan penuh dengan pertimbangan-pertimbangan dari setiap pengambilan keputusan.¹⁷¹

KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek memiliki dari keempat faktor yang mempengaruhi keputusan anggota menggunakan mobile BMT, yakni motivasi, persepsi, sikap dan pengetahuan. Keempat faktor tersebut bersama-sama mempengaruhi keputusan anggota menggunakan mobile BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa motivasi, persepsi, sikap dan pengetahuan bersama-sama mempengaruhi keputusan anggota. Keputusan anggota sangat dipengaruhi oleh keempat faktor tersebut, di mana;

¹⁶⁹ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunika*s, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 50

¹⁷⁰ Nurul Indarti, *Manajemen Pengetahuan: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014), hal. 14.

¹⁷¹ Febrina Sari, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), hal. 170.

pertama, motivasi anggota menggunakan mobile BMT untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang semakin kompleks dan efektif. *Kedua*, persepsi anggota terhadap mobile BMT yang menggiurkan untuk menghemat waktu dan tenaga dalam setiap transaksi keuangan yang akan dilakukan. *Ketiga*, sikap anggota terhadap adanya layanan baru yang memberikan pilihan kemudahan karena dapat melakukan transaksi keuangan kapanpun dan dimanapun. Keempat, pengetahuan anggota terhadap lingkungan serta kenalan mereka yang telah menggunakan mobile BMT yang terbukti mudah, efisien dan aman.