

BAB IV

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH

A. Gambaran Umum Lokasi

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Suriyah Cabang Kudus

BPRS Suriyah mempunyai 5 kantor cabang antara lain cabang Semarang, Kudus, Slawi, Pekalongan, dan Salatiga serta memiliki 5 kantor kas di Cilacap, Kroya, Sidareja, Majenang dan Semarang Timur serta 1 kantor kas layanan di RSI Fatimah Cilacap. Sedangkan untuk kantor yang menjadi tempat obyek penelitian peneliti saat ini adalah kantor cabang Kudus yang beralamatkan di Ruko A. Yani (KAI) Blok A Nomor 1 Kudus, Jalan Ahmad Yani Kudus, telpon (0291)440612, Fax (0291)440613. BPRS Suriyah cabang Kudus didirikan pada tahun 2013. Kantor cabang Kudus ini merupakan wujud dari upaya BPRS Suriyah untuk memperluas dan mengembangkan lembaga keuangan yang ada di Indonesia.

Bank Syariah Suriyah atau juga disebut dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah “Suriyah” didirikan di Cilacap sebuah kota Kabupaten di barat daya propinsi Jawa Tengah yang menjadi tempat Kantor Pusat. PT. BPRS Suriyah berdiri pada tanggal 6 Januari tahun 2005, dan mulai beroperasi pada tanggal 1 April 2005 yang didirikan oleh tokoh pengusaha asal Cilacap yaitu Bapak Drs. H. Mulia Budy Artha dan Ibu Dra. Hj. Siti Fatimah beserta keluarga yang berada di beberapa luar daerah. Pendirian ini dilatar belakangi karena banyaknya keinginan dari masyarakat untuk membuat lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan prinsip syari’ah di Kabupaten Cilacap. Nama Suriyah sendiri berasal dari nama ibu kandung dari ibu Siti Fatimah. Pada lambang BPRS Suriyah juga terdapat 13 garis, hal itu menunjukkan saudara kandung dari ibu Siti Fatimah yaitu sebanyak 13 bersaudara.

BPRS Suriyah didirikan dengan Akta no 3 Notaris Naimah, SH pada tanggal 6 Januari 2005 dan telah disahkan oleh Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor : C-02469 HT.01.01 tahun 2005 tertanggal 31 Januari 2005, masuk dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 62 tahun 2005 dan tambahan Berita Negara Nomor 8311 serta beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar yang terakhir Akta Notaris Nomor 14 tanggal 12 Juni 2012 yang dibuat dihadapan Notaris Sumardi, SH Notaris Cilacap dan telah diterima oleh Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia dengan Surat Nomor AHU-AH.01.10-23812 tanggal 29 Juni 2012.

Bank Syariah Suriyah mulai beroperasi menjalankan kegiatan usaha di bidang perbankan syariah sejak tanggal 1 April 2005 setelah mendapat Salinan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 7/14/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005 tentang Pemberian Izin Usaha PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah.

2. Visi, Misi, dan Motto PT. BPRS Suriyah Cabang Kudus

Dalam melaksanakan usahanya PT. BPRS Suriyah berpedoman kepada visi, misi, strategi dan budaya kerja.

a. Visi

- 1) Menjadi BPRS yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian.
- 2) Mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan dan kemaslahatan ummat.
- 3) Sehat diukur dari ketentuan/peraturan Bank Indonesia.
- 4) Memperluas jaringan pelayanan.
- 5) Pemberdayaan Sumber Daya Insani (SDI) yang profesional dan berintegritas.

b. Misi

- 1) Ikut membangun ekonomi umat.
- 2) Menyediakan produk-produk perbankan syariah yang mampu mendorong masyarakat untuk menjalankan bisnis secara produktif, efisien, dan akuntabel.
- 3) Pertumbuhan bank secara optimal.
- 4) Memelihara hubungan kerja yang baik.

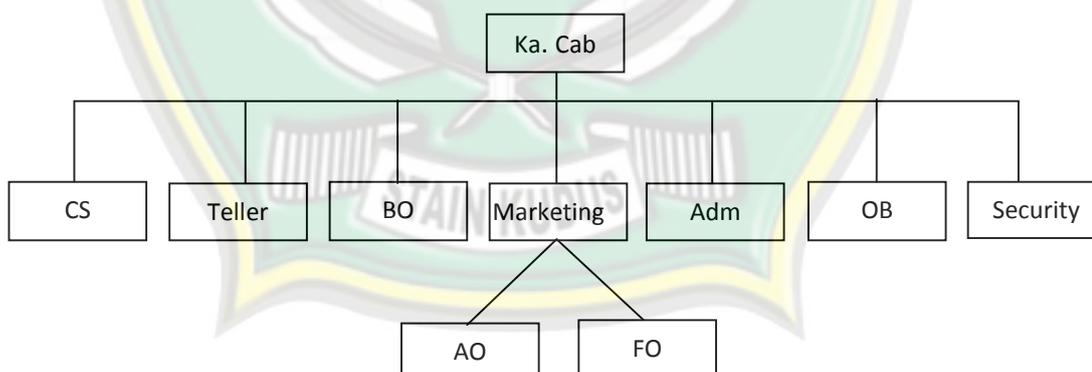
c. Motto

Maju Bersama dalam Usaha Sesuai Syariah

3. Struktur Organisasi

Suatu organisasi akan dapat berjalan baik, terarah dan terkoordinir apabila dalam organisasi tersebut terdapat suatu struktur organisasi. Adapun struktur organisasi dari PT. BPRS Suriyah Cabang Kudus dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Gambar 4.1
Struktur organisasi PT. BPRS Suriyah Cabang Kudus



Sumber : Dokumentasi BPRS Suriyah Cabang Kudus

Keterangan:

Kepala Cabang	: Umar Faruq
Customer Service	: Ulfatun Ni'mah
Teller	: Meta Yuliatri
Back Office	: Jafar Mustagfirin

Funding Officer	: 1. Didik Hariyanto 2. Fu'ad Abdullah 3. Rejo
Account Officer	: Riyanto
Admin Pembiayaan	: M. Iqbal Panji Suhada
Security	: Nur Ahmadi

4. Ruang Lingkup Produk

Adapun Produk-produk PT. BPRS Suriyah Cabang Kudus meliputi Produk Tabungan dan Produk Pembiayaan. Mengenai penjelasan Produk Tabungan dan Produk Pembiayaan PT. BPRS Suriyah Cabang Kudus adalah sebagai berikut :

a. Produk Tabungan

1) Tabungan iB Tasya Wadiah

Tabungan iB Tasya Wadiah yaitu simpanan titipan nasabah yang harus di jaga oleh Bank dan dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah.

Tabungan iB Tasya Wadiah ini dibagi menjadi 2 (dua) macam produk tabungan, yaitu Tabungan iB Tasya Suriyah dan Tabungan iB Tasya Pelajar dan Santri.

a) Tabungan iB Tasya Suriyah

Tabungan iB Tasya Suriyah adalah tabungan dengan setoran awal minimal Rp 20.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp 10.000,- dengan biaya administrasi sebesar Rp 1.000,- setiap bulannya.

b) Tabungan iB Tasya Pelajar dan Santri

Tabungan iB Tasya Pelajar dan Santri adalah tabungan yang khusus di tawarkan kepada para pelajar dan santri sehingga di harapkan mereka dapat secara cermat mengatur keuangannya sejak dini. Jumlah setoran pertama sebesar Rp

20.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp 10.000,- saldo mengendap sebesar Rp 10.000,-.

2) Tabungan iB Tasya Mudharabah

Tabungan iB tasya Mudharabah yaitu simpanan dana yang di ambil kemanfaatannya untuk dikelola oleh pihak Bank dimana nasabah akan memperoleh bagi hasil sesuai dengan pendapatan Bank. Penarikan hanya bisa dilakukan sesuai kesepakatan.

a) Tabungan iB Tasya Haji Baitullah

Tabungan iB Tasya Haji Baitullah merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah untuk menunaikan haji ke Baitullah. Jumlah setoran pertama sebesar Rp 100.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp 50.000,-. Tabungan iB Tasya Haji Baitullah tidak boleh ditarik kecuali untuk biaya pendaftaran haji

b) Tabungan iB Tasya Qurban

Tabungan iB Tasya Qurban merupakan tabungan yang di peruntukkan bagi umat islam yang mempunyai ketetapan hati untuk berbagi dengan sesamanya melalui Ibadah Qurban. Jumlah setoran pertama sebesar Rp 50.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp 25.000,-. Tabungan iB Tasya Qurban tidak boleh ditarik kecuali untuk pembelian hewan qurban.

c) Tabungan iB Tasya Tamansari

Tabungan iB Tasya Tamansari merupakan tabungan investasi dengan akad Mudharabah Mutlaqah dengan jumlah setoran telah ditentukan (tetap) dan rutin dengan periode tertentu (bulanan, triwulan) dan penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat dan waktu tertentu sesuai kesepakatan (penarikan minimal setelah 3 tahun). Apabila tabungan yang diambil sebelum masa kepesertaan 3 tahun,

maka tidak mendapatkan bagi hasil. Manfaat Tabungan iB Tasya Tamansari:

- 1) Persiapan biaya pendidikan anak.
- 2) Persiapan biaya Walimahan.
- 3) Persiapan biaya Haji dan Umroh.
- 4) Investasi Jaminan Hari Tua.
- 5) Investasi masa depan yang menguntungkan.

3) Deposito iB desya Mudharabah

Deposito iB desya Mudharabah merupakan deposito dengan prinsip Mudharabah Mutlaqoh yang memberikan keuntungan bagi hasil yang kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan. Bertujuan untuk menghimpun dan memanfaatkan dana dari masyarakat dalam jangka waktu tertentu.

b. Produk Pembiayaan

1) iB Bisya Murabahah

Prinsip pembiayaan dengan sistem jual beli barang dengan margin/ keuntungan yang telah disepakati dengan pembayaran tangguh/angsur.

2) iB Bisya Istishna

Prinsip pembiayaan dengan sistem jual beli barang berdasarkan pesanan, dengan margin/keuntungan yang telah disepakati dengan pembayaran tangguh/angsur.

3) iB Bisya Qord

Prinsip pembiayaan atas asas saling menolong dalam kebaikan, dengan pengembalian pinjaman sesuai pokok pinjaman.

4) iB Bisya Mudharabah

Prinsip pembiayaan usaha dengan sistem bagi hasil atas pendapatan/keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama

dengan bank sebagai Shahibul maal/pemilik modal pembagiaan keuntungan dengan Nisbah yang telah disepakati.

5) iB Bisya Musyarakah

Prinsip pembiayaan usaha dengan sistem bagi hasil atas pendapatan/keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama dengan sharing dana modal (kemitraan) antara Nasabah dengan Bank.

6) iB Bisya Ijarah

Prinsip pembiayaan dengan system sewa dengan pembayaran sewa secara berkala.

7) iB Bisya Multijasa

Prinsip pembiayaan dengan berdasarkan atas manfaat yang diperoleh dengan pembayaran sewa secara berkala.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Identitas Responden

Deskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket terbuka dan tertutup.

Kuesionernya diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden yang merupakan Nasabah BPRS Suriyah Cabang Kudus. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden, hal ini bertujuan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden sebagai syarat

pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 2 jenis, yaitu:

a. Jenis Kelamin

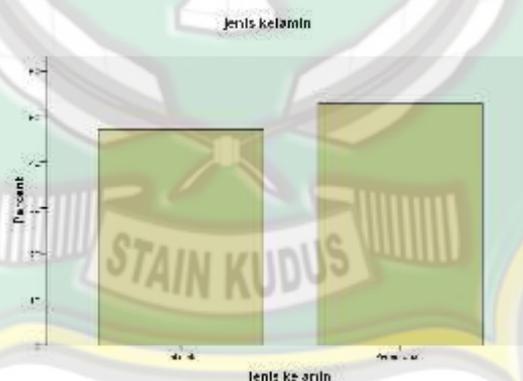
Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	47	47.0	47.0	47.0
	Perempuan	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer Diolah

Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden



Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47 atau (47%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 atau (53%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan.

b. Usia

Adapun data mengenai usia responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Usia Responden

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	21-30	26	26.0	26.0	26.0
	31-40	60	60.0	60.0	86.0
	41-50	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 26 atau (26%), kemudian yang berusia 31-40 tahun sebanyak 60 atau (60%), dan yang berusia 41-50 tahun sebanyak 14 atau (14%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden adalah pada kisaran usia 31-40 tahun.

2. Deskripsi Angket

a. Variabel Religiusitas (X_1)

Religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama islam. Pada variabel religiusitas terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, dimana hasil angka untuk variabel religiusitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada indikator kepercayaan akan kebenaran ajaran Islam, 87% Menyatakan setuju, 13% menyatakan sangat setuju

- 2) Pada indikator mengerjakan ritual-ritual agama Islam, 5% menyatakan sangat tidak setuju, 30% menyatakan tidak setuju, 12% menyatakan netral, 42% menyatakan setuju dan 11% menyatakan sangat setuju.
- 3) Pada indikator pengalaman religius dalam kehidupan sehari-hari 8% menyatakan sangat tidak setuju, 23% menyatakan tidak setuju, 17% menyatakan netral, 39% menyatakan setuju dan 13% menyatakan sangat setuju
- 4) Pada indikator pengetahuan tentang ajaran pokok Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an, 8% menyatakan sangat tidak setuju, 41% menyatakan tidak setuju, 9% menyatakan netral, 29% menyatakan setuju dan 13% menyatakan sangat setuju.
- 5) Pada indikator konsekuensi dalam menjalani ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, 5% menyatakan sangat tidak setuju, 29% menyatakan tidak setuju, 9% menyatakan netral, 41% menyatakan setuju, dan 8% menyatakan sangat setuju.

b. Variabel Pengetahuan Nasabah (X_2)

Pengetahuan konsumen atau nasabah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pada variabel pengetahuan nasabah terdiri dari 7 (tujuh) item pernyataan, di mana hasil angka untuk variabel pengetahuan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada indikator pengetahuan karakteristik dan atribut produk, 4% menyatakan sangat tidak setuju, 31% menyatakan tidak setuju, 16% menyatakan netral, 41% menyatakan setuju, dan 8% menyatakan sangat setuju
- 2) Pada indikator kesadaran akan merek, 8% menyatakan sangat tidak setuju, 24% menyatakan tidak setuju, 23% menyatakan

netral, 37% menyatakan setuju, dan 8% menyatakan sangat setuju.

- 3) Pada indikator kepercayaan tentang produk, 7% menyatakan sangat tidak setuju, 44% menyatakan tidak setuju, 10% menyatakan netral, 31% menyatakan setuju, dan sisanya 8% menyatakan sangat setuju
- 4) Pada indikator kepercayaan terhadap bank, 4% menyatakan sangat tidak setuju, 28% menyatakan tidak setuju, 13% menyatakan netral, 44% menyatakan setuju, dan sisanya 11% menyatakan sangat setuju.
- 5) Pada indikator lokasi yang mudah dijangkau, 3% menyatakan sangat tidak setuju, 16% menyatakan tidak setuju, 23% menyatakan netral, 44% menyatakan setuju, dan sisanya 14% menyatakan sangat setuju.
- 6) Pada indikator operasi pengambilan pembiayaan, 6% menyatakan sangat tidak setuju, 14% menyatakan tidak setuju, 15% menyatakan netral, 50,8% menyatakan setuju, dan sisanya 14% menyatakan sangat setuju.
- 7) Pada indikator Situasi pengambilan pembiayaan, 8% menyatakan sangat tidak setuju, 38% menyatakan tidak setuju, 12% menyatakan netral, 31% menyatakan setuju, dan sisanya 11% menyatakan sangat setuju.

c. Variabel Kelompok Acuan (X_3)

kelompok acuan merupakan semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Pada variabel kelompok acuan terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, dimana hasil angka untuk variabel kelompok acuan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada indikator teman, 1% menyatakan sangat tidak setuju, 17% menyatakan tidak setuju, 45% menyatakan netral, 24% menyatakan setuju, dan sisanya 13% menyatakan sangat setuju.
- 2) Pada indikator keluarga, 6% menyatakan sangat tidak setuju, 10% menyatakan tidak setuju, 55% menyatakan netral, 19% menyatakan setuju, 10% menyatakan sangat setuju.
- 3) Pada indikator tetangga, 3% menyatakan sangat tidak setuju, 17% menyatakan tidak setuju, 42% menyatakan netral, 30% menyatakan setuju, 8% menyatakan sangat setuju.
- 4) Pada indikator rekan kerja, 6% menyatakan sangat tidak setuju, 19% menyatakan tidak setuju, 40% menyatakan netral, 27% menyatakan setuju, 8% menyatakan sangat setuju.
- 5) Pada indikator kelompok profesi, 10% menyatakan sangat tidak setuju, 34% menyatakan tidak setuju, 34% menyatakan netral, 13% menyatakan setuju, 9% menyatakan sangat setuju.

d. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Keputusan nasabah yang dimaksudkan disini adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. dalam hal ini menyangkut keputusana. Pada variabel keputusan nasabah terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, di mana hasil angka untuk variabel pengetahuan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada indikator kebutuhan akan produk, 4% menyatakan sangat tidak setuju, 44% menyatakan tidak setuju, 11% menyatakan netral, 31% menyatakan setuju, 10% menyatakan sangat setuju.
- 2) Pada indikator sumber pribadi, 7% menyatakan sangat tidak setuju, 36% menyatakan tidak setuju, 13% menyatakan netral, 38% menyatakan setuju, 6% menyatakan sangat setuju.

- 3) Pada indikator pertimbangan harga, 10% menyatakan sangat tidak setuju, 54% menyatakan tidak setuju, 5% menyatakan netral, 28% menyatakan setuju, 3% menyatakan sangat setuju.
- 4) Pada indikator pertimbangan lokasi, 4% menyatakan sangat tidak setuju, 38% menyatakan tidak setuju, 9% menyatakan netral, 44% menyatakan setuju, 5% menyatakan sangat setuju.
- 5) Pada indikator kepuasan produk, 8% menyatakan sangat tidak setuju, 31% menyatakan tidak setuju, 12% menyatakan netral, 43% menyatakan setuju, 6% menyatakan sangat setuju.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam melakukan pengukuran. Untuk mengetahui tingkat validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung $35-3$ atau $df = 32$ dengan $\alpha 0,05$ didapat $r_{tabel} 0,338$. Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.¹ Adapun hasil pengujian validitas pada setiap variabel adalah sebagai berikut:²

a. Religiusitas

Pada variabel religiusitas terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

b. Pengetahuan Nasabah

Pada variabel pengetahuan nasabah terdiri dari 7 (tujuh) item pernyataan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2001, hlm. 135.

² Untuk lebih jelas lihat di lampiran.

c. Kelompok Acuan

Pada variabel kelompok acuan terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

d. Keputusan nasabah

Pada variabel keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

2. Uji Reliabilitas

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Sebaliknya jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$), maka dikatakan tidak reliabel.³ Adapun hasil pengujian reliabilitas pada variabel adalah sebagai berikut:⁴

a. Religiusitas

Pada variabel religiusitas terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, di mana hasil reliabilitas untuk variabel religiusitas adalah sebesar 0,724 $> 0,60$ dengan demikian pernyataan tersebut dikatakan *reliabel*.

b. Pengetahuan Nasabah

Pada variabel pengetahuan nasabah terdiri dari 7 (tujuh) item pernyataan, di mana hasil uji reliabilitas untuk variabel pengetahuan nasabah adalah sebesar 0,853 $> 0,60$ dengan demikian pernyataan tersebut dikatakan *reliabel*.

e. Kelompok Acuan

Pada variabel kelompok acuan terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, di mana hasil uji reliabilitas untuk variabel kelompok

³ Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu Press, Kudus, 2008, hlm. 15.

⁴ Untuk lebih jelas lihat di lampiran.

acuan adalah sebesar $0,732 > 0,60$ dengan demikian pernyataan tersebut dikatakan *reliabel*.

f. Keputusan Nasabah

Pada variabel keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, di mana hasil uji reliabilitas untuk variabel keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah adalah sebesar $0,884 > 0,60$ dengan demikian pernyataan tersebut dikatakan *reliabel*.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil perhitungan *coefficient* sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.600	1.731			
Religiusitas	.363	.140	.328	.322	3.103
Pengetahuan Nasabah	.240	.101	.291	.342	2.927
Kelompok Acuan	.307	.093	.252	.877	1.140

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel religiusitas, pengetahuan nasabah dan kelompok acuan masing-masing sebesar 0,322; 0,342 dan 0,877 dan VIF masing-masing sebesar 3,103; 2,927 dan 1,140. Hal ini

menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary					
Model	R	R. Square	Ajusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.712	.507	.492	2.939	1.852

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

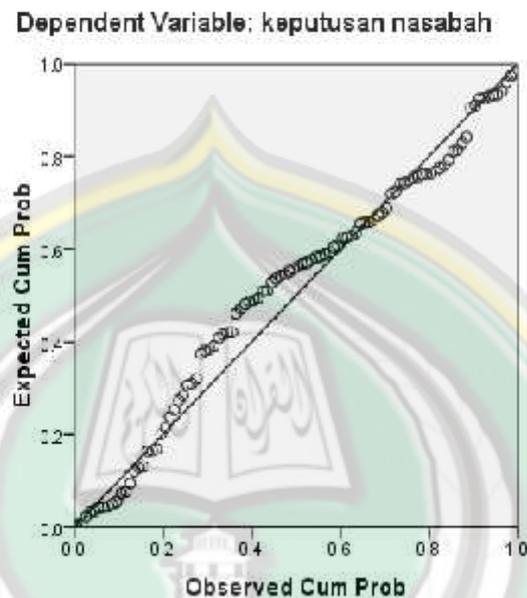
Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d -hitung sebesar 1,852 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d -hitung sebesar 1,852 tersebut dibandingkan dengan nilai d -teoritis dalam t tabel d -statistik. Dari tabel d -statistik Durbin-Watson dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai d_l sebesar 1.613 dan d_u sebesar 1.736 karena hasil pengujiannya adalah $d_u < d_w < 4 - d_u$ ($1,736 < 1,852 < 4 - 1,736$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak ada autokorelasi positif.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun hasil pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot

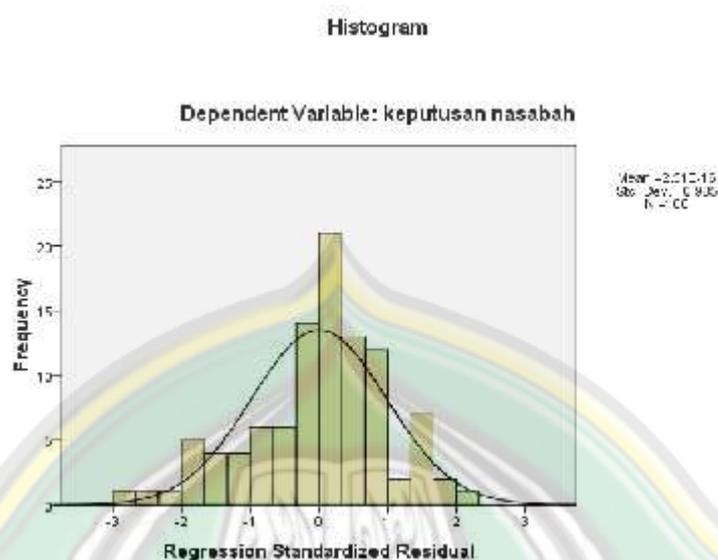
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan gambar 4.1 *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

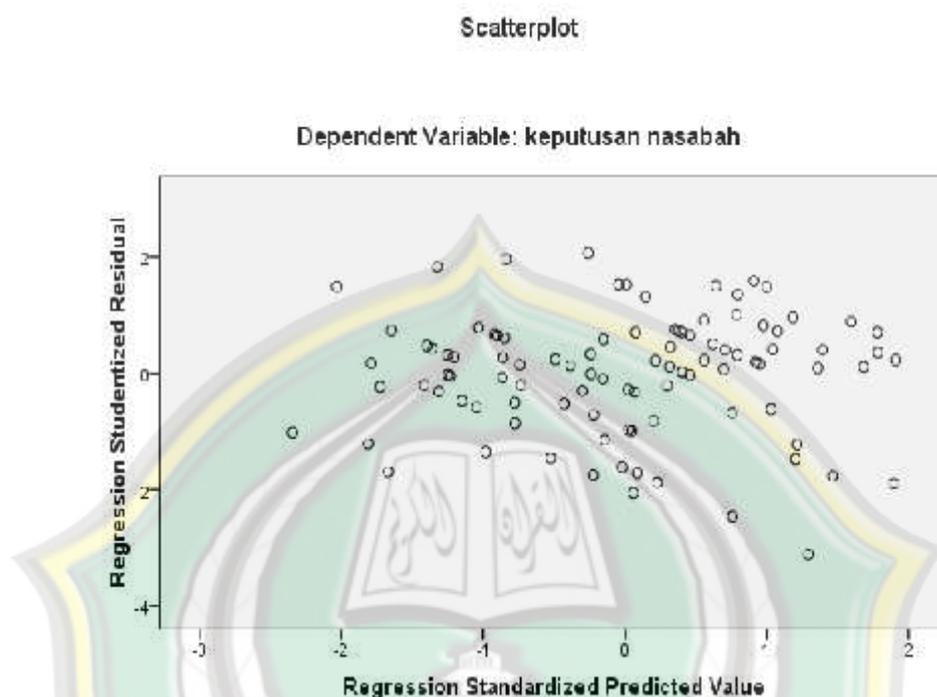
Selain itu juga dapat dilihat grafik histogram pada gambar 4.2 residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakpastian *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan gambar 4.5 menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh, antara variabel religiusitas, pengetahuan nasabah dan kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah, maka dapat diketahui hasilnya pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.600	1.731		-.924	.358
Religiusitas	.363	.140	.328	2.602	.011
Pengetahuan Nasabah	.240	.101	.291	2.372	.020
Kelompok Acuan	.307	.093	.252	3.00	.001

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,363$, $X_2 = 0,240$, $X_3 = 0,307$ dan konstanta sebesar $-1,600$ sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -1,600 + 0,363 X_1 + 0,240 X_2 + 0,307 X_3$$

Di mana :

Y = Variabel dependen (Keputusan nasabah)

X1 = Variabel independen (Religiusitas)

X2 = Variabel independen (Pengetahuan nasabah)

X3 = Variabel independen (Kelompok acuan)

a = Konstanta

b = Koefisien

e = standar eror

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- Konstanta sebesar $-1,600$ memberikan arti bahwa jika religiusitas, (X1), pengetahuan nasabah (X2), dan kelompok acuan (X3) nilainya

adalah 0 maka keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah (Y) nilainya akan mengalami pengurangan sebesar -1,600.

- b. Koefisien regresi 0,363 menyatakan bahwa terjadi kenaikan variabel religiusitas (X_1) dan akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 36,3% tanpa dipengaruhi faktor lain.
- c. Koefisien regresi 0,240 menyatakan bahwa terjadi kenaikan variabel pengetahuan nasabah (X_2) dan akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 24% tanpa dipengaruhi faktor lain.
- d. Koefisien regresi 0,307 menyatakan bahwa terjadi kenaikan variabel Kelompok Acuan (X_3) dan akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 30,7% tanpa dipengaruhi faktor lain.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji signifikansi parameter individual ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t hitung. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$. (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (100 - 3 - 1)$ dengan signifikansi 5% adalah 1.98447 Secara lebih rinci hasil t_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Analisis Uji T (Parsial)
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.600	1.731		-.924	.358
Religiusitas	.363	.140	.328	2.602	.011
Pengetahuan Nasabah	.240	.101	.291	2.372	.020
Kelompok Acuan	.307	.093	.252	3.00	.001

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

a. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah

Hasil pengujian statistik religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah menunjukkan nilai t_{hitung} 2,602 dengan nilai t_{tabel} 1,984 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,602 > 1,984$) maka H_0 ditolak dan secara parsial religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. t_{hitung} positif artinya religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah.

b. Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah

Hasil pengujian statistik pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah menunjukkan nilai t_{hitung} 2,372 dengan nilai t_{tabel} 1,984 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,372 > 1,984$) maka H_0 ditolak dan secara parsial pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. t_{hitung} positif artinya pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah .

c. Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah

Hasil pengujian statistik kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah menunjukkan nilai t_{hitung} 3,300 dengan nilai t_{tabel} 1,984 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,300 > 1,984$) maka H_0 ditolak dan secara parsial kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. t_{hitung} positif artinya kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Tabel distribusi F dicari pada derajat kebebasan (df)= $n-k-1$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (100-3-1)$ dengan signifikansi 5% adalah 32,950. Secara lebih rinci hasil F_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Uji F

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	853.676	3	284.559	32.950	.000 ^a
	Residual	829.074	96	8.636		
	Total	1682.750	99			

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 32,950 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Karena $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($32,950 > 2,70$) maka H_0 ditolak, artinya religiusitas, pengetahuan nasabah dan kelompok acuan

secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R. Square	Ajusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712	.507	.492	2.939

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Dari hasil tabel 4.8, dapat dilihat bahwa besarnya Adjusted R Square 0,492 hal ini berarti 49,2% variasi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen, religiusitas, pengetahuan nasabah dan kelompok acuan dan sisanya ($100\% - 49,2\% = 50,8\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. *Standart Error of Estimate* (SEE) sebesar 2.880 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut :

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan analisis data, variabel Religiusitas (X1) mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah yaitu sebesar 0,363. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan religiusitas akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 0,363. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,602 > 1,984$) maka H_0 ditolak. Sehingga hipotesis pertama H_a diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,363 dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$ artinya religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik religiusitas maka keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah akan meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas dengan indikator kepercayaan akan kebenaran ajaran Islam, mengerjakan ritual-ritual agama Islam (ibadah), pengalaman religius dalam kehidupan sehari-hari, pengetahuan tentang ajaran pokok Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an, dan konsekuensi menjalani ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari merupakan salah satu preferensi yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Keberagamaan atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aplikasi tindakan religi atau agama, pada kondisi masyarakat tertentu merupakan sistem nilai yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang, baik dalam kehidupan sosial, ekonomi maupun politik.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dijelaskan oleh Glock dan Stark bahwa religiusitas memiliki lima dimensi yaitu dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan, dan dimensi konsekuensi. Pada dimensi konsekuensi seseorang dapat dinilai sejauh mana ia mau berkomitmen dengan ajaran agamanya akibat-akibat keyakinan beragama, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Seseorang yang memiliki komitmen tinggi terhadap kepercayaan (agama) yang dianutnya cenderung menjadikan agama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusannya.⁵

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Utami, Marijati Sangen, M. Yudy Rachman tentang “*Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*” menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 0,594.

Hasil penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan yang dilakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan dimana variabel religiusitas berpengaruh sebesar 0,363 atau 36,3% sedangkan dalam penelitian Wahyu Utami,dkk variabel religiusitas memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah sebesar 0,594 atau 59,4%. Perbedaan hasil yang diperoleh bisa terjadi karena perbedaan luas penelitian, dimana pada penelitian ini penulis menggunakan 100 orang responden sebagai sampelnya.

2. Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan analisis data, variabel Pengetahuan nasabah (X2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan

⁵ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1994, hlm. 78

pembiayaan murabahah yaitu sebesar 0,240. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan pengetahuan nasabah akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 0,240. Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,372 > 1,988$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis kedua H_a diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,240 dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$ artinya pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah, hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat pengetahuan nasabah maka keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah akan meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah dengan indikator pengetahuan karakteristik dan atribut produk, kesadaran akan merek, kepercayaan tentang produk, kepercayaan terhadap bank, lokasi yang mudah dijangkau, pengaturan waktu pengambilan pembiayaan, operasi pengambilan pembiayaan, dan situasi pengambilan pembiayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Engel et al. yang berpendapat bahwa konsumen dapat dipengaruhi perilakunya menurut kehendak pihak yang berkepentingan. Selanjutnya Engel juga menyebutkan sedikitnya ada tiga faktor yang menjadi determinan variasi penentu keputusan konsumen. Salah satu dari faktor tersebut adalah pengaruh individu yang termasuk di dalamnya adalah faktor pengetahuan. Ujang Sumarwan menjelaskan bahwa ketika konsumen memiliki pengetahuan lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu merecall informasi dengan baik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Eko Yulianan tentang “*Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung*” yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah sebesar 0,705.

Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa pengetahuan memberikan pengaruh pada keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 0,240 atau 24% berbeda dengan hasil penelitian Eko Yulianan yang mengatakan variabel pengetahuan konsumen memberikan pengaruh sebesar 0,705 atau 70,5 % dimana hanya terdapat satu variabel saja yaitu pengetahuan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan tiga variabel bebas yaitu religiusitas, pengetahuan nasabah, dan kelompok acuan dimana masing-masing variabel memberikan pengaruh masing-masing. Perbedaan hasil yang diperoleh bisa terjadi karena perbedaan luas penelitian, dimana pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *accidental sampling* dan memilih 100 orang responden sebagai sampelnya. Sedangkan pada penelitian Eko Yulianan menggunakan metode *simple random sampling* dan memilih 101 orang sebagai sampelnya.

3. Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan analisis data, variabel Kelompok acuan (X3) mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah yaitu sebesar 0,307. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan kelompok acuan akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 0,307. Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai $t_{tabel}(3,300 > 1,984)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis kedua H_a diterima, bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,307 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ artinya kelompok acuan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah, hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat kelompok acuan maka keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah akan meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok acuan dengan indikator teman, keluarga, tetangga, rekan kerja, kelompok agama, dan kelompok profesi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Kelompok acuan merupakan semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler dalam bukunya manajemen pemasaran, dimana kelompok referensi mempengaruhi anggota setidaknya dengan tiga cara. *Pertama*, mereka memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang. *Kedua*, mereka mempengaruhi sikap dan konsep diri. *Ketiga*, mereka menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek.⁶ Sehingga kelompok acuan akan mempengaruhi seseorang dalam memilih produk atau merek tertentu.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Agus Harianto dan Sri Setyo Iriani tentang "*Pengaruh Kelompok Acuan dan Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*" yang menyatakan bahwa kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 14,90%.

Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa pengetahuan memberikan pengaruh pada keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah sebesar 0,307 atau 30,7% berbeda dengan hasil penelitian Agus Harianto dan Sri Setyo Iriani yang mengatakan variabel kelompok acuan memberikan pengaruh sebesar 14,90% dimana penelitian tersebut

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009, hlm. 170

menggunakan dua variabel bebas yaitu kelompok acuan dan internet marketing. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan tiga variabel bebas yaitu religiusitas, pengetahuan nasabah, dan kelompok acuan dimana masing-masing variabel memberikan pengaruh masing-masing. Perbedaan hasil yang diperoleh bisa terjadi karena perbedaan luas penelitian, dimana pada penelitian ini penulis menggunakan 100 orang responden sebagai sampelnya. Sedangkan penelitian Agus dan Sri Setyo menggunakan 220 responden sebagai sampelnya.

4. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dalam penelitian ini hasil dari uji statistik F (uji parameter signifikan simultan) dapat diketahui bahwa variabel religiusitas, pengetahuan nasabah, dan kelompok acuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji Anova atau F test, dapat dihitung sebesar 32,950 dengan f_{tabel} sebesar 2,70 ini berarti $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($32,950 > 2,70$) dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikansi). Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka dalam model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. Sehingga dapat dikatakan variabel religiusitas, pengetahuan nasabah, dan kelompok acuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah

Dalam penelitian ini hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan Adjusted R square sebesar 0,492. ini berarti variabel religiusitas, pengetahuan nasabah, dan kelompok acuan yang diturunkan dalam model presentase sebesar 49,2% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen

terhadap keputusan nasabah (Y) sebesar 49,2%. Jadi sisanya sebesar 50,8% volume penjualan dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang belum diteliti oleh penulis dan tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler yang menyatakan bahwa Keputusan konsumen dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis dimana termasuk didalamnya religiusitas, pengetahuan konsumen dan kelompok acuan. Penelitian ini mendukung juga oleh beberapa penelitian terdahulu antara lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Utami, Marijati Sangen, M. Yudy Rachman dengan judul "*Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin)*" bahwa secara simultan dan parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara factor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi, terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah.

Selain itu, penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggita Novita Gampu, Lotje Kawet, Yantje Uhing tentang "*Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*" dimana pengetahuan secara bersama-sama variabel independen di atas berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank sulutgo.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti tentang "*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)*" dimana secara simultan dan pasial ke empat variabel tersebut yang didalamnya terdapat religiusitas, pengetahuan, dan kelompok acuan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian rumah. Perbedaan hasil yang diperoleh bisa terjadi karena perbedaan luas penelitian, diman pada penelitian ini penulis menggunakan 100 orang responden sebagai sampelnya.

G. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan ekonomi terutama perbankan tentang religiusitas, pengetahuan nasabah dan kelompok acuan dapat menjadi pertimbangan yang efektif dalam proses pemasaran produk pembiayaan murabahah.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah dipengaruhi oleh beberapa preferensi yaitu religiusitas, pengetahuan nasabah dan kelompok acuan. .

