

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Faktor-faktor pendapatan dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah**

Berdasarkan pada penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa variabel pendapatan nasabah dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada uji validitas dan reliabilitas bahwa seluruh item variabel pendapatan nasabah teruji valid dan reliabel. Pada tabel 4.13 Berdasarkan pengujian uji normalitas secara multivariat di atas diperoleh hasil bahwa data ini benar normal.

Pada deskripsi dari variabel pendapatan nasabah dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Istiqomah Plosokandang mempertimbangkan pendapatan dalam memilih produk Murabahah, hal ini dibuktikan dengan tanggapan responden yang menyatakan setuju.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh Satria Pramana yang berjudul faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan menjadi nasabah pada PT.BPR Pusaka Denpasar menyatakan bahwa teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis faktor. Berdasarkan metode PCA (*Principal Component Analysis*) dihasilkan lima faktor yang

dipertimbangkan konsumen dalam menjadi nasabah PT.BPR Pusaka Denpasar.<sup>78</sup>

Pada penelitian ini, variabel pendapatan nasabah dipertimbangkan oleh nasabah yang terdiri dari, pekerjaan sekarang dapat mengakomodir pembiayaan sekarang, gaji nasabah cukup untuk memenuhi kebutuhan dan pembiayaan, karyawan BMT berkomunikasi dengan baik, lancar dan jelas sehingga nasabah mudah memahami, produk Murabahah dapat memenuhi kebutuhan nasabah, faktor ini dinamakan faktor pendapatan nasabah.

#### **B. Faktor-faktor motivasi dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah**

Berdasarkan pada penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa variabel motivasi dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada uji validitas dan reliabilitas bahwa seluruh item variabel pendapatan nasabah teruji valid dan reliabel. Pada tabel 4.13 Berdasarkan pengujian uji normalitas secara multivariat di atas diperoleh hasil bahwa data ini benar normal.

Pada deskripsi dari variabel motivasi dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Istiqomah Plosokandang mempertimbangkan motivasi dalam memilih produk Murabahah, hal ini dibuktikan dengan tanggapan responden yang menyatakan setuju.

---

<sup>78</sup> Satria Pramana, *Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Menjadi Nasabah Studi Kasus PT.BPR Pusaka Denpasar*, (Bali: Universitas Udayana,2016)

Hasil dari penelitian ini didukung oleh Ratna Nur Wulandari, pengaruh persepsi, preferensi, dan motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di baitul maal wa tamwil istiqomah tulungagung menyatakan bahwa pengujian secara simultan uji F diketahui variable persepsi, preferensi dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah.<sup>79</sup>

Pada penelitian ini, variabel motivasi dipertimbangkan oleh nasabah yang terdiri dari, nasabah BMT mampu membayar pembiayaan tanpa tunggakan, keuletan kerja nasabah menghasilkan pendapatan untuk mengakomodir pembiayaan, pembiayaan di BMT memberikan kemudahan pemenuhan kebutuhan, sarana dan prasaranan yang baik sehingga membuat nasabah nyaman, terdapat produk Murabahah plus di BMT Istiqomah sehingga memudahkan sistem pembayaran nasabah, sistem pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan akad syariah, faktor ini dinamakan faktor pendapatan nasabah, faktor motivasi dan faktor *brand image*.

### **C. Faktor-faktor kualitas pelayanan dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah.**

Berdasarkan pada penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam pembahasan

---

<sup>79</sup> Ratna Nur Wulandari, *pengaruh persepsi, preferensi, dan motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di baitul maal wa tamwil istiqomah tulungagung* (IAIN Tulungagung 2016)

sebelumnya pada uji validitas dan reabilitas bahwa seluruh item variabel pendapatan nasabah teruji valid dan reliabel. Pada tabel 4.12 Berdasarkan pengujian uji normalitas secara multivariat di atas diperoleh hasil bahwa data ini benar normal.

Pada deskripsi dari variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Istiqomah Plosokandang mempertimbangkan kualitas pelayanan dalam memilih produk Murabahah, hal ini dibuktikan dengan tanggapan responden yang menyatakan setuju.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh Mujib Daroini, Pengaruh nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Mentari Tulungagung, menyatakan bahwa variabel nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.<sup>80</sup>

Pada penelitian ini, variabel kualitas pelayanan dipertimbangkan oleh nasabah yang terdiri dari, sistem pembiayaan di BMT dijamin kerahasiaan data nasabahnya, karyawan mempunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah, letak BMT yang strategis sehingga mudah dikunjungi oleh nasabah, karyawan memberikan respon yang baik atas keluhan nasabah, faktor ini dinamakan faktor kualitas pelayanan.

---

<sup>80</sup>Mujib Daroini, *Pengaruh nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Mentari Tulungagung*, penelitian, (Tulungagung: IAIN,2014)

**D. Faktor-faktor *brand image* dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah.**

Berdasarkan pada penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa variabel *brand image* dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Murabahah. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada uji validitas dan reabilitas bahwa seluruh item variabel pendapatan nasabah teruji valid dan reliabel. Pada tabel 4.13 Berdasarkan pengujian uji normalitas secara multivariat di atas diperoleh hasil bahwa data ini benar normal.

Pada deskripsi dari variabel *brand image* dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Istiqomah Plosokandang mempertimbangkan kualitas pelayanan dalam memilih produk Murabahah, hal ini dibuktikan dengan tanggapan responden yang menyatakan setuju.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh Alfian B, Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova Pada PT. Hadji Kalla Polman, menyatakan bahwa variabel citra merek (*brand image*) yang terdiri dari keunggulan asosiasi merek, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.<sup>81</sup>

Pada penelitian ini, variabel kualitas pelayanan dipertimbangkan oleh nasabah yang terdiri dari, pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang

---

<sup>81</sup> Alfian B, Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova Pada PT. Hadji Kalla Polman, (Makassar: Univ Hasanuddin, 2012)

dipromosikan dan sistem pembiayaan yang bebas riba, faktor ini dinamakan faktor kualitas pelayanan dan *brand image*.

**E. Faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah yang paling dominan dalam keputusan memilih produk Murabahah di BMT Istiqomah Plosokandang**

Dari hasil demografi responden dalam penelitian ini pada diagram 4.1 kebanyakan nasabah berjenis kelamin laki-laki memungkinkan mayoritas nasabah pembiayaan menggunakan pembiayaannya sebagai pemenuhan kebutuhan keluarga merupakan tanggung jawab sebagai kepala keluarga.

Hasil demografi responden dalam penelitian ini pada diagram 4.2 tentang usia nasabah mayoritas adalah usia 30 tahun ke atas memungkinkan hal tersebut merupakan kebijakan BMT bahwa usia demikian masih produktif untuk bekerja dan sudah memenuhi persyaratan pembiayaan di BMT.

Hasil demografi responden dalam penelitian ini pada diagram 4.3 tentang pekerjaan nasabah mayoritas adalah pedagang, hal ini sesuai dengan letak lokasi BMT yang berada di pinggir kota yang berdiri toko-toko dan tempat usaha lainnya yang sedang dalam proses berkembang maka memungkinkan pembiayaan tambahan sebagai penunjang usahanya.

Hasil demografi responden dalam penelitian ini pada diagram 4.4 tentang pendidikan terakhir nasabah mayoritas adalah SMA. Faktor pendidikan merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi pola pikir

masyarakat untuk mendapatkan informasi, dimana informasi tersebut dibutuhkan untuk pengetahuan nasabah tentang produk BMT.

Berdasarkan pada hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa pada penelitian ini, faktor pendapatan nasabah, motivasi dan *brand image* merupakan faktor yang paling dominan dalam pertimbangan keputusan nasabah memilih produk Murabahah yaitu terdiri dari, Nasabah BMT mampu membayar pembiayaan tanpa tunggakan, keuletan kerja nasabah menghasilkan pendapatan untuk mengakomodir pembiayaan, pembiayaan di BMT memberikan kemudahan pemenuhan kebutuhan, sarana dan prasarana yang baik sehingga membuat nasabah nyaman, terdapat produk Murabahah plus di BMT Istiqomah sehingga memudahkan sistem pembayaran nasabah, sistem pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan akad syariah.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Winardi tentang pendapatan merupakan pendapatan tingkat hidup yang dapat dinikmati oleh individu dimasyarakat, dan juga pendapatan masyarakat yang nantinya akan digunakan untuk mengembalikan pinjaman bagi yang melakukan pinjaman. Pendapatan masyarakat tersebut sebagai sumber penghasilan dari berbagai macam jenis pekerjaan, seperti pegawai negeri, wiraswasta, petani, pengusaha, pengrajin dan seniman.<sup>82</sup>

Hasil dari penelitian ini didukung oleh satria pramana yang berjudul faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan menjadi

---

<sup>82</sup> Winardi, *Pengantar Ekonomi*..., hal 56.

nasabah pada PT.BPR Pusaka Denpasar menyatakan bahwa teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis faktor. Berdasarkan metode PCA (*Principal Component Analysis*) dihasilkan lima faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menjadi nasabah PT.BPR Pusaka Denpasar yaitu faktor lokasi, faktor pendidikan, faktor produk, faktor domisili dan faktor usia.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> Satria Pramana, *Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Menjadi Nasabah Studi Kasus PT.BPR Pusaka Denpasar*, (Bali: Universitas Udayana,2016)