



**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP
PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA PT. BPR SYARIAH MANDIRI
PASAMAN SAIYO**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar*

Rama Wardeni

14 202 131

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
1440 H /2019M**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rama Wardeni
Nim : 14 202 131
Tempat Tanggal Lahir : Talu, 27 Oktober 1994
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:
"PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BPR SYARIAH MENTARI PASAMAN SAIYO" adalah benar karya sendiri bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa Skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya

Batusangkar, 20 Februari 2019

Saya yang menyatakan



Rama Wardeni

NIM. 14 201 131

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama RAMA WARDENI, Nim 14 202 131 dengan judul: "PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BPRS MANDIRI PASAMAN SAIYO" memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Batusangkar, 28 Januari 2019.

Pembimbing I



Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag

NIP. 19720505 200212 1 004

Pembimbing II



Nola Nari, S.Si., M.Si.

NIP.19840825 201101 2 007

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Batusangkar




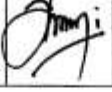


Drs Dina Ahsani, S.H., M.Hum

NIP. 19750303 199903 1 004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama RAMA WARDENI, NIM. 14 202 131, dengan judul "PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BPR SYARIAH MENTARI PASAMAN SIAYO" telah diujikan dalam Sidang *Munawaziyah* Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari senin tanggal 11 Februari 2019 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S.1) dalam Jurusan Perbankan Syariah.

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag NIP. 197205052002121004	Ketua Sidang/ Pembimbing I		27/02/2019
2	Nola Nari, S.Si., M.Pd NIP. 198408252011012007	Sekretaris Sidang/ Pembimbing II		26/02/2019
3	Dr. David, S.Ag., M.Pd NIP. 197103232003121003	Anggota/ Penguji I		26/2-2019
4	Idris, SE.Sy., MM NIP. -	Anggota/ Penguji II		25/02-19

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar



Dr. Elysa Atsawi, SH., M.Hum
NIP. 19750303 199903 1 004

ABSTRAK

RAMA WARDENI, NIM 14 202 131, dengan judul skripsi: “**Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Pembiayaan *Murabahah* Pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo**”. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah seberapa besar Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Pembiayaan *Murabahah* Pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Permasalahan ini meliputi faktor sosial dan pribadi sebagai variabel independen (bebas) dan pembiayaan *Murabahah* sebagai variabel dependen (terikat). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *murabahah*.

Dalam pembahasan skripsi ini, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kuantitatif, dengan populasi adalah nasabah pembiayaan *murabahah* PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 41 responden. Data diambil dengan angket. Kemudian peneliti mengolah data dengan rumus statistik dan bantuan SPSS 22, sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, uji Determinasi (R^2), Uji T dan Uji F.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, maka diperoleh kesimpulan pertama, faktor sosial yang meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status dengan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Kedua faktor pribadi yang meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Ketiga, faktor sosial dan pribadi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan uji determinasi, 24,9% pembiayaan *murabahah* dipengaruhi oleh model yang dimasukkan berupa faktor sosial, pribadi dan sisanya 75,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci: Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Pembiayaan *Murabahah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR GRAFIK	vii

BABI PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian.	8

BAB II LANDASAN TEORI, HIPOTESIS, DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Faktor Sosial	9
1. Kelompok Referensi.....	9
2. Keluarga	10
3. Peran dan Status Sosial Dalam Masyarakat	11
B. Faktor Pribadi.....	11
1. Usia dan Tahap Dalam Kehidupan	12
2. Pekerjaan.....	12
3. Keadaan Ekonomi	12
4. Gaya Hidup	13
5. Kepribadian dan Konsep Diri	13

C. Faktor-faktor Lain yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
1. Faktor Psikologis.	17
a. Motivasi.	17
b. persepsi	19
c. Kepercayaan dan Sikap.....	19
2. Faktor Kebudayaan	20
a. Kultur.	20
b. Subkultur.....	20
c. Kelas Sosial.....	21
D. Pembiayaan.	21
1. Pengertian Pembiayaan.	21
2. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan.	22
a. Tujuan Pembiayaan.....	22
b. Fungsi Pembiayaan.	23
3. Jenis-jenis pembiayaan Pada Bank Syariah.	24
a. Pembiayaan Konsumtif.	25
b. Pembiayaan Modal Kerja.....	27
c. Pembiayaan Investasi.	26
d. Pembiayaan Sindikasi.	26
e. Pembiayaan Berdasarkan <i>Take Over</i>	27
f. Pembiayaan <i>Letter Of Credit</i>	27
4. Tahap Pembiayaan.	27
5. Pengajuan Permohonan Pembiayaan.	28
6. Pembiayaan Murabahah.....	29
a. Pengertian Pembiayaan Murabahah.....	29
b. Landasan Hukum Murabahah.....	30
c. Rukun dan Syarat-syarat Murabahah.....	31
d. Jenis-jenis Murabahah.	32
E. Hubungan Antar Variabel.	33
1. Faktor Sosial Terhadap Pembiayaan Murabahah.	33
2. Faktor Pribadi Terhadap Pembiayaan Murabahah.....	33
3. Faktor Sosial Terhadap Pembiayaan Murabahah.	33
F. Penelitian yang Relevan.....	33
G. Hipotesis	35
H. Devenisi Operasional.....	36
I. Kerangka Berpikir.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian	38
C. Metode Penelitian	39
1. Sumber Data Primer.....	39
2. Sumber Data Sekunder.....	39
3. Populasi dan Sampel.	40
4. Teknik Pengumpulan Data.	41

5. Instrumen Penelitian.....	41
6. Uji Validitas.	43
D. Uji Asumsi Dasar	44
1. Uji Normalitas	44
2. Uji Linearitas.....	44
3. Multikolinearitas	45
4. Uji Heterokedastisitas.....	45
E. Analisis Data	46
1. Analisis Koefisien korelasi.....	46
2. Analisis Regresi.....	46
3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4. Uji T dan Uji F	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mentari Pasaman Saiyo	48
1. Sejarah Berdirinya PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo	48
2. Visi dan Misi PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo	51
3. Motto dan Tujuan PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo	52
4. Profil Pt. bpr Syariah Mentari Pasaman Saiyo.	52
5. Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo	54
6. Produk-produk dan Jasa PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.....	55
B. Deskriptif Umum Responden.....	57
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	57
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.	58
3. Karakteristik Responden Berdasarakan Pendidikan.	58
4. Karakteristik Responden Berdasarakan Pekerjaan.	59
5. Karakteristik Responden Berdasarakan Pendapatan.....	60
C. Uji Asumsi Dasar	60
1. Uji Normalitas.	60
2. Uji Linearitas.....	61
3. Multikolinearitas.	62
4. Uji Heterokedastisitas.....	63
D. Analisis Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Pembiayaan Murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.....	65
1. Analisis Regresi Berganda.	65
2. Analisis Koefisien Korelasi (r).....	67
3. Analisis Uji Hipotesis.....	67
E. Pembahasan Penelitian.	71
BAB V PENUTUP	

1. Kesimpulan	75
2. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

1. Data Mengenai Perbandingan Pembiayaan Murabahah, Ijarah, Qardh, Multijasa, dan Mudharabah Pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo Periode 2013-2017.	4
2. Data Mengenai Total Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo Periode 2013-2017.	5
3. PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo Laporan Jumlah Nasabah Periode 2013-2017.	5
4. Rancangan Waktu Penelitian.	38
5. Kategori Poin Skala Likert.	42
6. Variabel dan Indikator.	42
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.	57
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.	58
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.	58
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.	59
11. Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan.	60
12. Hasil Uji Normalitas.	61
13. Hasil Uji Linearitas Faktor Sosial.	62
14. Hasil Uji Linearitas Faktor Pribadi.	62
15. Hasil Uji Multikolinearitas.	63
16. Hasil Regresi Linear Berganda.	65
17. Analisis Koefisien Korelasi.	67
18. Analisis Determinasi (R^2).	68
19. Hasil Uji T.	68
20. Hasil Uji F.	70

DAFTAR GAMBAR

1. Struktur Organisasi.....	54
2. Struktur Kepengurusan.....	55

DAFTAR GRAFIK

1. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	64
--------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah adalah setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan yang mana kegiatannya yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana (Kasmir, 2008: 2). Salah satu fungsi dari lembaga keuangan yaitu sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary*) artinya lembaga yang dalam aktifitasnya berkaitan dengan uang, sebagai perantara keuangan antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang memiliki dana (Muhammad, 2005: 59). Berdasarkan uraian tersebut didirikannya lembaga keuangan ditujukan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sehingga produk yang dikeluarkan baik *funding* maupun *lending* harus menghasilkan manfaat dan terjangkau bagi semua golongan masyarakat.

Selama ini lembaga keuangan yang banyak dikenal oleh masyarakat adalah lembaga perbankan yang berprinsip konvensional dengan menggunakan sistem bunga, sedangkan menurut fatwa MUI bahwa bunga bank adalah riba. Dalam Al-quran Allah telah menjelaskan bahwa riba itu haram. Sebagai mana firman Allah dalam QS. Ali-imran ayat 130

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat gandapan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.*

Ayat di atas menjadi dasar hadirnya lembaga keuangan yang tidak menggunakan bunga atau di sebut juga dengan bank syariah. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran yang beroperasi

sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, oleh karena itu usaha bank akan berkaitan dengan masalah uang sebagai alat utama (Sudarsono, 2003: 27)

Islam sangat mengecam perbuatan riba, sebagaimana yang terdapat pada peraturan dasar ekonomi Islam, bahwa Islam melarang dipraktikannya riba. Bahkan harus diperangi karena dianggap dosa besar. Sumber kekacauan. Tidak ada berkat dan membawa akibat yang buruk, baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu di antara fenomena keadilan yang paling menonjol dalam prinsip ekonomi Islam adalah pengharaman terhadap riba dan sekaligus memeranginya.

Pelarangan riba sudah sejak zaman Rasulullah dan pelarangan riba dalam Islam tidak saja dari perspektif ekonomi dan sosial. Misalnya dari perspektif ekonomi, riba menimbulkan biaya tetap yang tinggi. Sedangkan dalam perspektif sosial riba menimbulkan ketergantungan baru. Masalah riba selalu dikaitkan dengan masalah bunga. Padahal riba dapat timbul bukan saja pada transaksi hutang piutang tetapi riba juga timbul dari transaksi jual beli maupun transaksi lainnya. Memang pada praktiknya, bunga akan timbul pada transaksi hutang piutang. Sebab dalam proses prekereditan bank konvensional, bunga adalah unsur atau piranti yang tidak dapat dihindari. Dapat dikatakan bank itu berhak menerima atau mendapatkan bunga dari dana yang disalurkan sebagai kredit yang disebut sebagai bunga pinjaman. Begitu juga para penabung berhak mendapatkan bunga dari dana yang di himpun oleh bank yang disebut bunga simpanan.

Pendapat tersebut juga ditegaskan oleh Syukri Iska dalam bukunya, keberadaan bunga sangat berpengaruh terhadap sebuah bank. Sebab operasional bank konvensional sebagian besar ditentukan oleh kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat melalui bunga yang menarik (Syukri Iska, 2012: 34-35).

Lembaga keuangan syariah ini terdiri dari lembaga bank dan non bank. Kedua lembaga ini dalam operasionalnya sama-sama menggunakan syariat Islam. Namun produk dan manajemen lembaga keuangan non bank syariah sedikit berbeda dengan lembaga keuangan bank syariah. Lembaga keuangan

non bank antara lain adalah Asuransi (AT), *Baitul Maal wa Tamwil*(BMT), Koperasi Syariah. Dalam konteks perbankan syariah, bank yang masuk kategori ini adalah Bank Umum Syariah, dan Bank Pembiayaan Syariah (BPRS) (Rifqi Muhamad, 2008: 45).

Salah satu bentuk penyaluran dana yang dilakukan oleh bank adalah melalui pembiayaan *Murabahah*, yang dimaksud dengan pembiayaan *murabahah* adalah perjanjian jual beli antara bank dan nasabah di mana bank syariah membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin atau keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah (Muhamad, 2004: 201)

Tahapan paling penting dalam proses pembiayaan adalah menentukan jumlah pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah serta memenuhi kaidah-kaidah pengukuran yang berlaku secara umum, wajar dan dapat dipertanggung jawabkan. Untuk menghitung jumlah pembiayaan yang diberikan, bank tidak menetapkan metode pengukuran yang rumit seperti analisis kebutuhan untuk pembiayaan produktif. Untuk kebutuhan konsumtif bank akan memberikan pembiayaan sebesar nilai jual objek yang dibeli dikurangi dana nasabah yang tersedia. Biasanya bank telah menetapkan batasan maksimal untuk membiayai pembelian suatu objek konsumen (Laksmna, 2009: 133-134)

Salah satu lembaga keuangan syariah yang melakukan pembiayaan *murabahah* itu adalah PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan pada tanggal 10 April 2018, pembiayaan *murabahah* ini sangat mendominasi dibandingkan dengan jenis pembiayaan lain seperti *mudharabah*, *qardh*, *ijarah* dan *multijasa*. Jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan *murabahah* lebih banyak dibandingkan jumlah nasabah pembiayaan lainnya, hal ini dapat dilihat dari tabel perbandingan antara pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan lainnya di bawah ini:

Tabel 1.1
Tabel data mengenai perbandingan Pembiayaan Murabahah, Ijarah, Qardh, dan Mudharabah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo periode 2013-2017

Pembiayaan	Nasabah	Nominal
Desember 2013		
<i>Murabahah</i>	292	5,009,654,000
<i>Ijarah</i>	-	-
<i>Qardh</i>	1	40,000,000
<i>Multijasa</i>	-	-
<i>Mudharabah</i>	4	100,000,000
Total	297	5,149,654,000
Desember 2014		
<i>Murabahah</i>	364	5,789,510,000
<i>Ijarah</i>	-	-
<i>Qardh</i>	6	54,500,000
<i>Multijasa</i>	-	-
<i>Mudharabah</i>	3	135,000,000
Total	373	5,979,010,000
Desember 2015		
<i>Murabahah</i>	400	6,526,815,000
<i>Ijarah</i>	-	-
<i>Qardh</i>	3	26,650,000
<i>Multijasa</i>	9	83,875,000
<i>Mudharabah</i>	2	20,000,000
Total	414	6,657,340,000
Desember 2016		
<i>Murabahah</i>	371	7,065,656,000
<i>Ijarah</i>	-	-
<i>Qardh</i>	-	-
<i>Multijasa</i>	13	103,054,000
<i>Mudharabah</i>	-	-
Total	384	7,168,710,000
Desember 2017		
<i>Murabahah</i>	399	8,307,270,000
<i>Ijarah</i>	-	-
<i>Qardh</i>	1	75,000,000
<i>Multijasa</i>	18	210,318,000
<i>Mudharabah</i>	2	200,000,000
Total	420	8,792,588,000

Sumber data: Laporan keuangan PT.BPRS Mentari Pasaman Saiyo periode 2013-2017

Tabel 1.2
Tabel Data Mengenai Total Pembiayaan *Murabahah*
pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo
periode 2013-2017

Tahun	Total pembiayaan	Persentase kenaikan pembiayaan
2013	5,149,654,000	-
2014	5,979,010,000	16,10%
2015	6,657,340.000	11,34%
2016	7,168,710,000	7,68%
2017	8,792,588,000	22,65%

Sumber data: Laporan keuangan PT.BPRS Mentari Pasaman Saiyo periode 2013-2017

Tabel 1.3
PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo
Laporan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah*
Periode 2013-2017

Tahun	Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>Murabahah</i>	%
2013	297	-
2014	373	25,59%
2015	414	10,99%
2016	384	-7,25%
2017	420	9,37%

Sumber data: Laporan keuangan PT.BPRS Mentari Pasaman Saiyo periode 2013-2017

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa peningkatan jumlah pembiayaan *murabahah* dari tahun ke tahun lebih mendominasi dibandingkan dengan pembiayaan *mudharabah*, *ijarah*, *qardh*, dan *multijasa*. Sedangkan pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* juga meningkat dari tahun ke tahun, walaupun di tahun 2016 jumlah nasabah mengalami penurunan dengan persentase -7,25% tetapi tidak mengurangi jumlah atau dana pembiayaan yang disalurkan, tetapi pada tahun 2017 kembali mengalami kenaikan dengan persentase 9,37%.

Berdasarkan kondisi yang tergambar dari hasil observasi di atas dapat dilihat bahwa pembiayaan *murabahah* sangat populer dibandingkan dengan pembiayaan yang lain. Berdasarkan perkembangan serta peningkatan yang

cukup baik yang terjadi pada total pembiayaan dan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah*.

Setelah dilakukan wawancara dengan salah seorang pegawai BPRS Mentari Pasaman Saiyo yang menyatakan pembiayaan murabahah ini memang sangat populer di gunakan oleh nasabah dikarenakan dari prosesnya yang tidak rumit dan tentunya produk pembiayaan murabahah ini memiliki kelebihan-kelebihan yang tidak ada pada produk lain, selain hal tersebut dari hasil survey secara kasat mata yang oleh pihak BPRS menegaskan juga hal tersebut juga terjadi karna dipengaruhi lingkungan tempat berusaha nasabah tersebut.

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat di kendalikan oleh pemasar (Nugroho J. Setiadi, 2003: 3). Dalam penelitian ini penulis membatasi variabel dikarenakan keterbatasan waktu penelitian, dan penulis lebih tertarik untuk membahas faktor sosial dan faktor pribadi

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga peranan dan status (Supriyono, 2015: 2)

Faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan seorang pembeli juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur-hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan (Rachmawati Koesoemaningsih, 2013: 13)

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN**

PRIBADI TERHADAP PEMBIAYAAN *MURABHAH* PADA PT. BPR SYARIAH MENTARI PASAMAN SAIYO”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi berapa masalah yang muncul sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap pembiayaan *murabahah*.
2. Pengaruh faktor sosial terhadap pembiayaan *murabahah*.
3. Pengaruh faktor pribadi terhadap pembiayaan *murabahah*.
4. pengaruh tingkat pendapatan nasabah terhadap pembiayaan *murabahah*.
5. pengaruh pembiayaan *murabahah* terhadap pendapatan BPRS.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah di atas, maka yang menjadi batasan masalah yaitu:

1. Pengaruh faktor sosial terhadap pembiayaan *murabahah*
2. Pengaruh faktor pribadi terhadap pembiayaan *murabahah*
3. Pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *murabahah*

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh faktor sosial terhadap pembiayaan *murabahah* di PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo?
2. Seberapa besar pengaruh faktor pribadi terhadap pembiayaan *murabahah* di PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo ?
3. Seberapa besar pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *murabahah* di PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo ?

E. Tujuan Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui sejauhmana pengaruh faktor sosial terhadap pembiayaan *murabahah*.
2. Mengetahui sejauhmana pengaruh faktor Pribadi terhadap pembiayaan *murabahah*.
3. Mengetahui sejauhmana pengaruh faktor Sosial dan Pribadi terhadap pembiayaan *murabahah*.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mentari Pasaman Saiyo, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran dalam meningkatkan kinerja karyawan serta memberikan evaluasi untuk tingkat pembiayaan dimasa-masa yang akan datang.
2. Bagi peneliti sendiri, hasil penelitian dapat memperdalam pengetahuan tentang pengaruh faktor sosial, pribadi dan psikologi terhadap pembiayaan *murabahah* serta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
3. Bagi akademisi, hasil penelitian diharapkan sebagai bahan referensi serta dapat menambah pengetahuan, menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Menurut purimahua, faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. E-Journal (Rachmawati koesoemaningsih, 2013: 5).

Pengertian sosial dalam penelitian ini adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam pengertian peranan dan status. Setiap peran akan mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Faktor sosial ini terdiri kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Adapun penjelasannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership*), yang terdiri dari kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, rekan kerja, yang memiliki interaksi cukup teratur dan informasi dengan seseorang. Kelompok sekunder, seperti kelompok agama, professional dan perdangan, yang cenderung formal dan memberikan interaksi tidak terus menerus (Philip kotler, 2004: 202)

Seseorang dipengaruhi oleh kelompok referansi secara signifikan dengan tiga cara. Pertama, sekelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga mempengaruhi

sikap dan konsep jati diri seseorang karena umumnya mereka ingin menyesuaikan diri. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang (Nugroho J. Setiadi, 2010: 12). Kelompok referensi memaparkan seseorang terhadap perilaku dan gaya hidup baru, serta mempengaruhi sikap dan konsep diri.

2. Keluarga

Keluarga merupakan kelompok konsumen pembeli terpenting dalam masyarakat dan anggota keluarga membentuk kelompok referensi primer yang paling berpengaruh. Dalam kehidupan pembeli dapat dibedakan menjadi dua keluarga. Pertama, keluarga orientasi terdiri dari orangtua dan saudara kandung. Kedua, keluarga prokresi merupakan keluarga yang berpengaruh lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari, yakni pasangan dan anak-anak (Philip Kotler, 2004: 204). Sedangkan secara tradisional, keluarga adalah dua atau lebih orang yang memiliki hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama-sama. Dalam arti yang lebih dinamis, individu-individu yang membentuk keluarga adalah anggota-anggota dari sekelompok sosial yang paling mendasar yang hidup bersama-sama dan berinteraksi untuk saling memuaskan kebutuhan pribadi masing-masing. Jenis-jenis unit rumah tangga dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Suami, isteri dan anak-anak disebut keluarga inti (*nuclear family*).
- b. Suami, isteri, anak-anak dan kakek, nenek disebut keluarga terulur (*extended family*).
- c. Ayah saja, atau ibu saja dengan anak-anaknya (*single parent family*).
- d. Sepasang suami isteri tanpa anak.
- e. Pria atau wanita tidak menikah yang hidup di tempat tinggal tertentu.
- f. Beberapa keluarga hidup dalam suatu rumah untuk berhemat.
- g. Rumah pondokan dengan beberapa penyewa.

- h. Pasangan tidak menikah yang hidup bersama (banyak terdapat di Negara-negara hebat) (Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.OI Ihalauw, 2005 : 163-164).

3. Peran dan Status Sosial Dalam Masyarakat

Seorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya dengan keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok bisa di sebut dengan peran dan status. Peran merupakan aktivitas yang diharapkan dari seseorang. Setiap peran membawa sebuah status. Seseorang memilih produk yang menghubungkan antara peran dan status mereka di masyarakat (Philip Kotler, 2004: 206).

Menurut setiadi pada E-Journal (Sujani, 2017: 193). Indikator faktor sosial dapat diukur melalui rekan kerja/kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial dalam masyarakat.

B. Faktor Pribadi

Secara umum, kata pribadi mencakup satu orang atau benda tertentu dari sebuah kumpulan. Arti pribadi menurut istilah ialah manusia mandiri dalam menentukan kehendaknya. Sejak awal abad ke-tujuh belas, istilah ‘pribadi’ menunjukkan keterpisahan, yakni individualisme. Kepribadian merupakan keadaan atau sifat individu yakni seseorang yang terpisah atau berbeda daripada orang lain dan memiliki kebutuhan, tujuan dan harsyatnya sendiri. E-Journal (Rachmawati koesoemaningsih, 2013: 15).

Menurut purimahua, faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka defenisi pribadi dalam penelitian ini adalah kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur-hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri

pembeli yang bersangkutan. E-Journal (Rachmawati koesoemaningsih, 2013: 17). Adapun penjelasannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Usia dan tahap dalam kehidupan

Seseorang membeli barang dan layanan berbeda dalam jangka hidup mereka. Konsumsi dibentuk oleh siklus kehidupan keluarga. kebutuhan seseorang terkadang juga dipengaruhi oleh usia mereka dimana kebutuhan yang diperlukan tentu berbeda-beda di setiap usia, dalam upaya memperolehnya pun tentunya berbeda sesuai dengan kemampuan di usia seseorang.

2. Pekerjaan

Pekerjaan dapat memengaruhi daya beli produk dan jasa seseorang, para pemasar biasanya mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerjaan yang memiliki kecenderungan minat di atas rata-rata dalam produk atau jasa mereka. Setiap orang menyesuaikan pilihannya dalam membeli produk atau jasa berdasarkan jenis pekerjaan. Begitupun dengan keadaan ekonomi, setiap orang juga akan mempertimbangkan keputusan membeli produk atau jasa berdasarkan pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan kepemilikan kekayaan, serta kemampuan meminjam dan pendirian terhadap belanja dan menabung.

3. Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi adalah pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatannya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung (Nugroho J. Setiadi dan jhon J.O.I Ihalauw, 2010 : 12).

4. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang. Secara sederhana gaya hidup dapat didefinisikan juga sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, menaglokasikan waktunya.

Kindra mendefinisikan gaya hidup konsumen sebagai pola aktivitas, minat dan pendapat konsumen yang konsisten dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianutnya. Gaya hidup konsumen dapat berubah, tetapi perubahan itu bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Dimana perubahan itu terjadi karena nilai-nilai yang dianut oleh konsumen berubah akibat pengaruh lingkungan. Contohnya, orang Indonesia yang kembali dari Negara-negara yang sudah maju mempunyai nilai-nilai tentang kebersihan dan ketepatan waktu yang lain dari orang Indonesia pada umumnya (Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, 2005: 56-57).

5. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responya terhadap lingkungan yang relative konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen (Nugroho J. Setiadi, 2010: 12). Hakikat kepribadian dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Kepribadian merupakan esensi yang mencerminkan perbedaan individu, dimana kepribadian tidak dimiliki bersama-sama oleh semua konsumen.
- b. Kepribadian bersifat konsisten dan bertahan dalam waktu yang lama. Perilaku seseorang tidak dapat diprediksi berdasarkan satu ciri kepribadian pada suatu saat.
- c. Kepribadian dapat berubah.

- d. Kepribadian berinteraksi dengan situasi. Misalnya dalam situasi pembelian (pemenuhan kebutuhan), orang yang dogmatic tidak akan seberani orang yang inovatif dalam pembelian produk baru.

Hal tersebut juga dipertegas oleh Teori-teori Kepribadian yang dikemukakan oleh beberapa pakar:

- a. *Teori Freud*: kebutuhan yang tidak disadari (*unconscious needs*) atau dorongan (*drivers*), terutama dorongan biologis dan seksual, adalah inti motivasi manusia dan kepribadiannya. Ada tiga system yang berinteraksi dalam kepribadian manusia, yaitu: *id* yang merupakan motif implusif dan primitife, *superego* yaitu ekspresi moral sosial dan etika berperilaku dan *ego* yang berfungsi sebagai pengendali, menjaga keseimbangan antara *id* dan *superego*.
- b. *Teori neo-freudian*, mengasumsikan hubungan sosial merupakan dasar pembentuk kepribadian dan berpengaruh terhadap pengembangan kepribadian. Horney membagi tiga kelompok kepribadian, yaitu:
- 1) *Compliant* adalah individu-individu yang cenderung mendekati (*toward*) orang lain. mereka mempunyai hasrat untuk dikasihi, diingini dan dihargai.
 - 2) *Aggressive* adalah individu-individu yang cenderung menentang (*against*) orang lain, mempunyai hasrat untuk berprestasi dan mendapatkan pujian.
 - 3) *Detached* adalah individu-individu yang cenderung menjauhi orang lain. mereka menyukai kemandirian, kemerdekaan, kebebasan dan kewajiban.
- c. *Trait theory*, bersifat kuantitatif dan empirik, trait adalah ciri yang spesifik dan tetap dalam waktu yang lama yang membedakan seorang individu dengan yang lainnya. Misalnya, orang sering menilai seseorang sebagai pendiam atau periang. Teori kepribadian individual dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Teori ini menyatakan bahwa semua individu memiliki ciri-ciri atau sifat-sifat internal.
- 2) Ada perbedaan yang konsisten dan dapat diukur antara individu-individu dalam ciri-ciri dan sifat-sifat tersebut.
- 3) Dalam teori ini, lingkungan eksternal tidak dipertimbangkan.
- 4) Ciri-ciri dan sifat-sifat itu dibentuk sejak usia dini dan secara relative tidak berubah selam bertahun-tahun.

Konsep ini adalah keseluruhan pemikiran dan perasaan yang berkenaan dengan diri sendiri sebagai objek atau sikap seseorang terhadap dirinya sendiri. Ada empat macam konsep diri, yaitu:

- 1) Konsep diri yang sebenarnya (*actual self concept*) berhubungan dengan persepsi seseorang akan dirinya sendiri. Seseorang yang mempunyai persepsi bahwa dirinya adalah seseorang yang professional, maka ia akan memakai pakaian professional dan berperilaku professional.
- 2) Konsep diri yang ideal (*ideal self concept*) atau konsep diri yang diharapkan, berhubungan dengan cita-cita seseorang. Seseorang yang bercita-cita menjadi orang yang mengutamakan kehormatan dirinya, maka mobilnya pasti tetap bersih dan mengkilap, tidak mau membeli secara kredit dan tidak jajan di warung kaki lima.
- 3) Konsep diri pribadi (*private self concept*) berhubungan dengan apa yang diinginkan seseorang atas dirinya sendiri. Konsep diri pribadi ini bisa rendah maupun tinggi.
- 4) Konsep diri sosial (*social self concept*) berhubungan dengan penilaian yang diterimanya dari orang lain atau bagaimana orang lain ingin menilainya.
- 5) Konsep diri situasional (*situational self concept*) merupakan citra diri seseorang dalam situasi tertentu yang sering digunakan oleh pengiklan, terutama produk-produk yang meningkatkan citra (Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihlaww, 2005: 54-55).

Konsep-konsep diri ini juga memiliki peran dalam kepribadian seseorang sebagai berikut:

- 1) Seseorang selalu mempunyai konsep diri yang dibentuk melalui interaksi dengan orang tuanya, teman, guru dan orang lain yang signifikan.
- 2) Konsep diri seseorang merupakan hal yang penting bagi orang tersebut. Oleh karena itu, maka ia akan selalu berusaha untuk memelihara atau meningkatkannya.
- 3) Produk-produk tertentu berfungsi sebagai symbol sosial dan mengkomunikasikan arti kepada dirinya sendiri dan kepada orang. Akibatnya, individu sering membeli atau mengkonsumsi produk, jasa dan media untuk memelihara atau meningkatkan konsep diri yang diinginkan (Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihlauw, 2005: 55).

Menurut Lamb pada E-Journal (Rachmawati koesoemaningsih, 2013:

- 7) Faktor Pribadi dapat diukur dengan indikator yakni usia dan tahap dalam kehidupan, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

C. Faktor-Faktor Lain yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

1. Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat untuk mengambil tindakan. Menurut purimahua faktor psikologi adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain. berdasarkan defenisi di atas, maka defenisi psikologi dalam penelitian ini adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain. E-Journal

(Rachmawati koesoemaningsih, 2013: 25). Adapun yang termasuk kedalam faktor psikologis dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Motivasi

Seseorang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dan usaha atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan tersebut disebut motivasi. Motivasi adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan seseorang untuk bertindak (Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, 2005: 9). Sedangkan yang dimaksud dengan kebutuhan adalah esensi dari konsep pemasaran modern. Menurut teori Maslow, manusia akan mementingkan kebutuhan fisik terlebih dahulu (makan, minum dan sebagainya), setelah itu mereka akan mulai memikirkan kepuasan akan kebutuhan selanjutnya yaitu kebutuhan rasa aman (rumah yang bisa dikunci, pekerjaan tetap dan sebagainya), lalu meningkat kepada kebutuhan sosialisasi (mempunyai teman, bergabung dalam club dan sebagainya), selanjutnya kebutuhan pengakuan (menjadi ketua RT, berprestasi dan sebagainya) dan yang terakhir adalah kebutuhan aktualisasi (keberhasilan, posisi yang cocok dan sebagainya). Kebutuhan-kebutuhan tersebut akan selalu meningkat sesuai dengan meningkatnya status sosial seseorang. Kebutuhan terbagi dua, yaitu:

- 1) Kebutuhan primer (*biogenic* atau *physiological needs*) yang mencakup kebutuhan fisiologis untuk kelangsungan hidup (termasuk kebutuhan fisik dan rasa aman).
- 2) Kebutuhan sekunder (*psychological needs*) mencakup berbagai kebutuhan psikologis (termasuk kebutuhan sosialisasi, pengakuan dan aktualisasi) (Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, 2005: 28-29).

Kebutuhan memiliki dimensi keaneka-an (*multiplicity*). Kebutuhan dan tujuan antara individu satu dengan individu yang lain berbeda. Seseorang tidak dapat secara gegabah menebak motif seseorang berdasarkan perilakunya. Ibarat gunung es di tengah samudra luas,

demikianlah kebutuhan (juga motivasi), hanya terlihat puncaknya saja (berupa perilaku), tetapi di bawah permukaan laut itu dasar gunung es yang jauh lebih besar tidak dapat dilihat.

Hawkins menyebutkan adanya laten (tidak terungkap) dan motif yang termanifestasi (terungkap) yang ditunjukkan oleh perilaku orang dalam rangka mewujudkan tujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Tetapi, tidak semua kebutuhan itu layak untuk dimanifestasikan, karena pertimbangan-pertimbangan budaya, tradisi, tabu dan lain sebagainya.

Motivasi adalah daya dorong untuk berperilaku dan perilaku itu tersebut mengarah kepada tujuan (*goal*). Tujuan tersebut adalah hasil yang dicapai oleh perilaku yang termotivasi. Dimana tujuan merupakan daya tarik untuk berperilaku. Tujuan lebih dihubungkan dengan perolehan produk yang memuaskan kebutuhan. Schiffmann dan Kanuk Membedakan antara dua tujuan, yaitu:

- 1) Tujuan generik, merupakan tujuan umum yang dipilih oleh konsumen untuk memuaskan kebutuhannya. Seperti orang yang lapar membutuhkan makanan. Beberapa ahli menyebutkan bahwa tujuan generic ini sebagai perilaku pemuas kebutuhan (*need satisfying behavior*).
- 2) Tujuan produk khusus, yaitu produk yang tergambar secara spesifik dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Seseorang yang lapar, membutuhkan makanan dan dia memilih burger Mc Donald. Para ahli menyebut keinginan (*want*).

Jika di terapkan para perilaku beli konsumen, pilihan tujuan yang akan di ambil untuk memenuhi kebutuhannya, tergantung pada:

- 1) Pengalaman pribadi konsumen
- 2) Presepsi konsumen akan citra dirinya sendiri (*self image*)
- 3) Kapasitas fisik
- 4) Norma-norma dan nilai-nilai budaya yang berlaku
- 5) Aksesibilitas tujuan di lingkungan fisik maupun sosial

Tujuan juga ditentukan oleh gaya hidup konsumen dan diapresiasi dalam pemilihan atribut produk. Maka, tujuan bisa didefinisi pada

waktu gaya hidup seseorang berubah, misalnya untuk memuaskan kebutuhannya akan pengakuan, seseorang lima tahun lalu sudah puas dengan pakaian yang bagus (tujuan), tetapi karena gaya hidupnya berubah dia meredefinisikan tujuannya menjadi tamasya ke mancanegara.

Kebutuhan dan tujuan seseorang selalu berubah sebagai respons terhadap kondisi-kondisi fisiknya, terhadap lingkungan sekitarnya, terhadap interaksi dengan pihak-pihak lain dan arena pengalamannya. Jadi, kegiatan manusia yang digerakan oleh kebutuhannya (*need drive*) tidak pernah berhenti dan selalu berubah, karena:

- 1) Kebutuhan tidak pernah terpuaskan secara mutlak
- 2) Kebutuhan yang baru akan muncul pada saat kebutuhan lama terpuaskan
- 3) Keberhasilan dan kegagalan mencapai tujuan akan membentuk pengalaman dan asas aspirasi tertentu, hal tersebut akan berpengaruh pada penentuan tujuan. Keberhasilan mencapai tujuan akan mendorong orang menentukan tujuan yang lebih dari tujuan yang terpuaskan. Kegagalan mencapai tujuan akan mengakibatkan pemilihan tujuan pengganti, walaupun tujuan yang sekarang tidak terlalu memuaskan (Ristiyanti Prasetjio dan Jhon J.O.I Ihalauw, 2005: 31-32).

b. Presepsi

Presepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan sesuatu gambaran yang berarti di dunia ini.

c. Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu (Ristiyanti Prasetjio dan Jhon J.O.I Ihalauw, 2005: 35).

2. Faktor Kebudayaan

Budaya atau kultur adalah kerangka dan makna mental yang dianut bersama oleh kebanyakan orang pada golongan sosial (Peter dan Olson, 2014: 70). Dalam arti luas, makna budaya meliputi perspektif umum, kognisi tipikal dan reaksi afektif serta pola perilaku yang khas. Menurut Schiffman, Leon G. dan Leslie L. Kanuk (2000: 356) budaya merupakan keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari yang membantu mengarahkan perilaku seseorang. Adapun menurut Ujang Sumarwan (2011: 227) budaya merupakan segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang atau masyarakat.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa budaya adalah keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, pemikiran, simbol, kebiasaan, dan perilaku dalam suatu masyarakat. Budaya dianut bersama oleh masyarakat dan berkembang secara turun-temurun. Faktor-faktor dalam budaya berdasarkan Kotler (2012: 173-175) yakni sebagai berikut:

a. Kultur

Kultur atau budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Pada umumnya berawal dari kegiatan atau pemikiran yang dianggap wajar hingga membentuk kebiasaan yang sulit diubah. Kebudayaan berkembang menjadi bentuk umum dari masyarakat berupa nilai, norma, persepsi, preferensi dan perilaku yang diperoleh seseorang dari keluarga atau lembaga penting lainnya.

b. Subkultur

Subkultur atau sub budaya adalah bagian dari budaya yang cakupannya lebih sempit karena terpisah oleh sistem nilai. Setiap budaya memiliki sub budaya tersendiri yang merupakan identifikasi dan

sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya. Sub budaya meliputi kelompok keagamaan, kelompok ras, dan wilayah geografis.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan bagian-bagian dari masyarakat yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun secara hierarkis. Di dalam kelas sosial yang sama, nilai, minat, dan tingkah laku anggotanya juga akan sama. E-Journal (Dian Friantoro, 2016: 18)

D. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit* (Antonio, 2001: 168).

Pembiayaan dalam bank Islam adalah penyedia dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*
- 2) Transaksi sewa dalam bentuk ijarah atau sewa dengan opsi perpindahan hak milik dalam bentuk ijarah *muntahiyah bit tamlik*
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istishna*
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*
- 5) Transaksi multijasa dengan menggunakan akad *ijarah* atau *kafalah*

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar lembaga keuangan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan, tanpa imbalan atau bagi hasil.

Dengan demikian, dalam praktiknya pembiayaan adalah:

- 1) Penyerahan nilai ekonomi sekarang atas kepercayaan dengan harapan mendapatkan kembali suatu nilai ekonomi yang sama dikemudian hari.

- 2) Suatu tindakan atas dasar perjanjian yang dalam perjanjian tersebut terdapat jasa dan balas jasa (prestasi dan kontra prestasi) yang keduanya dipisahkan oleh unsur waktu.
- 3) Pembiayaan adalah suatu hak dengan hak mana seseorang dapat mempergunakannya untuk tujuan tertentu dalam batas waktu tertentu dan atas pertimbangan tertentu pula (Rivai, 2008: 4).

2. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan

1) Tujuan Pembiayaan

Pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah, tujuan pembiayaan yang dilaksanakan perbankan syariah terkait dengan Stakeholder, yakni:

a) Pemilik

Dari sumber pendapatan diatas pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan atas dana yang ditanamkan pada bank tersebut.

b) Pegawai

Para pegawai mengharapkan dapat memperoleh kesejahteraan dari bank yang dikelolanya.

c) Masyarakat

d) Pemerintah

Pemerintahan terbantu dalam pembiayaan pembangunan Negara, disamping itu akan diperoleh pajak berupa PPH.

e) Bank

Bagi bank yang bersangkutan hasil dari penyaluran pembiayaan, diharapkan bank dapat meneruskan dan mengembangkan usaha agar tetap meluaskan jaringan usahanya, sehingga semakin banyak masyarakat yang dapat dilayaninya (Muhammad, 2004: 196).

2) Fungsi Pembiayaan

Ada beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah kepada masyarakat penerima, diantaranya:

a) Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro dan deposito, maka uang tersebut ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitasnya.

b) Meningkatkan daya guna barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memproduksi barang mentah menjadi bahan jadi sehingga utility barang tersebut menjadi meningkat.

c) Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan yang disalurkan via rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes dan sebagainya.

d) Menimbulkan kegairahan berusaha

Gairah usaha akan meningkat karena setiap usaha untuk peningkatan produktivitasnya, masyarakat tidak perlu khawatir kekurangan modal oleh karena masalahnya dapat diatasi oleh bank dengan pembiayaannya.

e) Stabilitas ekonomi

Langkah-langkah stabilisasi pada dasarnya diarahkan pada usaha antara lain:

(1) Pengendalian Inflasi

(2) Peningkatan ekspor

(3) Rehabilitasi Prasarana

(4) Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat.

f) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan rakyat.

g) Sebagai alat hubungan ekonomi internasional (Muhammad, 2004: 197)

3. Jenis-jenis Pembiayaan Pada Bank Syariah

1) Pembiayaan Konsumtif

Secara definitif, konsumsi adalah kebutuhan individual meliputi kebutuhan baik barang maupun jasa yang tidak dipergunakan untuk tujuan usaha, dengan demikian yang dimaksud dengan pembiayaan konsumtif adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan pada umumnya bersifat perorangan (Karim, 2004: 244)

Menurut jenis akadnya dalam produk pembiayaan syariah, pembiayaan konsumtif dapat dibagi menjadi 5 bagian, yaitu:

- a) Pembiayaan konsumen akad *murabahah*
- b) Pembiayaan konsumen akad *IMBT*
- c) Pembiayaan konsumen akad *ijarah*
- d) Pembiayaan konsumen akad *istishna'*
- e) Pembiayaan konsumen akad *qard + ijarah*

Pembiayaan konsumtif bertujuan untuk memperoleh barang-barang atau kebutuhan-kebutuhan lainnya guna memenuhi keputusan dalam konsumsi. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Dalam menetapkan akad pembiayaan konsumtif, langkah-langkah yang perlu dilakukan bank adalah:

- a) Apabila kegunaan pembiayaan yang dibutuhkan nasabah adalah untuk kebutuhan konsumtif semata, harus dilihat dari sisi apakah pembiayaan tersebut berbentuk pembelian barang dan jasa.
- b) Jika untuk pembelian barang, faktor selanjutnya yang harus dilihat apakah barang tersebut berbentuk *ready stock* dan *goods in process*. Jika *ready stock*, pembiayaan yang diberikan adalah pembiayaan *murabahah*. Namun, jika berbentuk *goods in process* pembiayaan yang diberikan adalah *salam*.
- c) Jika pembiayaan tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dibidang jasa, pembiayaan yang diberikan adalah *ijarah*.

Pembiayaan konsumtif dibagi dalam dua bagian:

- a) Pembiayaan konsumtif untuk umum, pembiayaan konsumtif yang diterima oleh umum dapat memberikan fungsi-fungsi yang bermanfaat, terutama dalam mengatasi saat-saat kegiatan produksi atau distribusi sedang mengalami gangguan.
- b) Pembiayaan konsumtif untuk pemerintah, pembiayaan konsumtif yang diterima oleh pemerintah dapat memberikan fungsi-fungsi yang bermanfaat (Soemitra, 2009: 13).
- c) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada nasabah untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal kerja maksimum 1 tahun dan dapat diperpanjang sesuai dengan kebutuhan. Perpanjangan fasilitas pembiayaan modal kerja dilakukan atas dasar analisis terhadap debitur dan fasilitas pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan:

- a) Peningkatan produksi baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi.
- b) Untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.

Berdasarkan akad yang digunakan, jenis pembiayaan modal kerja dapat dibagi menjadi 5 macam, yaitu:

- a) Pembiayaan modal kerja *mudharabah*
- b) Pembiayaan modal kerja *istishna'*
- c) Pembiayaan modal kerja *salam*
- d) Pembiayaan modal kerja *murabahah*
- e) Pembiayaan modal kerja *ijarah*

Pembiayaan modal kerja pada bank syariah dioperasionalkan dengan menggunakan system/akad yang sesuai

dengan syariah. Tujuan dari pembiayaan modal kerja adalah untuk membiayai kebutuhan usaha nasabah dalam pengadaan aktiva produktif seperti persediaan barang dagang dan perlengkapan usaha untuk jangka waktu yang cukup singkat dan bisa diperpanjang.

2) Pembiayaan Investasi

Pembiayaan Investasi adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah untuk keperluan investasi, yaitu keperluan penambahan modal berguan untuk mengadakan rehabilitas, perluasan usaha, atau pendirian proyek baru. Pada umumnya, pembiayaan investasi diberikan dalam jumlah yang besar dan pengedepannya cukup lama. Berdasarkan akad yang digunakan dalam produk syariah, pembiayaan investasi terdiri dari:

- a) Pembiayaan investasi *murabahah*
- b) Pembiayaan investasi *ijarah muntahia bil tamlik*
- c) Pembiayaan investasi *salam*
- d) Pembiayaan investasi *istishna'*

Pembiayaan investasi merupakan Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam usahanya dengan cara investasi, sehingga jangka waktunya cukup panjang. Berbeda dengan pembiayaan modal kerja yang jangka waktunya pendek. Pembiayaan investasi pada bank syariah juga dioperasionalkan dengan menggunakan sistem/akad yang sesuai dengan syariah.

3) Pembiayaan Sindikasi

Pembiayaan Sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu objek pembiayaan tertentu. Pada umumnya pembiayaan ini diberikan bank kepada nasabah korporasi yang memiliki nilai transaksi yang sangat besar. Jadi dalam pembiayaan ini, beberapa bank bekerja sama dalam memberikan pembiayaan kepada satu nasabah karena nilai objek yang dibiayai sangat besar (Karim, 2004: 236-245).

4) Pembiayaan berdasarkan *Take Over*

Pembiayaan berdasarkan *Take Over* adalah pembiayaan yang timbul sebagai akibat dari *Take Over* terhadap transaksi non syariah yang telah berjalan yang dilakukan oleh bank syariah atas permintaan nasabah. Pembiayaan ini dilaksanakan oleh bank syariah berdasarkan keinginan nasabah untuk mengambil alih utang nasabah pada bank konvensional (Karim, 2004: 249).

5) Pembiayaan *Letter Of Credit*

Pembiayaan *Letter Of Credit* adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah. Pembiayaan jenis ini ditujukan kepada nasabah yang memiliki usaha ekspor atau impor untuk memudahkan transaksi keuangannya dengan pihak diluar negeri (Karim, 2004: 256)

4. Tahapan Pembiayaan

Proses pembiayaan diperbankkan melalui tahapan-tahapan, yaitu:

- 1) Pengajuan pembiayaan oleh nasabah
- 2) Investigasi, adalah kegiatan untuk mengenali permohonan pembiayaan melalui beberapa sumber yaitu:
 - a) Pengumpulan data melalui pemenuhan persyaratan oleh permohonan berupa dokumen-dokumen yang mendukung permohonan
 - b) Menggali informasi dari pihak lain
- 3) Solistasi, adalah kegiatan menggali informasi lebih dalam melalui kunjungan langsung kepada nasabah
- 4) Analisis pembiayaan, adalah usulan berbentuk proposal yang dibuat *account officer*, berisikan analisis atas segala aspek mengenai permohonan pembiayaan untuk dimintakan persetujuan dari komite pembiayaan

- 5) Pemutusan pembiayaan, adalah tahap diputuskannya persetujuan suatu permohonan dari komite pembiayaan
- 6) Dokumentasi, adalah tahap pemenuhan dokumen-dokumen terkait pembiayaan secara menyeluruh untuk disimpan oleh bank dibawah tanggung jawab bagian legal dan administrasi pembiayaan yaitu, dokumen-dokumen
- 7) Realisasi pembiayaan, adalah tahap pencairan pembiayaan setelah seluruh persyaratan dipenuhi dan dokumen jaminan diserahkan kepada bank
- 8) Pelaksanaan kewajiban, adalah tahapan dimana permohonan pembiayaan telah menjadi nasabah bank yang mempunyai kewajiban untuk membayar angsuran atau bagi hasil sebagai konsekuensi atas pembiayaan yang diterimanya (Laksamana, 2009: 24).

5. Pengajuan Permohonan Pembiayaan

Agar rencana pengajuan dapat segera terealisasi nasabah diminta untuk dapat segera memenuhi dokumen-dokumen yang sudah dipersyaratkan yang diperlukan untuk bahan analisis lebih lanjut.

1) Wawancara awal

Informasi pokok yang harus digali oleh seorang *account officer* pada saat wawancara awal dengan calon nasabah adalah:

a) Latar belakang pemohon, yang meliputi:

- (1) Status pemohon, yaitu mengetahui status pemohon apakah perorangan atau badan usaha
- (2) Jenis usaha yang dijalankan, pertanyaan ini diajukan kepada calon nasabah yang memiliki usaha, baik nasabah perorangan maupun badan usaha
- (3) Domisili calon nasabah, bagaimanapun bank mempunyai keterbatasan dalam melakukan pengawasan atas nasabah yang dibiayai. Meskipun layak dibiayai, bila domisili calon nasabah diluar jangkauan wilayah kerja bank, maka bank akan mengalami kesulitan dalam melakukan monitoring pembiayaan

(4)*Repayment capacity* (kemampuan membayar), inti dari pertanyaan ini adalah untuk mengetahui kondisi keuangan nasabah saat ini dan perkiraan kemampuan membayarnya.

b) Jaminan yang diserahkan, meliputi:

(1)Jenis jaminan, apakah bentuk jaminan yang akan diserahkan jaminan tunai atau berupa kebendaan seperti rumah atau mobil

(2)Perkiraan harga pasar jaminan, dapat diketahui secara tepat setelah dilakukan transaksi dilapangan dan dicek harganya dipasaran

(3)Status kepemilikan jaminan, jaminan yang dimiliki atas nama calon nasabah sendiri akan mempunyai nilai *goodwill* yang lebih bila dibandingkan jaminan yang akan diserahkan atas nama orang lain

2) Mereview berkas permohonan

a) Segera lakukan checking atas kelengkapan dokumen sesuai dengan status pemohon sebagai subjek hukum

b) Apabila terdapat dokumen yang belum lengkap, jangan ditunda untuk segera memberi tahu nasabah

c) Pastikan bahwa dokumen dan data yang diserahkan benar (Sukirno, 2006: 365)

6. Pembiayaan Murabahah

a. Pengertian Murabahah

Murabahah dalam Fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lainnya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan yang diinginkan (Ascarya, 2008: 81). Sedangkan menurut Muhammad Syafi'i Antonio *murabahah* adalah jual beli barang atau jasa dengan harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam jual beli *murabahah* penjual harus memberitahu harga produk yang dibeli kepada calon nasabah (debitur) dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai

tambahannya yang akan disepakati oleh calon nasabah (Antonio, 2001: 145).

b. Landasan Hukum Murabahah

1. Al-quran surah Al-Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي

يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ

الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ

فَأَنْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ

النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*

2. Al-hadist

Dari suhaib ar-Rumi r.a bahwa Rasullulah saw bersabda, “Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung

untuk keperluan rumahbukan untuk dijual.”(HR Ibnu Majah)(Antonio, 2001: 168)

3. Ijma’

Seluruh kaum muslimin sepakat atas diperbolehkannya jual beli. Selain itu, terdapat hikmah yang menuntut kebolehan karna kebutuhan manusia berhubungan dengan apa yang ada ditangan saudaranya, dan saudaranya tidak memberikan tanpa barang lain yang ditukarkan. Sehingga melalui persyari’atan jual beli, terdapat sarana untuk merealisasikan kebutuhan setiap individu (Wiroso, 2005: 16).

Umat manusia telah berkonsensus tentang keabsahan jual beli, karena manusia sebagai anggota masyarakat selalu membutuhkan apa yang dihasilkan dan dimiliki orang lain. oleh karena itu jual beli ini adalah salah satu jalan untuk mendapatkan secara sah, dengan demikian mudahkanlah bagi setiap individu untuk memenuhi kebutuhannya (Muhammad, 2000: 24)

Dari tiga dasar hukum diatas, dapat disimpulkan bahwa transaksi murabahah itu di bolehkan dan tidak bertentangan dengan ajaran syari’ah islam serta memberikan keringanan kepada pembeli untuk memperoleh barang yang yang diinginkan walaupun dengan pembayaran yang tidak tunai.

c. Rukun dan Syarat-syarat Murabahah

1) Rukun Murabahah

- a) Pelaku akad yaitu *ba’i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari*(pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- b) Objek akad yaitu *mabi* (barangdagangan) dan *tsaman* (harga)
- c) Shighah yaitu ijab dan Kabul

2) Syarat Murabahah

- a) Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah
- b) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan
- c) Kontrak harus bebas dari riba
- d) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian
- e) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang (Antoni, 1999: 102).

d. Jenis-Jenis Murabahah

1) Murabahah tanpa pesanan

Maksudnya adalah ada yang pesan atau tidak, ada yang beli atau tidak, bank syariah menyediakan barang dagangannya. Penyediaan barang pada murabahah tidak berpengaruh atau terkait langsung dengan ada atau tidaknya pesanan atau pembeli.

2) Murabahah berdasarkan pesanan

Maksudnya adalah bank syariah baru akan melakukan transaksi murabahah atau jual beli apabila ada nasabah yang memesan barang sehingga penyediaan barang baru dilakukan jika ada pesanan. Pada murabahah ini, pengadaan barang sangat tergantung atau terikat langsung dengan pesanan atau pembeli barang tersebut.

Jadi pada murabahah tanpa pesanan, barang tetap sedia walaupun sipemesan belum ada, kalau ada murabahah pesanan barang tersebut baru ada kalau sudah ada pemesanan dari pihak pemesan barang tersebut.

Murabahah berdasarkan pesanan ini juga dapat dibedakan menjadi:

- a) Murabahah berdasarkan pesanan pada bersifat mengikat, maksudnya apabila telah dipesan harus dibeli. Walaupun nasabah telah memesan barang, tetapi nasabahnya terikat, nasabah tidak

dapat membatalkan barang tersebut. Dan harus adanya urbun pada saat pemesanan barang.

- b) Murabahah berdasarkan pesanan dan bersifat tidak mengikat, maksudnya walaupun nasabah telah memesan barang tetapi nasabahnya tidak terikat, nasabah dapat menerima atau membatalkan barang tersebut (Wiroso, 2005: 37).

Menurut peneliti indikator pada pembiayaan *murabahah* yaitu kemudahan proses, kejelasan transaksi, keamanan, margin, faktor kepuasan, tanpa system bunga.

E. Hubungan Antar Variabel

1. Faktor Sosial Terhadap Pembiayaan Murabahah

Menurut Rama Yuliana pada skripsinya faktor sosial yang meliputi kelompok acuan, keluarga, dan status tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek X koto.

2. Faktor Pribadi Terhadap Pembiayaan Murabahah

Menurut Rama Yuliana pada skripsinya faktor pribadi yang meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek X koto.

3. Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Pembiayaan Murabahah

Menurut Rama Yuliana pada skripsinya faktor sosial, pribadi dan psikologi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek X koto.

F. Penelitian yang relevan

Agar penelitian yang penulis lakukan tidak tumpang tindih dengan penelitian terdahulu, maka tinjauan kepustakaan merupakan sebuah kepastian

yang penulis lakukan. Penelitian relevan tentang faktor sosial, pribadi dan psikologi adalah sebagai berikut:

Sujani, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra, dengan judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja di Indomaret”**. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi dan psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Faktor sosial tidak layak dijadikan alat variabel penentu, sebab pola arah variabel ini tidak konsisten.

Adapun dalam penelitian ini, Sujani membahas tentang Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja di Indomaret, sedangkan penulis membahas mengenai pengaruh faktor Sosial dan Pribadi terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Selain itu pada sujani menggunakan faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi, sedangkan penulis hanya menggunakan faktor sosial dan pribadi.

Rama Yuliana, NIM 12 202 060, mahasiswi IAIN Batusangkar, dengan judul **“Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek X Koto”**. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Faktor Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah, sedangkan Faktor Pribadi dan Psikologi sama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini, Rama Yuliana membahas tentang Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek X Koto, sedangkan penulis membahas mengenai pengaruh faktor Sosial dan Pribadi terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Penulis tidak menggunakan variabel psikologis selain itu tempat dan waktu penelitian juga berbeda. Adapun persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel faktor sosial dan faktor pribadi.

Atin Yulaifah, NIM 106081002390, mahasiswi UIN Syrif Hidayatullah, Jakarta dengan judul “ **Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Study Kasus pada Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)**”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syaria. Bila dibandingkan dengan ketiga variabel lainnya yaitu Budaya, Sosial, Pribadi, variabel Psikologi mempunyai pengaruh yang paling dominan dengan angka 0,0002 untuk nilai sig dan 0,315 untuk nilai regresi.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini, AtinYulaifah membahas tentang Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Study Kasus pada Masyarakat Ciputat pengguna Jasa Perbankan Syariah), sedangkan penulis membahas mengenai pengaruh faktor Sosial dan Pribadi terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Penulis tidak menggunakan variabel psikologis selain itu tempat dan waktu penelitian juga berbeda. Adapun persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel faktor sosial dan faktor pribadi.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau sub masalah yang diajukan oleh peneliti yang dijabarkan dari landasan teori atau kajian teori dan masih harus diuji kebenarannya (Ridwan, 2005: 5). Berdasarkan paparan teoritik di atas, rumusan hipotesis yaitu:

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh faktor sosial terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H_{a1} = Terdapat pengaruh faktor sosial terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H_{a2} = Terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H₀₃ = Tidak terdapat pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H_{a3}= Terdapat pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah pokok yang digunakan dalam penelitian ini dan perlu diberi penjelasan, hal ini dilakukan dengan maksud untuk tidak terjadi kemungkinan adanya kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini.

Faktor Sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan (Supriyono, 2015: 8), dalam hal ini yang penulis maksud adalah seseorang yang dipengaruhi oleh keluarga, teman dan lingkungan sekitar dalam memilih pembiayaan *murabahah*. Menurut setiadi pada E-Journal (Sujani, 2017: 193). Indikator faktor sosial dapat diukur melalau rekan kerja/kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial dalam masyarakat.

Faktor Pribadi adlah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan (Rachmawati Koesoemaningsih, 2013: 15). Dalam hal ini yang penulis maksud adalah kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh pekerjaan, gaya hidupnya maupun kepribadiannya. Menurut Lamb pada E-Journal (Rachmawati koesoemaningsih, 2013: 7) Faktor Pribadi dapat diukur dengan indikator yakni usia dan tahap dalam kehidupan, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

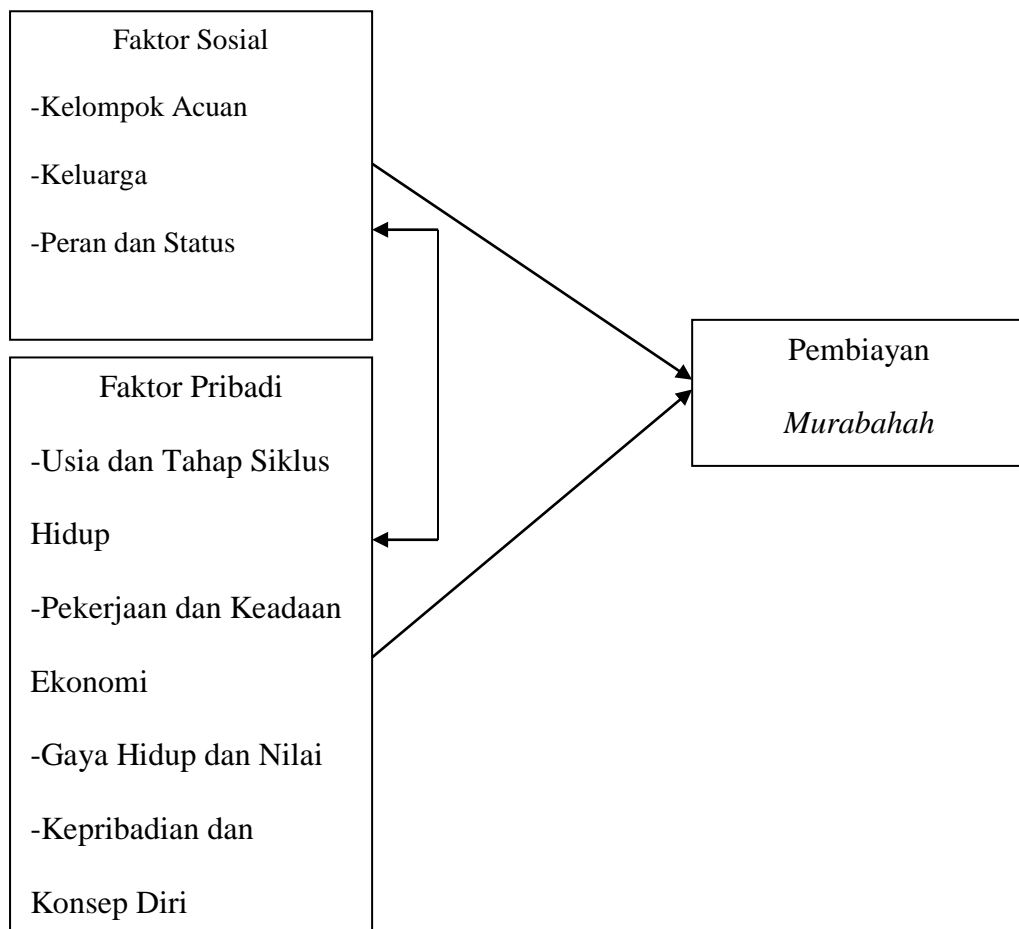
Pembiayaan *Murabahah* adalah penjualan barang seharga biaya atau harga pokok barang tersebut ditambah *mark-up* atau *margin* keuntungan yang disepakati (Wiroso, 2015: 13-14). Pembiayaan *Murabahah* yang penulis maksud adalah pembiayaan dengan akad jual beli diman harga pokok ditambah keuntungan sesuai kesepakatan, diman yang disepakati dalam akad

pembiayaan murabahah adalah harga perolehan. Menurut Rama Yuliana pada skripsinya indikator pada pembiayaan *murabahah* yaitu kemudahan proses, kejelasan transaksi, keamanan, margin, faktor kepuasan, tanpa system bunga

I. Kerangka Berpikir

Berdasarkan teori-teori yang telah di gunakan, maka dapat disusun kerangka berpikir (*framework*) berbagai faktor atau variabel yang telah dikenali (diidentifikasi) sebagai masalah, di antara variabel X_1 (faktor sosial), X_2 (faktor pribadi) dan variabel Y (pembiayaan *Murabahah*). Kerangka berpikir menjelaskan apakah terdapat pengaruh antara variabel X_1 (faktor sosial), X_2 (faktor pribadi), dengan variabel Y (pembiayaan *murabahah*). Sebagaimana digambarkan dalam bagan penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan teknik analisis *inferensial kuantitatif* yaitu penafsiran dan pemecahan masalah penelitian dengan menggunakan statistik. Teknik ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Peneliti melakukan kegiatan observasi awal 10 April 2018. Adapun lokasi penelitian peneliti lakukan adalah PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo yang beralamat di Jln, M. Natsir, Lingkungan Aua, Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat, Sumatra Barat.

Tabel 3.1
Rancangan Waktu Penelitian

Kegiatan	2018										2019						
	Mei- September				oktober		Nov			Des		Januari				Feb	
	1	2	3	4	1	2	1	2	3	1	2	1	2	3	4	1	2
Bimbingan Proposal Skripsi																	
Seminar Proposal Skripsi																	

Perbaikan Setelah Seminar Proposal Skripsi																			
Pembuatan Kusioner Penelitian																			
Penyebaran Angket																			
Pengolahan Data Penelitian																			
Bimbingan Skripsi																			
Sidang Munaqasah																			

C. Metode penelitian

1. Sumber Data Primer

Adapun sumber data peneliti dalam penelitian ini adalah sumber data primer yaitu sumber data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber utamanya. Data primer yang peneliti maksud adalah nasabah pembiayaan *murabahah* PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

2. Sumber Data Sekunder

Merupakan sumber data tambahan yang berupa dokumen laporan keuangan dan jumlah nasabah yang terdapat di PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo yang ada kaitanya dengan penelitian penulis.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah kelompok keseluruhan orang, peristiwa atau sesuatu yang ingin diselidiki oleh peneliti terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004: 72). Populasi yang digunakan adalah nasabah pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo, dengan jumlah nasabah 420 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mendapatkan sampel, penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling* yaitu memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Metode ini sangat mudah, murah dan cepat untuk dilaksanakan. Unit sampling mudah diakses, diukur dan bekerja sama (Muhamad, 2008: 174-175)

Untuk menentukan ukuran sampel, penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, sebesar 15% (Tony Wijaya, 2013: 29)

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{420}{1 + 420 \cdot 0,15^2}$$

$$n = 40,191 \text{ (dibulatkan menjadi 41 responden)}$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 41 responden

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang penulis gunakan dalam pengumpulan data terkait dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

- a. Dokumentasi yaitu mengumpulkan catatan-catatan yang menjadi bahan peneliti terutama jumlah pembiayaan dan jumlah nasabah yang ada pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.
- b. Angket (kuisisioner) merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang di susun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden (Burhan Bugin, 2011: 29).

5. Instrument Penelitian

Instrument yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner adalah sejumlah pernyataan yang digunakan untuk memperoleh data dari responden dalam arti laporan tentang hal-hal yang perlu diketahui (Iqbal Hasan, 2010: 16). Sedangkan teknik skala yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan *skala likert*, dimana skala ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang dan baik-tidak baik. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu (Muhamad, 2008: 154).

Data yang berhasil dikumpulkan dari kuisisioner selanjutnya diukur dengan pengukuran data original dengan bobot hitung sampai 5, dengan kategori:

- a. Tabel Poin Skala Likert

Tabel .3.2

Kategori Poin Skala Likert

No	Kategori	Poin
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4

3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Muhamad, 2008, penulis 2018

b. Tabel Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.3
Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator
1	Faktor Sosial (X_1) (Philip Kotler, dkk)	a. Kelompok Acuan b. Keluarga c. Peran dan status
2	Faktor Pribadi (X_2) (Philip Kotler, dkk)	a. Usia dan tahap siklus hidup b. Pekerjaan dan keadaan ekonomi c. Gaya hidup dan nilai d. Kepribadian dan Konsep Diri
3	Pembiayaan Murabahah (Y)	a. Kemudahan Proses b. Kejelasan transaksi c. Keamanan d. Margin e. Faktor kepuasan f. Tanpa system bunga

Sumber: Philip Kotler

6. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan atau pernyataan serta sejauhmana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur dan mampu

memperoleh data yang tepat dari variabel yang hendak diteliti. Ada beberapa cara untuk mengukur validitas, yaitu validitas isi (*content validity*), validitas kriteria (*criterion validity*) dan validitas konstruk (*construct validity*).

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas isi yaitu validitas yang destimasi lewat pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rsional oleh panel yang berkompeten atau melalui *expert judgement* (penilaian ahli). Validitas isi atau *content validity* memastikan bahwa pengukuran memasukan sekumpulan item yang memadai dan mewakili, yang mengungkap konsep yang diteliti. Validitas isi dilakukan untuk memastikan apakah isi kusioner sudah sesuai dan relevan dengan tujuan study. Validitas isi menunjukkan isi yang mencerminkan rangkaian lengkap terkait dengan atribut yang diteliti dan biasanya dilakukan oleh tujuh orang ahli atau lebih (Sofyan Siregar, 2010: 166).

Pada penelitian ini yang menjadi validator yaitu Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag Dosen di Institut Agama Islam Negri (IAIN) Batusangkar, hasil validasi yaitu:

Hasil Validasi I

Perubahan no item pada tiap variabel	
Sebelum	Sesudah
No pada tiap variabel di urut dari no 1 sampai sterusnya	No pada variabel di mulai dari no 1 pada variabel berikutnya di mulai dari no 1 lagi

Hasil Validasi II

Perubahan pada peryatan pada variabel	
Sebelum	Sesudah

Saya menggunakan produk ini karena tingkat pendapatan saya mampu untuk melunasi angsuran	Sebelumnya pernyataan tersebut terletak pada variabel faktor pribadi lalu di pindahkan ke variabel faktor sosial.
--	---

Hasil Validasi III

Perubahan kalimat pada tiap-tiap variabel	
Sebelumnya	Sesudah
Memilih	Menggunakan

D. Uji Asumsi Dasar

1. Uji Normalitas

Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametric (Duwi Prayitno, 2014: 69). Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal (Tony Wijaya, 2011: 128).

2. Uji Linearitas

Uji ini dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Berdasarkan garis regresi yang telah dibuat, selanjutnya diuji keberartiannya koefisien garis regresi serta linearitasnya (Joko Sulistyono, 2010: 54).

3. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model uji regresi yang baik dan selayaknya tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- b. Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (di atas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- c. Multikolinearitas dapat juga di lihat dari VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat kolinearitas dapat di toleransi.
- d. Nilai Eigen value sejumlah satu atau lebih, variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinearitas (Tony Wijaya, 2011: 121).

4. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas antara lain adalah dengan uji koefisien korelasi *Spearman's rho*, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji Park dan uji Glejser (Duwi Prayitno, 2014: 108).

E. Analisis Data

Analisis data adalah penafsiran penelitian terhadap data yang diperoleh baik dari sumber data primer maupun sumber data sekunder. Adapun metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi adalah untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel *independent* (X) atau variabel bebas terhadap variabel *dependent* (Y) atau variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat atau tidak kuat, apakah hubungan tersebut positif atau negative. Digunakan rumus koefisien korelasi (r) sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan: r = Koefisien Korelasi

N = Jumlah Sampel

X₁ = Faktor Sosial

X₂ = Faktor Pribadi

Y = Pembiayaan *Murabahah* (Danang Sunyoto, 2012: 138)

Nilai korelasi (r) berkisar antara -1 sampai 1 dengan criteria sebagai berikut:

- a. 0,800 - 1,000 = sangat kuat
- b. 0,600 - 0,799 = kuat
- c. 0,400 - 0,599 = rendah
- d. 0,200 - 0,399 = rendah
- e. 0,000 – 0,199 = sangat rendah (Ridwan, 2007: 138).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Regresi linear dikelompokkan menjadi 2 yaitu: (Tony Wijaya, 2011: 121)

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan dua arah atau lebih variabel bebas

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan: Y = pembiayaan murabahah

a = konstanta

b = koefisien Regresi

X₁ = faktor sosial

X₂ = faktor pribadi

3. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil regresi berganda, maka selanjutnya dapat dianalisis koefisien determinasinya (R²) yaitu koefisien determinasi parsial untuk mengukur secara terpisah dampak variabel *independent* (X₁, X₂, X₃)

terhadap variabel *dependent* (Y). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu), maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika (R^2) makin mendekati 0 (nol), maka semakin lemah variasi variabel bebas terhadap variabel terikat.

4. Uji T dan Uji F

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial adalah uji untuk mengetahui pengaruh variabel faktor sosial (X_1) dan faktor (X_2) secara parsial terhadap pembiayaan *murabahah* (Y) (Nachrowi Djalal, 2005: 65). Selanjutnya penulis melakukan uji parsial atau uji t digunakan untuk melihat pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyio, dengan rumus.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel yang tidak bebas secara keseluruhan. Untuk mengetahui nilai F-test tersebut dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan (sig. F) dengan tingkat signifikan ($\alpha = 5\%$). Apabila sig. F $\leq 0,05$ atau apabila F hitung $>$ F tabel, maka hipotesis nol ditolak, artinya variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mentari Pasaman Saiyo

1. Sejarah Bersirinya PT. BPRS Mentari Pasaman Saiyo

Pada tanggal 17-19 Mei tahun 1993 Pimpinan Pusat Majelis Ekonomi Muhammadiyah (PP-MEK) mengadakan Rapat Kerja Nasional (RAKERNAS) yang diikuti oleh Majelis Ekonomi Muhammadiyah (MEK) se-Indonesia. Pada waktu itu MEK Kabupaten Pasaman diwakili oleh Alm Bapak Chandra Mesra (Ketua Mek), Bapak Fachri (Sekretaris Mek) dan Bapak Ramli Lubis (Bendahara MEK), dimana salah satu keputusan RAKERNAS saat itu adalah perlunya mendirikan BPR Syariah minimal satu buah di setiap Kabupaten/Daerah Muhammadiyah sebagai Pondasi Pembangunan Ekonomi Warga Muhammadiyah.

Keputusan RAKERNAS tersebut kemudian disampaikan kepada Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kabupaten Pasaman yang saat itu di Ketuai oleh Bapak Thamrin K Nasir, kemudian pada tanggal 09 Juni 1993 bertempat di Masjid Taqwa Ujung Gasing, PDM Kabupaten Pasaman mengadakan Rapat Pleno. Pembahasan tentang rencana pendirian BPR Syariah di Kabupaten Pasaman pada rapat pleno tersebut memang menimbulkan perbedaan pendapat namun pada akhirnya pleno PDM memutuskan untuk pendirian BPR Syariah oleh warga Muhammadiyah di Kabupaten Pasaman.

Berkat dukungan dari keputusan pleno PDM dan juga semangat serta keyakinan terhadap kemampuan warga Muhammadiyah untuk mendirikan BPR Syariah, pada akhirnya MEK Kabupaten Pasaman membentuk panitia pendirian PT. BPR Syariah yang diketuai oleh Bapak Alm Chandra Mesra, berikut daftar susunan pendiri PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo:

Tabel 4.1
PT. BPR Syariah Mentari Saiyo

No	Nama	Keterangan
1	Chandra Mesra, SE	Ketua Panatela
2	Mizlan	Sekretaris Panatela
3	Syafrizal Mandayu, SH	Bendahara Panatela
4	Fachri	Anggota Panatela
5	Thamrin K Nasir	Anggota Panatela
6	Abdul Mukhti Sihaloho	Anggota Panatela
7	Adri	Anggota Panatela
8	Dalmi Yasri	Anggota Panatela
9	Yubhar	Anggota Panatela
10	Muhamad Taswin	Anggota Panatela
11	Yusri	Anggota Panatela
12	Rahmi Lubis	Anggota Panatela
13	Mukhlis A	Anggota Panatela
14	H. Rahimi Sutan	Anggota Panatela
15	Drs. Dasman Lanin, M.Pd	Anggota Panatela
16	Mukhar Khari Mukmin	Anggota Panatela
17	H. Rajilis Hamzah	Anggota Panatela

Sejak itu dimulailah registrasi calon pemenang saham oleh Panatela Pendiri dikalangan warga Muhammadiyah, kemudian pada tanggal 25 Juni 1993 H. Taufik Martha (Bupati Pasaman pada saat itu) ikut memberikan dukungan atas rencana pendirian BPR Syariah dengan mengeluarkan surat resmi Bupati Pasaman tertanggal 26 Juni 1993 untuk mendirikan BPR Syariah di Simpang Tiga Kabupaten Pasaman Provinsi Sumatra Barat.

Pada tanggal 05-07 Juli 1993 PDM Kabupaten Pasaman atas dukungan dana dari BMT Suka Bakti Padang Tujuh, mengirim Bapak Alm Chandara Mesra untuk mengikuti pelatihan Manajemen BPR Syariah yang

diadakan oleh Lembaga Konsultan Keuangan Muhammdyah PT. Mentaribina Artharaya digedung Perum Peruri Jakarta.

Bersamaan dengan para panitia pendiri mengumpulkan saham sebagai modal awal pendirian BPR Syariah, mereka juga mempersiapkan dokumen persyaratan untuk memperoleh izin pendirian dan sekaligus mencari seorang calon Direksi, dimana pada saat itu persyaratan menjadi calon direksi adalah orang yang sudah berpengalaman bekerja di Bank minimal 1 (satu) tahun.

Di rektur pertama BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo adalah Bapak Junaidy Bachtiar (Mantan karyawan BRI Cabang Lubuak Sikaping Kabupaten Pasaman), Izin prinsip dikeluarkan oleh Departemen Keuangan RI pada tanggal 30 Juli 1994 yang sebelumnya direkomendasikan oleh MUI tanggal 20 Juli 1994 dan Akta pendirian oleh Notaris Azhar Alia, SH di Jakarta tanggal 29 Juli 1994, kemudian pada Tanggal 12 Oktober tahun 1994 keluarlah pengesahan Badan Hukum dari Departemen Kehakiman RI, yang sebelumnya dilengkapi dengan izin Tempat Usaha dari Bupati Pasaman Tanggal 15 Agustus 1994.

Pelatihan calon Karyawan tahap I (pertama) dilaksanakan pada bulan November 1995 dan calon Karyawan tahap II (Kedua) dilaksanakan pada tanggal 4-17 Mei 1996 yang dilaksanakan oleh PT. Mentaribina Artharaya di Jakarta. Pada tanggal 06 Mei 1996 keluarlah Izin Usaha dari Departemen Keuangan Republik Indonesia, kemudian pada hari Sabtu tanggal 27 Juli 1996 di resmikan PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo sebagai Bank Islam Pertama di Sumatra Barat oleh Bupati Pasaman H. Taufik Martha.

2. VISI dan MISI PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo

a. Visi

“Terwujudnya BPRS-MPS sebagai mitra terbaik dalam membangun ekonomi umat secara syari’ah.”

b. Misi

- 1) Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan nasabah dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat dalam bingkai iman dan taqwa kepada Allah Swt.
- 2) Mengembangkan Sumber Daya Insani Profesional.
- 3) Melaksanakan manajemen yang sesuai Syariah, Amanah dan Fathanah.
- 4) Menerapkan *Good Corporate Governance* (Tata Kelola Perusahaan yang Baik).
- 5) Menerapkan *Beyond Banking*.

3. Motto dan Tujuan PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo

a. Motto

“Selamat Dunia Akhirat”

b. Tujuan

Menjadikan BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo yang mampu memberikan pelayanan terbaik untuk semua segmen nasabah, melalui pengembang bisnis:

- 1) Pengembang pembiayaan usaha nasabah
- 2) Pengembangan jual beli barang modal maupun barang konsumsi
- 3) Pengembangan usaha sewa menyewa (Ijarah, Rahn dan lain sebagainya)
- 4) Pengembangan penghimpunan dana masyarakat
- 5) Menghimpun dan mengelola dana zakat, infaq dan sadaqah serta wakaf maupun Hibah (ZIZWAH)

4. Profil PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo

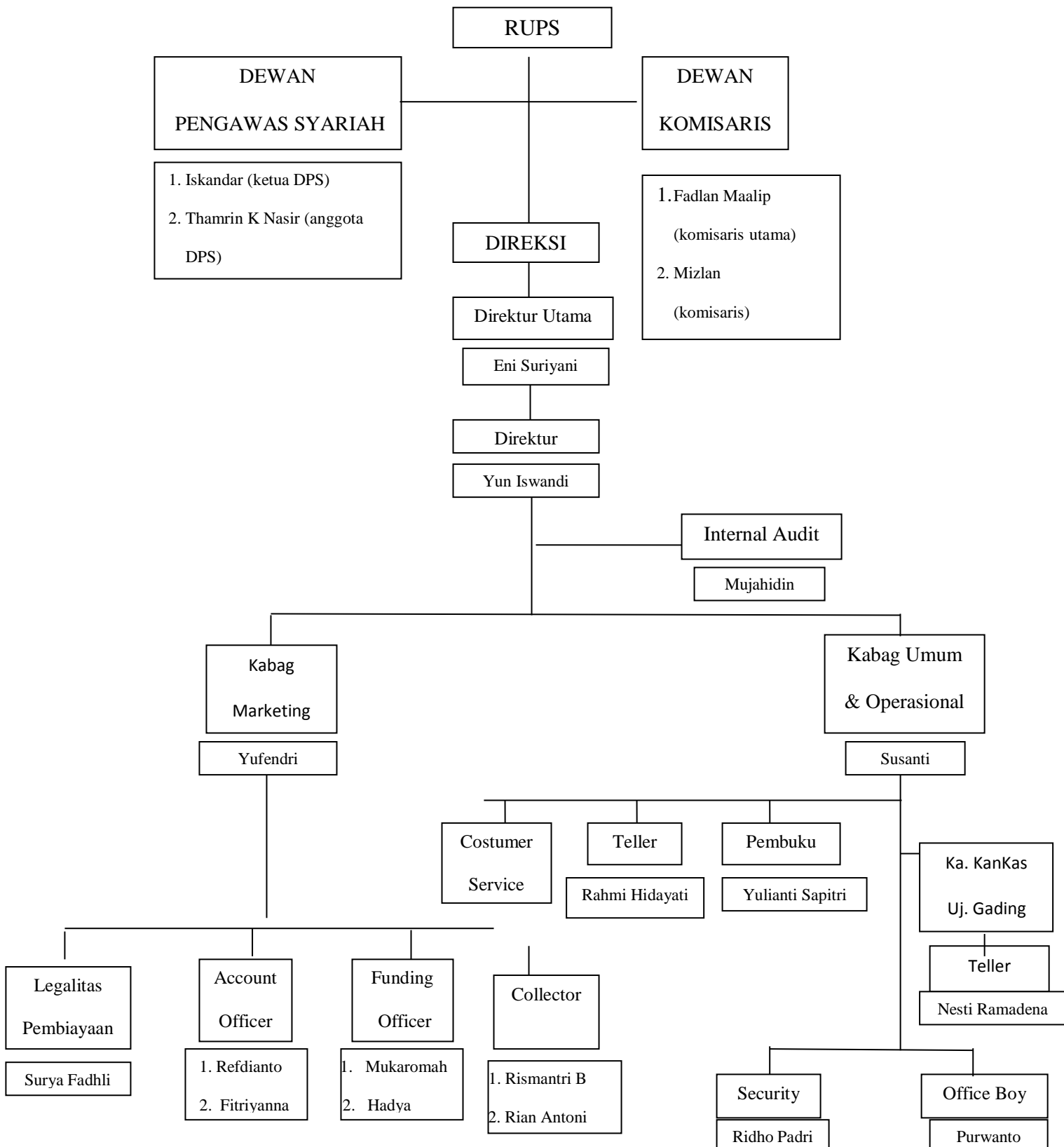
PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo merupakan Bank Islam pertama di Sumatra Barat yang resmi beroperasi sejak tanggal 27 Juli 1996.

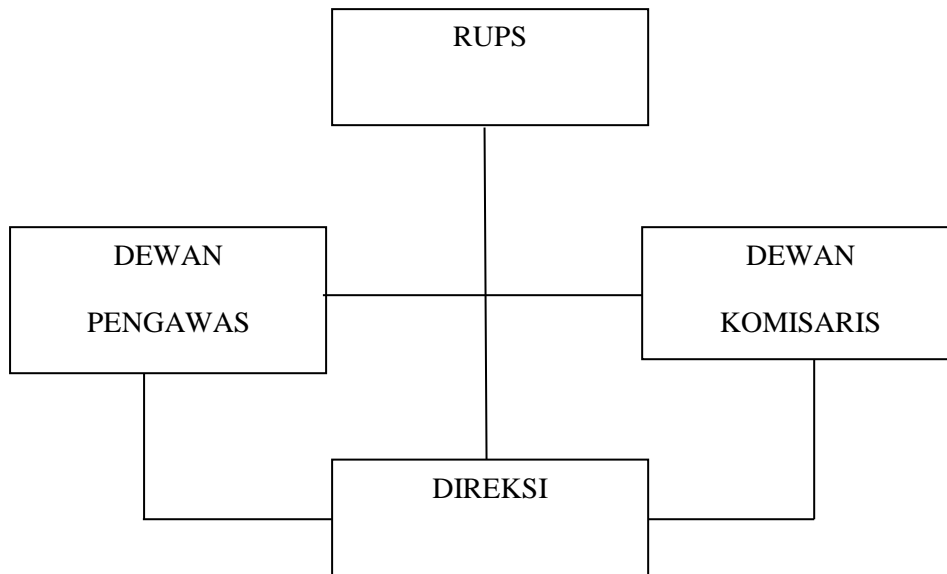
Pada awal PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo berkedudukan didesa Simpang Tiga Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman (sebelum dimekarkan Menjadi Pasaman Barat) dan terhitung sejak tanggal 1 Agustus 2006 kanto BPR Syariah dipindahkan ke jalam M.Natsir Simpang Empat Pasaman Barat.

1. Dasar hukum berdirinya PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo
 - a. Didirikan tanggal 29 Juli 1994 berdasarkan akta notaries Azhar Alia SH.
 - b. Rekomendasi Dewan Pengawas Syari'ah Nasional/MUI tanggal 20 Juli 1994 NO.U-418/MUI/VII/1994
 - c. Izin Prinsip dari Departemen Keuangan Republik Indonesia tanggal 30 Juli 1994 No.S-1132/Mk.17/1994
 - d. Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dari Bupati Kabupaten Pasaman tanggal 15 Agustus 1994 No.20/SITU/BUK-PAS/1994
 - e. Izin Usaha Operasional dari Mentri Keuangan RI No. KEP-168/KM.17/1996 tanggal 6 Mei

5. Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Gambar 4.2**Struktur kepengurusan**

Keterangan :

1. Direksi

Organ perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab peneug terhadap perseroan untuk kepentingan perseroan, sesuai dengan madsud dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan didalam maupun diluar perseroan.

2. Dewan Komisaris

Organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi perseroan.

3. Dewan Pengawas Syariah

Organ perseroan yang melakukan pengawasan terhadap produk-produk perseroan agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

6. Produk-Produk dan Jasa PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo

1. Produk Pengumpulan Dana

a. Tabungan *Muddharabah*

1) Bung Salman (*Tabungan Siswa Alim dan Beriman*)

- 2) Bung Tampan (*Tabungan Ampuh Membangun Masa Depan*)
 - 3) Tahajjumrah (*Tabungan Haji dan Umrah*)
 - 4) Taqwim (*Tabungan Qurban Warga Beriman*)
- b. Tabungan *Wadi'ah*
- 1) Tawakal (*Tabungan Wadiah Penangkal Likuiditas*)
- c. Deposito Mudharabah
- 1) Deposimpas (*Deposito Mentari Pasaman Saiyo*)

2. Produk Penyaluran Dana

a. Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan yang diberikan kepada mitra untuk kebutuhan modal pada suatu usaha dengan jangka waktu sesuai kesepakatan. Hasil usaha bersih dibagi antara bank sebagai penyandang dana (*Shohibul mal*) dengan pengelola usaha (*mudharib*) sesuai dengan kesepakatan masing-masing pihak sesuai kesepakatan awal akad.

b. Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan yang diberikan melalui kerjasama usaha antara Bank dengan mitra dimana modal usaha berasal dari kedua belah pihak sehingga keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama-sama sesuai dengan porsi modal yang disepakati didalam akad.

c. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan yang diberikan kepada mitra untuk pembelian suatu barang dengan kewajiban mengembalikannya ditambah margin (keuntungan) sesuai kesepakatan awal akad.

d. Pembiayaan Multi Jasa

Pembiayaan yang digunakan oleh nasabah dalam rangka memperoleh jasa atau mamfaat dengan kewajiban mengembalikan ditambah *Ujroh* (Fee) sesuai kesepakatan awal akad.

e. Pembiayaan *Qard*

Pembiayaan yang diberikan kepada mitra yang merupakan wujud peran sosial untuk membantu masyarakat dengan hanya mengembalikan pokok pembiayaan.

B. Deskriptif Umum Responden

Berdasarkan kepada perumusan masalah dan hipotesis penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Untuk menjawab dan membuktikan hipotesis terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dan Informasi yang dibutuhkan.

Proses pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan menyebarkan angket kepada responden yang memenuhi kriteria pengambilan sampel. Total jumlah angket yang disebarkan berjumlah 41 rangkap, setelah dilakukan pengumpulan kembali tidak ada angket yang hilang maupun rusak, sehingga total angket siap diolah berjumlah 41 rangkap.

Setelah seluruh data dan informasi berhasil dikumpulkan, proses klasifikasi hasil penyebaran angket dilakukan secara manual dengan bantuan program Exel untuk membentuk tabulasi data. Setelah tahapan tersebut selesai tahapan pengolahan dapat segera dilaksanakan. Berdasarkan hasil penyebaran angket yang telah dilakukan dapat dikelompokkan demografis yang dimiliki responden yang berpartisipasi di dalam penelitian ini seperti terlihat di bawah ini

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Tabel 4.2

Karakteristik Responden berdasarkan Gender

Jenis Kelamin				
	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>

Valid	Laki-laki	20	48.8	48.8	48.8
	Perempuan	21	51.2	51.2	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2016

Pada tabel 4.2 di atas hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 20 responden atau 48.8% dan sisanya sebanyak 21 responden atau 51.2% adalah responden perempuan. Kesimpulannya adalah pembiayaan murabahah digunakan oleh kaum laki-laki dan perempuan dan tidak terlihat perbandingan yang signifikan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	17-25 tahun	3	7.3	7.3	7.3
	26-35 tahun	11	26.8	26.8	34.1
	36-45 tahun	18	43.9	43.9	78.0
	>45 tahun	9	22.0	22.0	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2016

Pada tabel 4.3 di atas hasilnya menunjukkan bahwa terdapat 3 responden atau 7.3% berusia 17-25 tahun, 11 responden atau 26.8% berusia 26-35 tahun, 18 responden atau 43.9% berusia 36-45 tahun dan 9 responden atau 22.0% berusia >45 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Responden

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	SD	7	17.1	17.1	17.1
	SMP	6	14.6	14.6	31.7
	SMA	19	46.3	46.3	78.0
	DIPLOMA	5	12.2	12.2	90.2
	Sarjana	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2016

Pada tabel 4.4 di atas hasilnya menunjukkan bahwa terdapat 7 responden atau 17.1% berpendidikan SD, 6 responden atau 14.6% berpendidikan SMP/Sederajat, 19 responden atau 46.3% berpendidikan SMA/Sederajat, 5 responden atau 12.2% berpendidikan Diploma dan 4 responden atau 9.8% berpendidikan Sarjana Strata 1 (S1). Kesimpulannya adalah kebanyakan nasabah berpendidikan SMA.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5

Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Mahasiswa	1	2.4	2.4	2.4
	Wiraswasta	12	29.3	29.3	31.7
	PNS	3	7.3	7.3	39.0
	Pegawai Swasta	6	14.6	14.6	53.7
	Ibu RT	4	9.8	9.8	63.4
	Petani	4	9.8	9.8	73.2
	Lainya	11	26.8	26.8	100.0

	Total	41	100.0	100.0	
--	-------	----	-------	-------	--

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2016

Pada tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa terdapat 1 responden 2.4% adalah Mahasiswa, 12 responden 29.3% adalah Wiraswasta, 3 responden atau 7.3% adalah PNS, 6 responden atau 14.6% adalah Pegawai Swasta, 4 responden 9.8% adalah Ibu RT, 4 responden atau 9.8% adalah Petani, 11 responden 26.8% adalah Lainnya.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan Responden					
		<i>F</i>	<i>%</i>	<i>VP</i>	<i>CP</i>
Valid	<2000000	7	17.1	17.1	17.1
	Rp2000000-Rp3000000	20	48.8	48.8	65.9
	Rp3000000-Rp4000000	12	29.3	29.3	95.1
	>4000000	2	4.9	4.9	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2016

Pada tabel 4.6 di atas hasilnya menunjukkan bahwa terdapat 7 responden atau 17.1% memiliki pendapatan < 2.000.000, 20 responden atau 48.8% memiliki pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000, 12 responden atau 29.3% memiliki pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000, 2 responden atau 4.9% memiliki pendapatan > Rp 4.000.000.

C. Uji Asumsi Dasar

1. Uji Normalitas

Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik (Duwi Parayitno, 2014: 69) Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi

yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal (Tony Wijaya, 2011: 128)

Ada beberapa teknik yang dapat di gunakan untuk menguji normalitas, antara lain metode uji *Lilliefors* dan *metode One sample Kolmogorov Smirnov*. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS diperoleh:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Signifikasi	Kesimpulan
0.200	0.05	Normal

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2016

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0.05 . berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig 2-tailed*) sebesar 0.002. karena nilai signifikansi > 0.05 ($0.200 > 0.05$), nilai residual terdistribusi dengan normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0.05. dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear bila signifikansi (*Linearity*) < 0.05 . Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linier jika signifikansi (*Deviation For Linearity*) > 0.05 (Duwi Priyatno, 2014, p. 79). Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS diperoleh:

Tabel 4.8
Hasil Uji Linearitas Faktor Sosial

Variabel	Signifikansi	<i>Linearity</i>	<i>Deviation from Linearity</i>	Kesimpulan
Faktor Sosial	0.05	0.767	0.496	Linear

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2016

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar 0.767. Karena signifikansi < 0.05 maka antara variabel faktor sosial dan pembiayaan *murabahah* terdapat hubungan yang linier. Jika dilihat dari nilai signifikansi pada *Deviation for Linearity*, maka ada hubungan yang linier antara variabel faktor sosial dan pembiayaan *murabahah*. Hal ini dikarenakan $0.496 > 0.05$.

Tabel 4.9
Hasil Uji Linearitas Faktor Pribadi

Variabel	Signifikansi	<i>Linearity</i>	<i>Deviation from Linearity</i>	Kesimpulan
Faktor Pribadi	0.05	0.001	0.137	Linier

Sumber: Data Olahan SPSS 22,201

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar 0.137. Karena signifikansi < 0.05 maka antara variabel faktor pribadi dan pembiayaan *murabahah* terdapat hubungan yang linier. Jika dilihat dari nilai signifikansi pada *Deviation for Linearity*, maka ada hubungan yang linier antara variabel faktor pribadi dan pembiayaan *murabahah*. Hal ini karena nilai signifikansi $0.137 > 0.05$.

3. Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya antara variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya. Konsekuensinya adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar (Duwi Priyatno, 2014: 99)

Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan metode uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance inflation factor* (VIF) pada model regresi. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Duwi Priyatno, 2014: 103). Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS diperoleh:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Nilai Batas	VIF	Nilai Batas	Kesimpulan
Faktor sosial	1.000	0.10	1.000	10	Tidak Terjadi multikolinearitas
Faktor Pribadi	1.000	0.10	1.000	10	Tidak Terjadi Multikolinaeritas

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance kedua variabel > 0.10 dan VIF <10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

4. Uji Heterokedastisitas

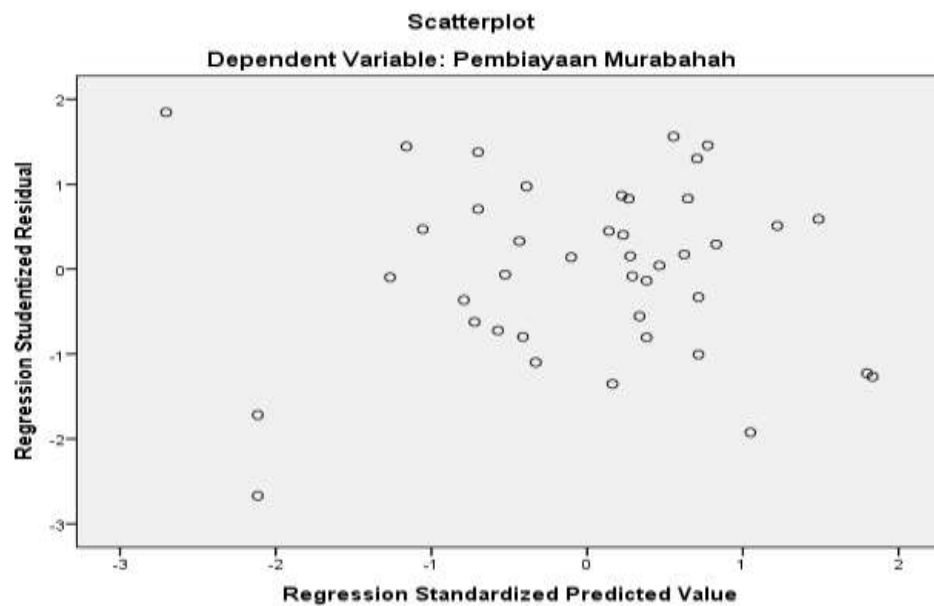
Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Salah satu cara untuk melihat adanya masalah heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi

variabel *dependent* dengan residualnya (Duwi Priyatno, 2014: 108). Dasar kriteria dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Jika ada pola tertentu seperti titi-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titi-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Duwi Priyatno, 2014: 113).

Grafik 4.1

Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan pada grafik 4.1 di atas dapat diketahui bahwa titi-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

D. Analisa Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda, karena variabel independen lebih dari satu. Dimana analisis ini digunakan untuk memperkirakan atau menghitung variabel X_1 (faktor sosial) dan X_2 (faktor pribadi) yang mempengaruhi variabel Y (pembiayaan *murabahah*) pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Dengan persamaan regresi linear berganda menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan: Y = pembiayaan murabahah

a = konstanta

b = koefisien regresi

X_1 = faktor sosial

X_2 = faktor pribadi

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka peneliti membuat penjabaran persamaan penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Regresi Linear Berganda

No	Variabel	Nilai Constant	B	T	Sig	Nilai Batas
1	Pembiayaan Murabahah	14.343				
2	Faktor Sosial		0.058	0.378	0.708	0.05
3	Faktor Pribadi		0.667	3.536	0.001	0.05

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Pada tabel 4.11 di atas dapat dilihat hasil regresi linear berganda dan nilai konstanta sebesar 14.343 dan nilai koefisien regresi dari variabel X_1 (faktor sosial) adalah bertanda positif sebesar 0.058, koefisien regresi dari variabel X_2 (faktor pribadi) adalah bertanda positif sebesar 0.667.

Jadi nilai koefisien regresi masing-masing variabel di atas tersebut dapat disubsitusikan ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 14.343 + 0.058X_1 + 0.667X_2$$

Dimana:

$a = 14.343$, ini dapat diartikan jika faktor sosial dan pribadi nilainya adalah 0, maka pembiayaan *murabahah* nilainya adalah 14.343 memberikan arti bahwa variabel faktor sosial dan pribadi dianggap konstan maka tingkat keputusan nasabah dalam memanfaatkan pembiayaan *murabahah* adalah sebesar 14.343.

$b_1 =$ nilai koefisien regresi variabel faktor sosial bernilai positif, yaitu 0.058. ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan faktor sosial sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan pembiayaan *murabahah* sebesar 0.058 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Atau nilai koefisien regresi variabel faktor sosial (b_1) mempengaruhi nilai Y (pembiayaan *murabahah*) sebesar 0.058.

$b_2 =$ nilai koefisien regresi variabel faktor pribadi bernilai positif, yaitu 0.667. ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan faktor pribadi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan pembiayaan *murabahah* sebesar 0.667 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Atau nilai koefisien regresi variabel faktor sosial (b_2) mempengaruhi nilai Y (pembiayaan *murabahah*) sebesar 0.667.

Berdasarkan persamaan di atas dapat disimpulkan apabila terjadi kenaikan faktor sosial sebesar 1 satuan maka akan dapat menaikkan pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo sebesar 0.058. Setiap faktor pribadi mengalami kenaikan 1 satuan maka akan meningkatkan pembiayaan *murabahah* sebesar 0.667. Tetapi, apabila tidak adanya ketiga faktor tersebut maka pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo akan sama dengan nilai konstan yaitu 14.343.

2. Analisis Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi adalah untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel independent (X) atau variabel bebas terhadap variabel dependent (Y) atau variabel terkait mempunyai hubungan yang kuat atau tidak kuat, apakah hubungan tersebut positif atau negatif, seperti yang terlihat pada tabel 4.13 dibawah ini:

Tabel 4.12
Koefisien Korelasi

Variabel	R
Faktor Sosial dan Pribadi	0.499

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.12 di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi yang terbentuk adalah sebesar 0.499. Karena koefisien korelasi yang diperoleh berada antara 0.400 – 1.000 maka hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa faktor sosial dan pribadi memiliki hubungan yang cukup kuat sebesar 0.499.

Nilai korelasi (r) berkisar antara -1 sampai 1 dengan criteria sebagai berikut:

- a. 0.800 – 1.000 = sangat kuat
- b. 0.600 – 0.799 = kuat
- c. 0.400 – 0.599 = cukup kuat
- d. 0.200 – 0.399 = rendah
- e. 0.000 – 0.199 = sangat rendah (Ridwan, 2007, p. 138)

3. Analisis Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui kemampuan variabel independen (faktor sosial dan pribadi) dalam memberikan kontribusi mempengaruhi variabel dependen (pembiayaan *murabahah*) maka dilakukan pengujian koefisien determinasi (R^2) seperti yang terlihat pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	<i>Adjusted R Square</i>
Faktor Sosial dan Pribadi	0.249

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Pada tabel 4.13 di atas dapat diperoleh *Adjusted R Square* sebesar 0.249. Hal ini berarti varian yang terjadi pada variabel pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo 24.9% dapat dijelaskan oleh varian yang terjadi pada variabel faktor sosial dan pribadi memiliki pengaruh terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo sebesar 24.9% dan sisanya 75.1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam faktor ini. Hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial dan pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

b. Uji T

Untuk membuktikan pengaruh variabel independen (faktor sosial dan pribadi) terhadap variabel dependen (pembiayaan *murabahah*) secara parsial maka dilakukan pengujian $t_{\text{statistik}}$. Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS diperoleh:

Tabel 4.14
Hasil Uji Hipotesis
Coefficiens^a

Variabel	T Hitung	Sig	T tabel	Nilai Batas
Faktor Sosial	0.378	0.708	2.024	0.05
Faktor Pribadi	3.536	0.001	2.024	0.05

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Uji ini dilakukan untuk menyelidiki lebih lanjut, mana di antara variabel independen yang berpengaruh terhadap pembiayaan murabahah. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung.

Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , tariff signifikan 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n – k -1 atau $41 - 2 - 1 = 38$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikan = 0.05), maka hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 2.024 (lampiran). Sehingga didapat hasil sebagai berikut:

Hipotesis 1

Dengan hipotesis statistik pertama sebagai berikut:

H_{01} : faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H_{a1} : faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

Variabel faktor sosial memiliki t_{hitung} sebesar 0.378 dengan taraf signifikan 0.708 di atas 0.05. dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0.378 < 2.024$). Maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak, sehingga dapat dinyatakan H_{01} yang menyatakan “ *faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo*” diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

Hipotesi 2

Dengan hipotesis statistik kedua sebagai berikut:

H_{02} : faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H_{a2} : faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

Variabel faktor pribadi memiliki t_{hitung} sebesar 3.536 dengan taraf signifikan 0.001 di bawah 0.05. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.536 >$

2.024). Maka H_{02} di tolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat dinyatakan H_{a2} yang menyatakan “faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo” diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

c. Uji F (Fisher)

Hasil uji F untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji F

Variabel	F hitung	Sig	F tabel	Nilai Batas
Faktor Sosial dan Pribadi	6.311	0.004	3.245	0.05

Sumber: Data Olahan SPSS 22

ANOVA atau Analisis Varian merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) untuk menguji signifikan pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini peran ANOVA adalah untuk menguji signifikan pengaruh faktor sosial dan pribadi secara bersama-sama terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0.05.

Dari output diperoleh F hitung sebesar 6.311 dan signifikan 0.004. F tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkat signifikan 0.05 dengan df 1 (jumlah variabel) atau $3 - 1 = 2$ dan df 2 ($n - k - 1$) atau $41 - 2 - 1 = 38$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh untuk f tabel sebesar 3.245 (*lampiran*).

Dengan hipotesis statistik sebagai berikut:

H_{03} = faktor sosial dan pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

H_{a3} = faktor sosial dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6.311 > 3.245$) dan signifikan < 0.05 ($0.004 < 0.05$), maka hasil membuktikan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, sehingga dapat dinyatakan H_{a3} yang menyatakan “***faktor sosial dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo***” diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan variabel faktor sosial dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

E. Pembahasan Penelitian

PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo merupakan salah satu lembaga keuangan yang menganut prinsip syariah dan mengelola sumber dana dengan system syariah yang didasari badan hukum Islam. BPRS ini melakukan pengumpulan dana dari masyarakat berupa tabungan dengan akad *murabahah* berjangka, kemudian menyalurkan dalam bentuk pembiayaan dengan jenis produk pembiayaan berupa pembiayaan *murabahah*, *mudharabah*, *ijarah*, *qard*, *multijasa*.

Pembiayaan *murabahah* merupakan akad jual beli dimana harga pokok ditambah keuntungan, jenis transaksi pembiayaan *murabahah* saat ini sangat dominan dijalankan oleh lembaga keuangan syariah. Salah satunya pada BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo yang dilihat dari data keuangannya pembiayaan *murabahah* sangat mendominasi dibandingkan dengan pembiayaan lainnya.

Keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Dalam penelitian penulis menggunakan faktor sosial dan pribadi untuk melihat apakah kedua faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah*.

Untuk menjawab dan membuktikan hipotesis terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan, yaitu dengan penyebaran angket kepada responden. Total jumlah angket yang disebarakan berjumlah 41 rangkap. Setelah seluruh data dan informasi berhasil dikumpulkan, proses klasifikasi hasil penyebaran angket dilakukan secara manual dengan bantuan program excel dan SPSS 22.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda karena variabel independen lebih dari satu. Analisis ini digunakan untuk memperkirakan atau mengitung variabel X_1 (faktor sosial) dan X_2 (faktor pribadi) yang mempengaruhi variabel Y (pembeayaan murabahah), setelah analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 14.343 + 0.058X_1 + 0.667X_2$ dimana setiap kenaikan faktor sosial sebesar 1 satuan maka akan dapat menaikkan pembiayaan murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo sebesar 0.058. Setiap faktor pribadi mengalami kenaikan 1 satuan maka akan meningkatkan pembiayaan murabahah sebesar 0.667. Tetapi, apabila tidak adanya ketiga faktor tersebut maka pembiayaan murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo akan sama dengan nilai konstan yaitu 14.343.

Teknik analisis selanjutnya yaitu analisis koefisien korelasi untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel independent (X) atau variabel bebas terhadap variabel dependen (Y) atau variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat atau tidak kuat. Setelah melakukan pengolahan data, nilai analisis koefisien korelasi yang terbentuk adalah sebesar 0.499. Karena koefisien korelasi yang diperoleh berada antara 0.400 – 1.000 maka hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa faktor sosial dan pribadi memiliki hubungan yang cukup kuat sebesar 0.499.

Dari seluruh perhitungan analisis di atas dapat dilihat bahwasanya faktor sosial dan pribadi mempunyai pengaruh terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan koefisien determinasi, 24,9% pembiayaan *murabahah* dipengaruhi oleh model yang dimasukan berupa faktor sosial dan pribadi dan 75.1%

dipengaruhi faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial dan pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

Untuk membuktikan pengaruh variabel independen (faktor sosial dan pribadi) terhadap variabel dependen (pembiayaan *murabahah*) secara parsial dilakukan pengujian t statistik. Uji t dilakukan dengan membandingkan thitung dengan t_{tabel} dengan nilai t_{tabel} sebesar 2.024. Dengan uraian sebagai berikut:

1. Variabel faktor sosial memiliki t_{hitung} sebesar 0.378 dengan taraf signifikan 0.708 di atas 0.05. dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0.378 < 2.024$). Maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak, sehingga dapat dinyatakan H_{01} yang menyatakan “*faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo*” diterima.

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Kelompok referensi yaitu kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Keluarga merupakan kelompok konsumen pembeli terpenting dalam masyarakat dan anggota keluarga membentuk kelompok referensi primer yang paling berpengaruh. Peran status, seseorang memilih produk yang menghubungkan antara peran dan status mereka dimasyarakat. E-Journa (Sujani, 2017: 193).

2. Variabel faktor pribadi memiliki t_{hitung} sebesar 3.536 dengan taraf signifikan 0.001 di bawah 0.05. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.536 > 2.024$). Maka H_{02} di tolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat dinyatakan H_{a2} yang menyatakan “*faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo*” diterima.

Faktor pribadi merupakan kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian dilakukan dengan tindakan. Faktor pribadi dipengaruhi oleh umur dan tahap daur-hidup

pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli bersangkutan. E-Journal (Rachmawati koesoemaningsih, 2013: 17).

3. Uji hipotesis terakhir yaitu uji F dengan menggunakan ANOVA atau Analisis Varian merupakan uji koefisien secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan *murabahah* dengan tingkat signifikan 0.05. Dari uji yang dilakukan diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6.311 > 3.245$) dan signifikan < 0.05 ($0.004 < 0.05$), maka hasil membuktikan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, sehingga dapat dinyatakan H_{a3} yang menyatakan ***“faktor sosial dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo”*** diterima (Duwi Priyatno, 2014: 157).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai “Prngaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo diperoleh :

1. Variabel X_1 adalah faktor sosial, dimana faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo, dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,378.
2. Variabel X_2 adalah faktor pribadi, dimana faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,536.
3. Variabel X_1 dan X_2 adalah faktor sosial dan pribadi secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo, dengan nilai f_{hitung} sebesar 6,311.

Selain itu, dari hasil pengujian hipotesis diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,499 artinya faktor sosial dan pribadi mempunyai hubungan yang cukup kuat terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo. Serta faktor sosial dan pribadi mempengaruhi pembiayaan *murabahah* sebesar 24.9% sedangkan sisanya 75.5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukan ke faktor ini. Sehingga faktor sosial dan pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo.

B. Implikasi Penelitian

Dalam hasil penelitian ini yaitu terbukti bahwa variabel faktor pribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *murabahah* di bandingkan dengan variabel faktor sosial, oleh karena itu alangkah lebih baiknya pihak BPRS Mentari Pasaman Saiyo untuk lebih memperhatikan lagi bagaimana untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan cara melihat segi faktor pribadi tersebut, dengan tidak

mengabaikan beberapa faktor-faktor lain yang akan mempengaruhi keputusan nasabah.

C. Saran

1. Mengingat faktor pribadi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi nasabah memilih produk pembiayaan *murabahah*, maka hal ini perlu diperhatikan dengan seksama oleh pihak manajemen PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo sehingga dapat memaksiamalakan pelayanan dan mutu kepada nasabah.
2. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menambahkan beberapa variabel baru yang belum digunakan di dalam model penelitian ini dan mencoba memperluas objek pembahasannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Antoni, M. s. 1999. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Yogyakarta: Ekonisia.
- _____. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. 2008. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Bugin, B. 2011. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu sosial Lainnya)*, Jakarta: Kencana.
- Data Pembiayaan Pada PT. BPR Syariah Mentari Pasaman Saiyo
- Djalal, N, dkk, 2005 *Penggunaan Teknik Ekonometri, ed Revisi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. 2010. *Analisis Data Penelitian Dengan Stasistik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Iska, S. 2012. *System Perbankan Syariah di Indonesia dalam Prespektif Fiqih Ekonomi*, Yogyakarta: Fajar Media Pres.
- Karim, A. A. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Komarudin. 1994. *Kamus Perbankan Edisi Baru*. Jakrta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Koesoemaningsih, R. 2013. *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi 13 (2)*.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia Edisi Ke-3*. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok GRAMEDIA.
- Laksmiana, Y. 2009. *Panduan Praktis Account Oficer Bank Syariah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Mercy. 2014. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap keputusan Pembelian Handphone Merk Nokia di Kota Padang* 2 (2): 174-182.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Muhammad, R. 2008. *Akutansi Keuangan Syariah dan Implementasi PSAK Syariah*. Yogyakarta: P3EI Pres.
- Nugroho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen (Prespektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen)*, Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, 2010
- Prasetijo, R dan Ihalaw, J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi OFFSET.
- Prayitno, D. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, Yogyakarta: ANDI.
- Ridwan. 2005. *Belajar Mudah Meneliti untuk Guru, Karyawan, Penelitian Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, V. 2008. *Islamic Financial Management Teori Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setiaji, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasara)*. Jakarta: Kencana.
- Siregar, S. 2010. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 2004
- Soemitra, A. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, H. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia edisi 2 Cetakan 1.
- Sukirno, S. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta.
- Sulistyo, J. 2010. *6 Hari Jago SPSS 17*, Yogyakarta: Cakrawala.

- Sunyoto, D. 2012. *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi*, Bandung: Alfabeta.
- Supriyono. 2015. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomart 2 (3)*
- Umar, H. 2002. *Research Method in Finance and Banking*, Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Wijaya, T. 2013, *Cepat Menguasai SPSS 19 Untuk Olah dan Interpretasi Data Penelitian dan Skripsi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- _2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiroso. 2005. *penghimpunan dana dan distribusi hasil* . jakarta: PT. Grasindo.