

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Persepsi Terhadap Produk Pembiayaan Investasi Mudharabah di KSPP Syariah Madani Cabang Trenggalek

Hasil pengujian data diketahui dari tabel *Coefficient* Regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi Persepsi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Produk Pembiayaan Investasi Mudharabah di KSPP Syariah Madani Cabang Trenggalek. Sumbangan pengaruh Persepsi terhadap Produk Pembiayaan Ivestasi Mudharabah di KSPP Syariah Madani Caban Trenggalek dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R²). Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai R² sebesar 0.741. Artinya, Persepsi hanya memberikan pengaruh sebesar 74,1% terhadap Produk Pembiayaan Investasi mudharabah, sedangkan sisanya 25,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Mengutip teori yang di ungkapakan *Kenneth K. Serono dan Edward M. Bodaken* Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita. Persepsi adalah penelitian bagaimana kita mengintegrasikan sensasi ke dalam *percepts* objek, dan bagaimana kita selanjutnya menggunakan *percepts* itu untuk megenali dunia (*percepts* adalah hasil dari proses perseptual).⁴⁵ Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan

⁴⁵ Widjaja Kusuma, *Pengantar Psikologi, Edisi Kesebelas, Jilid 1* (Batam: Interaksara, Harcourt Brace & Company), hal. 276

menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Liztya Siska Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pembiayaan murabahah memiliki hubungan yang signifikan terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah.

Variabel persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap produk pembiayaan investasi mudharabah di KSPP syariah madani cabang trenggalek. Hal ini menunjukkan bahwa adanya lembaga keuangan syariah telah menarik sebagian masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Pemahaman masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah masih rendah, yang disebabkan oleh sosialisasi terhadap prinsip dan system ekonomi syariah terhadap masyarakat masih kurang. Hal ini sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat terhadap bank syariah. Persepsi masyarakat terhadap bank syariah adalah bank islami dan bank system bagi hasil. Informasi yang diterima oleh masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah bersifat parsial dengan sumber informasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah harus di sosialisasikan dengan lebih luas dengan media yang efektif. Sebagian nasabah lembaga keuangan syariah ternyata tidak memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah akan Produk Pembiayaan Investasi

Mudharabah di KSPP Syariah Madani Cabang Trenggalek diterima dengan baik dan secara langsung akan memberikan dampak signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah Produk Pembiayaan Investasi Mudharabah di KSPP Syariah Madani Cabang Trenggalek.

B. Pengaruh Perilaku Terhadap Produk Pembiayaan Investasi Mudharabah Di KSPP Syariah Madani Cabang Trenggalek

Hasil pengujian data diketahui dari tabel *Coefficient* Regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi Persepsi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Produk Pembiayaan Investasi Mudharabah di KSPP Syariah Madani Cabang Trenggalek. Sumbangan pengaruh Persepsi terhadap Produk Pembiayaan Ivestasi Mudharabah di KSPP Syariah Madani Caban Trenggalek \ dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R²). Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai R² sebesar 0.741. Artinya, Persepsi hanya memberikan pengaruh sebesar 74,1% terhadap Produk Pembiayaan Investasi mudharabah, sedangkan sisanya 25,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Mengutip teori yang diungkapkan Green dalam bukunya *Meansurmen Of Human Behavior* menjeaskan bahwa perilaku adalah kegiatan manusia atau makhluk hidup lainnya yang dapat dilihat pada saat tertentu disuatu tempat.⁴⁶ Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana

⁴⁶ E.B, Green, *Meansurmen Of Human Behavior*, (New York : The Odessey Press 1971)

barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁴⁷

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan. . Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh mirawati Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi memiliki hubungan secara signifikan terhadap pembiayaan murobahah.

Variabel perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap produk pembiayaan investasi mudharabah di KSPP syariah madani cabang trenggalek. Hal ini menunjukkan perilaku masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah masih kurang karena kurangnya sosialisasi lembaga keuangan syariah terhadap masyarakat. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah harus mengadakan sosialisasi secara efektif terhadap masyarakat.

C. Pengaruh Preferensi Terhadap Produk Pembiayaan Investasi Mudharabah Di KSPP Syariah Madani Cabang Trenggalek

Hasil pengujian data diketahui dari tabel *Coefficient* Regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi Persepsi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Produk Pembiayaan Investasi Mudharabah di KSPP Syariah Madani Cabang Trenggalek. Sumbangan pengaruh Persepsi terhadap Produk Pembiayaan Ivestasi Mudharabah di KSPP Syariah Madani Caban

⁴⁷ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran . . .* , hal. 166

Trenggalek \ dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai R^2 sebesar 0.741. Artinya, Persepsi hanya memberikan pengaruh sebesar 74,1% terhadap Produk Pembiayaan Investasi mudharabah, sedangkan sisanya 25,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Mengutip teori yang di ungkapkan Kotler peranan preferensi adalah pemrakarsa (initiator) pemberi pengaruh (influencer) pengambilan keputusan (decider) pembeli (purchaser) dan pengguna atau pemakai (user) *Preference* mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih. Menurut Doris Grober preferensi media umumnya meminta pengguna media untuk mengurutkan preferensi pengguna terhadap suatu media. penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dani Panca Setiasih preferensi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap dosen terhadap perbankan syariah (study kasus pada dosen fakultas syariah IAIN Walisongo Semarang).

Variabel preferensi berpengaruh positif signifikan terhadap produk pembiayaan investasi mudharabah di KSPP syariah madani cabang trenggalek. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sampai saat ini masih memilih menggunakan produk-produk lembaga keuangan konvensional daripada syariah. Karena produk-produk lembaga keuangan syariah masih sulit dipahami oleh masyarakat yang pendidikannya relatif rendah. Oleh

karena itu, lembaga keuangan syariah harus membuat inovasi baru terhadap produk-produk nya. Misalkan mengganti istilah Arab menjadi istilah Indonesia.