

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi dan Sikap Anggota Terhadap Keputusan Pembelian Pembiayaan Mudharabah di Baitul Maal Wat Tamwil Ummatan Wasathan Tulungagung” ini ditulis oleh Irena Pebrianti Purwa Admaja, NIM. 1741143171, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung, dengan pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati, SE., M.Sy.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya sistem pembiayaan dengan konsep mudharabah sebagai sistem yang sesuai prinsip syariah. Keputusan seseorang dalam memilih pembiayaan tentunya dipengaruhi banyak pertimbangan dan faktor, diantaranya persepsi dan sikap. Persepsi dan sikap anggota yang baik tentunya juga akan meningkatkan keputusan anggota untuk memilih pembiayaan mudharabah dibandingkan dengan pembiayaan yang lain.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah (1) apakah persepsi anggota berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan mudharabah? (2) apakah sikap anggota berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan mudharabah? (3) apakah persepsi dan sikap anggota berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan mudharabah?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh dengan melibatkan sebanyak 57 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner atau angket dengan menggunakan skala pengukuran *likert*. Adapun analisis data yang digunakan meliputi (1) uji validitas dan reliabilitas, (2) uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, (3) uji regresi linier berganda, (4) uji hipotesis yang meliputi uji t dan uji f.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan mudharabah, (2) sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan mudharabah (3) persepsi dan sikap anggota secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan mudharabah

Kata kunci : Persepsi, Sikap, Keputusan Pembelian, pembiayaan mudharabah

ABSTRACT

This thesis entitled "The Effect of Perception and Customer's Attitudes toward the Purchasing Decision of Mudharabah Financing in Baitul Maal Wat Tamwil Ummatan Wasathan Tulungagung" was written by Irena Pebrianti Purwa Admaja, NIM. 1741143171, Majoring Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), IAIN Tulungagung, with advisor Hj. Amalia Nuril Hidayati, SE., M.Sy.

The research is based on the importance of financing system with the concept of mudharabah as a system that suitable with sharia principle. Someone's decision to choose financing certainly influenced by many considerations and factors, including perceptions and attitudes. Perceptions and customer's attitudes that good will increasing customer's decision to choosing mudharabah financing compared to other financing.

Problem formulation in this research is (1) whether customer's perception have significant effect to customer's decision in taking mudharabah financing? (2) whether customer's attitudes have significant effect to customer's decision in taking mudharabah financing? whether perception and customer's attitudes have simultaneously effect to customer's decision in taking mudharabah financing?

This research uses quantitative approach with type of research asoatif. The sampling technique used total sampling by involving as many as 57 respondents. Technique of data collecting using questionnaires with using *Likert* measurement scales. Data analysis used include (1) validity and reliability test, (2) classical assumption test such as normality test, multicollinearity test, and heteroskedasticity test, (3) multiple linear regression test, (4) hypothesis test which includes t test and f test.

The result of this research indicated that (1) perception have positive and significant effect to customer's decision in taking mudharabah financing, (2) attitude have positive and significant effect to customer's decision in taking mudharabah financing (3) perception and customer's attitude simultaneously have positive and significant effect to customer's decision in taking mudharabah financing

Keywords: Perception, Attitude, Purchase Decision, Mudharabah Financing.