BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Keyakinan Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar.

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini hipotesis pertama yang terdapat di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar menyatakan bahwa keyakinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah. Yang artinya, jika setiap anggota memiliki keyakinan terhadap pembiayaan murabahah maka anggota akan memutuskan melakukan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah, sebaliknya apabila anggota kurang yakin terhadap pembiayaan murabahah maka anggota tidak akan memutuskan melakukan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sisilya Truly Retoe[1], dengan judul Analisis motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap terhadap keputusan pembelian pada PT. Combloc Indonesia Surya Manado. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa keyakinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Combloc Indonesia Surys Manado.

Dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong bahwa keyakinan merupakan pemikiran deskriptif seseorang

[1] Sisilya Truly Retor, *Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Conbloc Indonesia Surya Manado,* Jurnal EMBA Vol 2 No 3 September 2014, hal 674

mengenai sesuatu. Keyakinan adalah tingkat kepastian konsumen yang mempertimbangkan suatu merek yang benar secara evaluatif, apakah merek tersebut baik atau buruk.[2] Menurut Tjiptono dan Diana keyakinan merupakan pikiran deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu, keyakinan dapat dibentuk melalui pengetahuan riil, opini, atau kepercayaan.[3] Dan keyakinan konsumen datang dari apa yang telah dilihat atau apa yang telah diketahui. Berdasarkan apa yang telah dilihat kemudian terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik suatu produk. Oleh karena itu, produsen sedapat mungkin memberikan informasi yang benar tentang produk yang ditawarkan. Karena hal itu akan berpengaruh dalam menumbuhkan keyakinan konsumen.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keyakinan merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan keyakinan inilah yang nantinya akan mendorong anggota untuk melakukan pembelian. Ketika ada keyakinan yang buruk dibenak anggota, tugas pemasar adalah memperbaiki keyakinan anggota tersebut. Karna semakin besar keyakinan yang dimiliki oleh anggota Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar semakin besar pula anggota yang memutuskan memilih pembiayaan murabahah.

---

[2] Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Duabelas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga,2001), hal 218.

[3] Tjiptono Fandi dan Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hal 78.

B. Pengaruh Siklus Hidup Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar.

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini hipotesis kedua yang terdapat di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar menyatakan bahwa siklus hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar. Yang artinya, tahapan hidup dan kebutuhan setiap anggota mempengaruhi anggota menggunakan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Shabria Masyira Halim,[4] dengan judul pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian pada Starbucks Coffe Shop Sun Plaza Medan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa siklus hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Starbucks Coffe Shop Sun Plaza Medan.

Dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler, bahwa Siklus hidup yaitu orang-orang yang mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang waktu kehidupan mereka.[5] Tahapan siklus hidup psikologis orang dewasa mengalami perjalanan dan perubahan sepanjang hidupnya. Kebutuhan dan selera nasabah akan berubah sesuai dengan usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga. Sehingga pemasar

---

[4] Shabrina Masyira Halim, *Pengaruh Faktor Pribadai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffe Shop Sun Plaza Medan*, Jurnal Manajemen, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009)

[5] Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ke Tiga Belas Jilid 1,* (Jakarta:Erlangga, 2001), hal 206

hendaknya memperhatikan perubahan minat pembelian yang terjadi yang berhubungan dengan daur hidup manusia.[6]

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa siklus hidup dapat mempengaruhi keputusan anggota menggunakan pembiayaan murabahah. Karena bertambahnya usia maka kebutuhan anggota pun juga akan mengalami peningkatan, hal tersebutlah yang akan menjadi pertimbangan anggota untuk memutuskan melakukan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

C. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar.

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini hipotesis ketiga yang terdapat di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar menyatakan bahwa konsep diri bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar. Yang artinya, konsep diri mempengaruhi anggota memutuskan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Erna Ferrinadewi[7], dengan judul Pengaruh nilai-nilai hedonis dan konsep diri terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada loyalitas merek di

---

[6] Novitasari & Ikram, *Pengaruh Faktor Sosisal Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR Canon Di Kota Pekanbaru*, Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan, hal 259-260.

[7] Erna Ferrinadewi, *Pengaruh Nilai-Nilai Hedonis Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek Di Surabaya (Studi Pada Pembelian Barang Mewah)*, Jurnal Manajemen Kinerja Vol.2 No.2 Agustus 2016, hal 10

surabaya (studi pada pembelian barang mewah). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang mewah.

Dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, bahwa konsep diri dibagi menjadi tiga yaitu konsep diri mereka sendiri (cara kita memandang diri kita sendiri), konsep diri ideal konsumen (cara kita ingin memandang diri kita sendiri), dan konsep diri orang lain (cara pandang orang lain terhadap kita).[8] Konsep diri merupakan keseluruhan pemikiran dan perasaan konsumen terhadap bagaimana mereka ingin dinilai oleh orang lain sebagai obyek. Salah satu cara agar individu memelihara konsep diri yang diyakininya adalah melalui pembelian berbagai produk. Kepemilikan akan sebuah produk akan sangata membantu konsumen dalam mendefinisikan siapa dirinya dan pada akhirnya akan menciptakan identitas diri.[9]

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa konsep diri dapat mempengaruhi keputusan anggota menggunakan pembiayaan murabahah. Dengan adanya konsep diri yang kuat maka setiap anggota akan lebih mudah menentukan produk apa yang hendak dibeli sesuai dengan dirinya. Hal tersebutlah yang akan dijadikan pertimbangan anggota untuk memutuskan melakukan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

---

[8] Phillip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran,Edisi Ke Tiga Belas Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal 174.

[9] Erna Farrinadewi, *Pengaruh Nilai-Nilai Hedonis Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek Di Surabaya*, E-Jurnal Manajemen Kinerja, Vol.2. Nomor 2 Agustus 2016, hal 4

D. Pengaruh Referensi Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar.

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini hipotesis keempat yang terdapat di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar menyatakan bahwa referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar. Hal ini berarti apabila semakin tinggi pengaruh orang lain entah itu teman, keluarga atau sekedar kenal saja dam menentukan keputusan pembelian anggota.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Riski Yuliana Pramudi,[10] dengan judul pengaruh gaya hidup konsumtif dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik lokal. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsetik lokal.

Dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kolter dan Keller, bahwa kelompok referensi adalah semua kelompok yang berpengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung disebut kelompok keanggotan, yang mana kelompok ini dibagi menjadi kelompok primer (Interaksi dilakukan dengan terus menerus dan tidak resmi) dan kelompok sekunder (Interaksi kurang berkelanjutan dan cenderung lebih

[10] Riski Yuliana Pramudi, *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal*, (Surabaya: Journal of Research in Ekonomics and Manajement Vol 15, No 2, 2015) hal 293.

resmi).[11] Menurut Suryani, kelompok referensi merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu. Kelompok yang mengacu pada kelompok referensi tertentu belu tentu menjadi anggota kelompok tersebut.[12]

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi dapat mempengaruhi keputusan anggota menggunakan pembiayaan murabahah. Karena kelompok referensi memberikan banyak informasi terkait produk yang ingin anggota beli, hal tersebutlah yang akan menjadi pertimbangan anggota untuk memutuskan melakukan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

E. Pengaruh Status Sosial Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar.

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini hipotesis kelima yang terdapat di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar menyatakan bahwa status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar. Yang artinya, status sosial setiap anggota mempengaruhi anggota menggunakan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

---

[11] Philip Kolter dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), Hal 170.

[12] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Edisi I*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal 215.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Diah Aradea Fitriani dan Fullchis Nurtjahjani,[13] dengan judul pengaruh faktor sosial dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian pada Telkomsel di GraPARI Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Telkomsel di GraPARI Malang. Yang artinya, status soaial setiap anggota mempengaruhi anggota melakukan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

Dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler, bahwa status sosial adalah pengakuan masyarakat umum sesuai dengan peran yang dijalankannya.[14] Status sosial ekonomi adalah posisi yang ditempati individu atau keluarga yang berkenaan dengan ukuran rata-rata yang umum berlaku tentang kultural, pendapatan efektif, pemilikan barang dan partisipasi dalam aktifitas kelompok dari komunitasnya. Status sosial ekonomi adalah posisi seseorang dalam masyarakat yang berkaitan dengan orang lain dalam lingkungan pergaulan, prestasinya, dan hak-hak serta kewajiban dalam hubungan dan sumber daya. Menurut Rapl Linton, status sosial status sosial adalah sekumpulan hak dan kewajiban yang dimiliki seseorang dalam masyarakat. Orang yang memiliki status sosial yang tinggi akan ditempatkan lebih tinggi dalam struktur masyarakat dibandingkan dengan orang yang memiliki status sosial rendah.

---

[13] Diah Aradea Fitriani dan Fullchis Nurtjahjani, *Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Telkomsel di Grapari Malang,* (Malang: Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol 3, No 2 Thn 2017), hal 636.

[14] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisi, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol,* (Jakarta; PT. Prehallindo,2001) hal 206.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa status sosial dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Apabila status seseorang tinggi secara otomatis orang tersebut akan mempunyai perilaku pembelian yang lebih konsumtif, begitu sebaliknya orang dengan status sosial yang rendah, maka orang tersebut tingkat konsumsinya akan mengalami penurunan. Karena lingkungan hidup ataupun pergaulan setiap anggota dapat memberikan pengaruh satu sama lain terhadap kehidupan seseorang, hal tersebutlah yang bisa mempengaruhi setiap anggota memutuskan melakukan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

F. Pengaruh Keyakinan, Siklus Hidup, Konsep Diri, Referensi dan Status Sosial Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar.

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menyatakan bahwa keyakinan, siklus hidup, konsep diri, referensi dan status sosial bersama-sama bernilai positif dan signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan murabahah di Kopsyah Al Mizan dan BMT Makmur Sejahtera Blitar. Yang artinya, setiap keyakinan, siklus hidup, konsep diri, referensi dan status sosial anggota mempengaruhi keputusan melakukan pembelian menggunakan pembiayaan murabahah.

Hasil penelittian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fery Arvandi Dan Ade Parluangan Nasution,[15] dengan judul pengaruh faktor sosial, pribadi dan psikopogis terhadap keputusan pembelian sepeda motor

[15] Fery Arvandi dan Ade Parluangan Nasution, *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi Dan Psikopogis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Cv.Sun Berlian Motor Aek Nabara.* (Labuhanbatu: Jurnal Ecobisma Vol 3 No.1 Thn 2016) hal 10.

yamaha pada CV.Sun Berlian Motor AEK Nabara. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor keyakinan, siklus hidup, konsep diri, referensi dan status sosial bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha pada CV.Sun Berlian Motor AEK Nabara.

Dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong, bahwa keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen, yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.[16]

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa keyakinan, siklus hidup, konsep diri, referensi dan status sosial dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Karena setiap anggota bebas memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. hat tersebutlah yang akan dijadikan perbandingan bagi anggota atau konsumen untuk memutuskan memilih pembiayaan murabahah.

[16] Kotler And Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1*. (Jakarta: Erlangga, 2016), hal 177.