

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI NASABAH TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PRODUK PEMBIAYAAN
MURABAHAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
(Studi kasus pada BMT UMY)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor pribadi terhadap pengambilan keputusan nasabah pada produk pembiayaan murabahah di BMT UMY, faktor pribadi tersebut terdiri dari kebutuhan, pendapatan, pengetahuan dan persepsi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif yang mempunyai populasi seluruh nasabah pembiayaan murabahah di BMT UMY berjumlah 397 nasabah. Jumlah sampel yang ditentukan peneliti adalah 80 responden, dengan teknik sampling menggunakan metode random sampling . data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner.

Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan beberapa teknik uji, yaitu uji validas dengan melihat convergent validity dari nilai loading factor dan uji reliabilitas menggunakan composite reliability. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan SmartPLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua variabel faktor pribadi yang berpengaruh positif dan signifikan, yaitu kebutuhan dan pengetahuan, dan dua variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan, yaitu pendapatan dan persepsi terhadap pengambilan keputusan produk pembiayaan murabahah di BMT UMY. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah di BMT UMY adalah kebutuhan.

Kata kunci: Faktor Pribadi, Keputusan Nasabah, Pembiayaan *Murabahah*

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER PERSONAL FACTORS TOWARDS
THE DECISION MAKING OF *MURABAHAH* FINANCING PRODUCT
IN SHARIA FINANCIAL INSTITUTION
(Case Study in BMT UMY)**

ABSTRACT

The research aimed at finding out how the influence of personal factors on customer decision making on murabahah financing products in BMT UMY. The personal factors consisted of need, income, knowledge, and perception. This research uses descriptive method, with quantitative approach that has a population of all murabahah financing customers in BMT UMY amounted to 397 customers. The number of samples determined by researchers is 80 respondents, with sampling technique using random sampling method. The data used is primary data with data collection techniques that is questionnaire.

To test the validity of the data, the researcher uses several test techniques, namely validas test by looking at the convergent validity of loading factor value and reliability test using composite reliability. The data analysis used SmartPLS 3.

The result of the research showed that there were two variables of personal factors that had positive and significant influence. i.e need and knowledge, and the other two variables that did not have significant influence, i.e income and perception, towards the decision making of murabahah financing product in BMT UMY. The variable that dominantly influenced the customers' decision towards murabahah financing product in BMT UMY was need.

Keywords: Personal Factors, Customer Decision, *Murabahah* Financing