

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
BERDASARKAN KLASIFIKASI SEKTOR EKONOMI PEMBIAYAAN
MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Pada BMT Bina Ihsanul Fikri
Cabang Gamping)**

**THE EFFECT OF INTERNAL FACTORS ON CUSTOMER DECISIONS
BASED ON THE ECONOMIC SECTOR CLASSIFICATION OF FINANCING
IN SELECTING THE MUROBAHAH FUND (Study on BMT Bina Ihsanul Fikri
Gamping Branch)**

Tindy Amrih Ridhoni 20140730223

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Ring Road Barat, Tamantirto,
Kasihan, Bantul, DIY, 55184.
Email: tindyamrih@gmail.com
aqidah.asri@fai.umy.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, menguji hipotesis, dan menganalisis nilai signifikan pengaruh pengetahuan, pendapatan, persepsi, religiusitas, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada pembiayaan murabahah. Jenis penelitian yaitu kuantitatif dan jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel yaitu random sampling. Jumlah sampel yang digunakan 100 responden. Uji instrumen dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Dari hasil uji hipotesis variabel pendapatan dan persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan ketiga variabel yaitu pengetahuan, religiusitas, dan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ch. Asta Nugraha, Joko Riyanto, Imam Gozali pada tahun 2017 persepsi berpengaruh positif signifikan dan oleh Kurniati pada tahun 2012 pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Pengetahuan, Pendapatan, Persepsi, Religiusitas, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian*

Abstract

This research aims to find out, test hypotheses, and analyze the significant value of the influence of knowledge, income, perception, religiosity, and lifestyle on purchasing decisions on murabahah financing. The type of research is quantitative and the type of data used in this study was the primary and secondary data. The sampling technique used is random sampling. The number of samples used was 100 respondents in total of. The instrument of the test used in this study is multiple linear regression, classic assumption test, and hypothesis test. From the results of hypothesis testing, income and perception variables have a significant positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, the three variables namely knowledge, religiosity, and lifestyle have no significant effect on purchasing decisions. This result is strengthened by research

conducted by Ch. Asta Nugraha, Joko Riyanto, Imam Gozali in 2017 that the perception had a significant positive effect; and by Kurniati in 2012 that income had an effect on purchasing decisions.

Keywords: Knowledge, Income, Perception, Religiosity, Lifestyle, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Berdasarkan data pada bulan April 2014 diperoleh, wilayah perolehan pangsa pasar sebesar 4,88 persen atau sedikit menurun dari pangsa pada akhir 2013 sebesar 4,89 persen. Hal itu diikuti dengan penurunan laju pertumbuhan aset, akselerasi peningkatan pangsa perbankan menurun, bahkan kembali menurun. Data tersebut semakin membuktikan bahwa pangsa perbankan syariah harus lebih ditingkatkan lagi. (Ibid) Nasabah yang memilih perbankan syariah karena alasan religious hanya 20 persen. Untuk faktor lain karena alasan terpaksa, seperti mengikuti aturan tempat bekerja yang bekerja sama dengan bank syariah. (Ibid)

Tabel 1

Presentase Jumlah Nasabah

| Sektor Ekonomi Anggota No. | Sektor Ekonomi | Jumlah |
|---|---------------------------|---------------|
| 1 | Perdagangan | 64 % |
| 2 | Pertanian | 3 % |
| 3 | Industri | 3 % |
| 4 | Konsumtif | 5 % |
| 5 | Jasa | 19 % |
| 6 | Peternakan | 3 % |
| 7 | Perkebunan | 1 % |
| 8 | Kerajinan | 2 % |

Sumber : Profil BMT BIF 2014

Dari data yang ada bahwasanya jumlah anggota yang paling banyak adalah dari sektor perdagangan yakni mencapai 64 persen, urutan yang kedua adalah dari sektor jasa sebanyak 19 persen, urutan yang ketiga adalah sektor konsumtif sebanyak 5 persen, urutan keempat jumlahnya sama yakni dari sektor pertanian, industri dan peternakan sebanyak 3 persen, urutan kelima adalah dari sektor kerajinan sebanyak 2 persen dan urutan yang terakhir adalah dari sektor perkebunan sebanyak 1 persen.

Faktor pribadi, atau internal didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor psikologis seperti sikap dan kepercayaan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Faktor pribadi dalam pengambilan keputusan seorang pembeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, terdiri dari usia dan tahap daur-hidup pembeli, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pribadi pembeli.¹

Pengetahuan konsumen merupakan informasi yang dapat diperoleh konsumen seperti macam produk dan jasa dan semua yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut serta manfaat yang di dapat sebagai konsumen. Pengetahuan produk terdapat beberapa klasifikasi, misalnya; Pertama, pengetahuan tentang karakteristik atau ciri-ciri produk, Pengetahuan tentang kegunaan yang di dapat dari produk dan Pengetahuan tentang rasa puas yang diperoleh dari membeli produk sebagai konsumen. Kedua, Pengetahuan pembelian mengenai lokasi yang dapat dijangkau dan waktu yang tepat untuk membeli produk. Untuk menemukan kontak toko dapat melalui beberapa tahap berikut (mencari toko, pergi ke toko dan memasuki toko), kontak produk (mencari lokasi produk, mengambil dan membawa produk ke kasir), transaksi (membayar). Ketiga, Manfaat yang dapat diperoleh setelah menggunakan produk dalam jangka waktu yang lama sehingga timbul keinginan untuk membeli produk.

Pendapatan, upah serta gaji biasa disebut dengan *wages and salaries* merupakan *income* atau pendapatan dari rumah tangga sebagai pengembalian upah yang diterima terhadap penggunaan jasa sumber tenaga kerja yang digunakan dalam bentuk produk nasional (Soediyono, 1984). Pemerintah menyamakan antara pendapatan uang dan pendapatan riil. Pendapatan uang yaitu upah yang dapat diterima dalam bentuk rupiah atau mata uang. Sedangkan pendapatan riil yaitu upah yang diterima dalam bentuk barang atau jasa yang dibeli melalui pendapatan uang itu sendiri dapat juga berupa keuntungan seperti jaminan kerja, memperoleh tambahan pendapatan tambahan, bantuan pengiriman atau pengangkutan, makan siang, fasilitas perumahan, dan pengobatan (Sofyan, 1986).

Persepsi, menurut Kotler “Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi

¹Simammora, B. (2008). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti”. Terdapat dua faktor penentuan persepsi. Pembelajaran, meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar dari perilaku manusia merupakan hasil dari belajar. Keyakinan dan sikap, Menurut Kotler, “keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu”. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang terhadap objek atau gagasan tertentu.

Religiusitas, menjelaskan secara umum bahwa persepsi atau sudut pandang seseorang baik individu maupun kelompok untuk menyikapi tindakan dalam agama, selain itu sikap lebih luas individu maupun kelompok pada agama yang dianutnya. (Asraf, 2014) Pertama, dimensi keyakinan meliputi rasa percaya atau kuat terhadap agama yang dianutnya tentang kebenaran pandangan atau teori tersebut. Kedua dimensi ritual seperti kegiatan atau aktivitas keagamaan sesuai dengan norma atau aturan sehingga dapat menunjukkan komitmen pada agama yang dianutnya. Ketiga, dimensi pengalaman rohaniah seperti perasaan, sensasi atau percaya yang diperoleh dari (pengalaman batin) setelah seseorang melakukan aktifitas keagamaan. Keempat, dimensi pengetahuan agama mengenai pengetahuan dasar menjadi landasan utama yang harus dimiliki individu mengenai agamanya. Kelima, dimensi pengalaman atau konsekuensi akibat dari dimensi sebelumnya dalam kehidupan sehari-hari seperti akhlak, perilaku *tawaduk* (rendah hati), *fatanah*, *amanah*, *tasamuh* (toleran) dan *ta'awun* (suka menolong).

Gaya hidup, dari Kotler (2011) gaya hidup merupakan suatu tatanan dalam kehidupan seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opininya. Nasabah yang berasal dari tempat asal, subkultur, kelas sosial, ekonomi, dan pekerjaan yang sama tidak selalu mempunyai gaya hidup yang homogen atau sama dan memiliki gaya hidup yang berbeda. Terdapat tiga indikator perilaku konsumtif atau gaya hidup. Pertama pembelian secara impulsif. Pembelian barang yang hanya karena keinginan hasrat sementara secara tiba-tiba. Kedua pembelian secara tidak rasional. Pembelian yang dilakukan karena ego atau sifat emosional karena adanya factor luar atau ingin mengikuti orang lain. Ketiga pemborosan (*wasteful buying*). Pembelian mendahulukan keinginan yang mendadak daripada kebutuhan.

Keputusan pembelian, menurut Kotler (2005) menyatakan bahwa : “Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhandan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.”

Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti mengenai faktor internal yang terdiri dari indikator kebutuhan, pendapatan, pengetahuan, dan persepsi nasabah dalam pengambilan keputusan pemilihan produk pembiayaan, fokus pada produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Bina Ihsanul Fikri cabang Gamping.

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat serta nilai secara teoritis maupun praktis bagi manajemen BMT Bina Ihsanul Fikri, akademis, dan pembaca. Diharapkan BMT BIF Cabang Gamping dapat lebih mudah menjangkau nasabah dan dalam keputusan pengambilan kebijakan berikutnya dan masyarakat dapat lebih mudah dalam keputusan pembelian pembiayaan *murabahah*.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi yang digunakan adalah nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Bina Ihsanul Fikri sejumlah 36.352. Sampel yang digunakan sejumlah 100 responden, dengan metode *random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan interview. Sumber data yang dipakai terdiri dari data primer seperti kuesioner dan data sekunder dari literatur seperti buku, jurnal dan penelitian terdahulu. Untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. Melihat data mengalami bias atau tidak menggunakan uji asumsi klasik. Metode analisis data menggunakan aplikasi *SPSS 23*.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan teori yang digunakan, peneliti menduga hipotesis sebagai berikut:

H1 : Pendapatan(X1) secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk pembiayaan *murabahah* di BMT BIF Cabang Gamping.²

²Kurniati. (2012). Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* , Vol. II No. 2.

H2 : Religiusitas (X2) secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk pembiayaan *murabahah* di BMT BIF Cabang Gamping.³

H3 : Persepsi (X3) secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk pembiayaan *murabahah* di BMT BIF Cabang Gamping.⁴

H4 : Pengetahuan (X4) secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk pembiayaan *murabahah* di BMT BIF Cabang Gamping.⁵

H5 : Gaya hidup (X5) secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk pembiayaan *murabahah* di BMT BIF Cabang Gamping.⁶

1. Uji Reliabilitas

Tabel 2
Uji Reliabilitas Cronbach Alpha $\geq 0,5$

| Variabel | CronbachAlpha | Analisis |
|---------------------|---------------|----------|
| Keputusan Pembelian | ,557 | Reliabel |
| Pengetahuan | ,551 | Reliabel |
| Pendapatan | ,562 | Reliabel |
| Persepsi | ,573 | Reliabel |
| Religiusitas | ,506 | Reliabel |
| Gaya Hidup | ,559 | Reliabel |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Dapat dikatakan bahwa hasil reliabilitas dengan nilai *cronbach alpha* $> 0,5$ maka jawaban responden stabil dari waktu ke waktu.

³Huda, S. d. (2015). Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen* , Vol.3 No.3

⁴Ch. Asta Nugraha, J. R. (2017). Pengaruh Persepsi dan Nilai Nasabah Terhadap Tingkat Kepercayaan Bank Studi Pada BPR Syariah di Kota Semarang. *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen* , Vol. 32 No. 1.

⁵Yuliawan, E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* , Vol.1 NO.1.

⁶Andespa, R. (2017). Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah . *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* , Vol.2 No.2.

2. Uji Validitas

Tabel 3
Uji Validitas Y

| Variabel | Signifikansi | Analisis |
|----------|--------------|----------|
| Y1 | ,000 | Valid |
| Y2 | ,032 | Valid |
| Y3 | ,000 | Valid |
| Y4 | ,000 | Valid |
| Y5 | ,000 | Valid |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Dari uji tabel diatas dapat diperoleh nilai dari variabel dependen atau keputusan pembelian dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dapat dikatakan juga bahwa setiap rincian pertanyaan pada variabel keputusan pembelian terhadap pembiayaan *murabahah* dalam kuesioner adalah valid dan layak untuk dilanjutkan tahap penelitian berikutnya.

Tabel 4
Uji Validitas X1

| Variabel | Signifikansi | Analisis |
|----------|--------------|----------|
| X11 | ,000 | Valid |
| X12 | ,000 | Valid |
| X13 | ,000 | Valid |
| X14 | ,000 | Valid |
| X15 | ,000 | Valid |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Dapat dilihat tabel diatas diperoleh bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga setiap rincian pertanyaan dari variabel tersebut yaitu valid dan layak untuk dilanjutkan tahap penelitian berikutnya.

Tabel 5
Uji Validitas X2

| Variabel | Signifikansi | Analisis |
|----------|--------------|----------|
| X21 | ,000 | Valid |
| X22 | ,037 | Valid |
| X23 | ,000 | Valid |
| X24 | ,000 | Valid |

| | | |
|-----|------|-------|
| X25 | ,000 | Valid |
|-----|------|-------|

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Dari table yang tertera diatas dapat dikatakan bahwa variabel pendapatan (X2) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga setiap rincian pertanyaan dari variabel tersebut yaitu valid dan layak untuk dilanjutkan tahap penelitian berikutnya.

Tabel 6
Uji Validitas X3

| Variabel | Signifikansi | Analisis |
|----------|--------------|----------|
| X31 | ,000 | Valid |
| X32 | ,003 | Valid |
| X33 | ,000 | Valid |
| X34 | ,026 | Valid |
| X35 | ,000 | Valid |

Sumber; Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Membaca tabel diatas dapat diperoleh bahwa variabel persepsi (X3) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 kecuali pada variabel X34. Sehingga setiap rincian pertanyaan dari variabel tersebut yaitu valid dan layak untuk dilanjutkan tahap penelitian berikutnya.

Tabel 7
Uji Validitas X4

| Variabel | Signifikansi | Analisis |
|----------|--------------|----------|
| X41 | ,000 | Valid |
| X42 | ,000 | Valid |
| X43 | ,000 | Valid |
| X44 | ,000 | Valid |
| X45 | ,000 | Valid |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Perolehan table diatas dijelaskan bahwa variabel religiusitas (X4) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga setiap rincian pertanyaan dari variabel tersebut yaitu valid dan layak untuk dilanjutkan tahap penelitian berikutnya.

Tabel 8
Uji Validitas X5

| Variabel | Signifikansi | Analisis |
|----------|--------------|----------|
| X51 | ,000 | Valid |
| X52 | ,000 | Valid |
| X53 | ,000 | Valid |
| X54 | ,000 | Valid |
| X55 | ,000 | Valid |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh bahwa variabel gaya hidup (X5) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga setiap rincian pertanyaan dari variabel tersebut yaitu valid dan layak untuk dilanjutkan tahap penelitian berikutnya.

3. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 9
Uji Normalitas
One-SampleKolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,19863273 |
| MostExtremeDifferences | Absolute | ,063 |
| | Positive | ,063 |
| | Negative | -,042 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,063 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} |

a. Test distributionis Normal.

b. Calculatedfrom data.

c. LillieforsSignificanceCorrection.

d. Thisis a lowerbound of thetruesignificance.

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Dari hasil perolehan uji diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi KolmogorovSmirnov Z senilai 0,063 yang artinya nilai lebih besar dari $> 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa sampel dari populasi ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Tabel 10
Uji Multikolonieritas

| Variabel | Tolerance | VIF |
|----------|-----------|-------|
| X1 | ,828 | 1,207 |
| X2 | ,895 | 1,117 |
| X3 | ,871 | 1,148 |

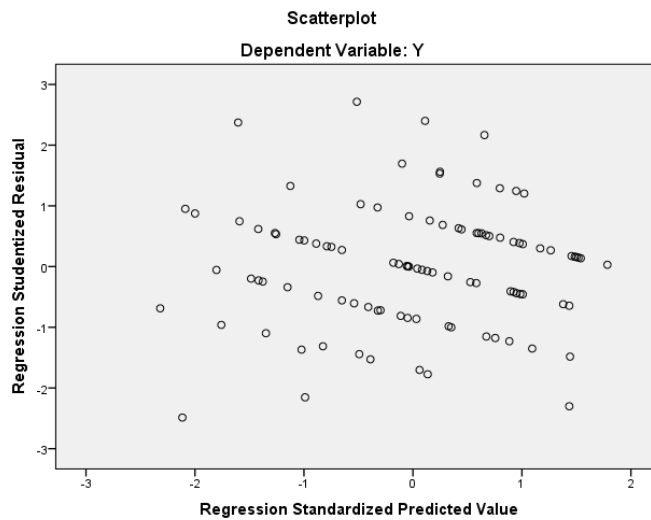
| | | |
|----|------|-------|
| X4 | ,815 | 1,226 |
| X5 | ,817 | 1,223 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan hasil regresi diatas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance dari ke empat variabel independen meemiliki nilai $> 0,1$ dan terdapat nilai VIF dari ke empat variabel independen < 10 , dapat disimpulkan bahwa hasil uji regresi tidak menemukan adanya multikolonieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 11
Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan hasil regresi dapat dilihat pada chartscatterplot bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas melainkan homokedastisitas.

d. Uji Linieritas

Tabel 12
Uji Linieritas Pengaruh Y terhadap X1

| Variabel | F Hitung | df |
|----------|----------|------|
| Y-X1 | 1,953 | 7.91 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah

Berdasarkan hasil uji linieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 1,953 diketahui df 7.91 dari tabel distribusi F_{0,05} ditemukan juga F

tabel yaitu 2,11 yang artinya $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel pengetahuan (X1) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 13
Uji Linieritas Pengaruh Y terhadap X2

| Variabel | F Hitung | df |
|----------|----------|------|
| Y-X2 | 1,487 | 3.95 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan hasil uji linieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 1,487 diketahui df 3.95 dari tabel distribusi F0,05 ditemukan juga F tabel yaitu 2,70 yang artinya $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel pendapatan (X2) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 14
Uji Linieritas Pengaruh Y terhadap X3

| Variabel | F Hitung | df |
|----------|----------|------|
| Y-X3 | 2,303 | 4.94 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan hasil uji linieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 2,303 diketahui df 4.94 dari tabel distribusi F0,05 ditemukan juga F tabel yaitu 2.47 yang artinya $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel persepsi (X3) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 15
Uji Linieritas Pengaruh Y terhadap X4

| Variabel | F Hitung | df |
|----------|----------|------|
| Y-X4 | 0,381 | 8.90 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan hasil uji linieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 0,381 diketahui df 8.90 dari tabel distribusi F0,05 ditemukan juga F tabel yaitu 2,04 yang artinya $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel religiusitas (X4) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 16
Uji Linieritas Pengaruh Y terhadap X5

| Variabel | F Hitung | df |
|----------|----------|-------|
| Y-X5 | 0,670 | 11.87 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan hasil uji linieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 0,641 diketahui df 11.87 dari tabel distribusi F0,05 ditemukan juga F tabel yaitu 1,90 yang artinya $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel gaya hidup (X5) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Didukung dengan nilai *Sig. Linierity* $0,029 < 0,05$ dan *Sig. Deviation from linierity* $0,763 > 0,05$ maka dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 17
Uji linier Berganda

| Variabel | B | Beta |
|----------|-------|-------|
| Constant | 6,996 | |
| X1 | -,015 | -,018 |
| X2 | ,226 | ,207 |
| X3 | ,304 | ,243 |
| X4 | ,056 | ,090 |
| X5 | ,045 | ,102 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan hasil output diatas didapatkan hasil regresi berikut ini :

$$Y = 6,996 - 0,15 X_1 + 0,226 X_2 + 0,304 X_3 + 0,056 X_4 + 0,045 X_5 + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta senilai = 6,996 yang artinya apabila nilai $X_1, X_2, X_3, X_4,$ dan $X_5 = 0$ maka $y = 6,996$
- b. Koefisien regresi pada variabel pengetahuan senilai -0,015. Artinya arah pengaruh berlawanan atau bertolak belakang, jika nilai koefisien dari hasil regresi memiliki nilai negatif berarti apabila variabel pengetahuan mengalami kenaikan satu maka variabel Y turun sebesar 0,15.

- c. Koefisien regresi pada variabel pendapatan senilai 0,226. Artinya mempunyai pengaruh searah, jika nilai koefisien dari hasil regresi memiliki nilai positif maka apabila variabel pendapatan mengalami kenaikan satu maka variabel Y naik sebesar 0,226.
- d. Koefisien regresi pada variabel persepsi senilai 0,304. Artinya pengaruh searah, jika nilai koefisien dari hasil regresi memiliki nilai positif maka apabila variabel persepsi mengalami kenaikan satu maka variabel Y naik sebesar 0,304.
- e. Koefisien regresi pada variabel religiusitas senilai 0,056. Artinya pengaruh searah, jika nilai koefisien dari hasil regresi memiliki nilai positif maka apabila variabel religiusitas mengalami kenaikan satu maka variabel Y naik sebesar 0,056.
- f. Koefisien regresi pada variabel gaya hidup senilai 0,045. Artinya mempunyai pengaruh searah, jika nilai koefisien dari hasil regresi memiliki nilai positif maka apabila variabel gaya hidup mengalami kenaikan satu maka variabel Y naik sebesar 0,045.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t_{test} (Uji Signifikansi Parsial)

Tabel 18
Uji t_{test}

| Variabel | B | T | Sig |
|----------|-------|-------|------|
| Constant | 6,996 | 2,705 | ,008 |
| X1 | -,015 | -,172 | ,864 |
| X2 | ,226 | 2,075 | ,041 |
| X3 | ,304 | 2,400 | ,018 |
| X4 | ,056 | ,861 | ,392 |
| X5 | ,045 | ,974 | ,333 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah

Berdasarkan hasil pengujian diatas maka dapat dijelaskan tingkat signifikansinya sebagai berikut:

- a. Melihat hasil analisis regresi yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar $-0,15 < t$ tabel 1,989 dan nilai signifikansi $0,864 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya

pengetahuan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

- b. Diperoleh hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $2,075 > t$ tabel $1,989$ dan nilai signifikansi $0,041 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang artinya pendapatan (X1) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian (Y).
- c. Dapat dijelaskan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $2,400 > t$ tabel $1,989$ dan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya persepsi (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- d. Dilihat dari hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $0,861 < t$ tabel $1,989$ dan nilai signifikansi $0,392 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_4 ditolak, yang artinya religiusitas (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- e. Melalui hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $0,974 < t$ tabel $1,989$ dan nilai signifikansi $0,333 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_5 ditolak, yang artinya gaya hidup (X1) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian (Y).

Kesimpulan dari hasil pengujian ini yang berarti bahwa hanya satu variabel yang berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap keputusan pembelian yaitu variabel pendapatan.

b. Uji F_{test} (Uji Signifikansi Simultan)

Tabel 19

Uji F_{test}

| df | F | Sig. |
|-----------|----------|-------------|
| 5,94 | 3,665 | 0,004 |

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat bahwa uji F pada tabel ANNOVA diperoleh nilai signifikansi $0,004$ yang artinya lebih kecil dari pada $0,05$ maka hipotesis nol ditolak, kesimpulanya variabel pengetahuan,

pendapatan, persepsi, religiusitas, dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 20
Uji Koefisien Determinan (R^2)
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,404 ^a | ,163 | ,119 | 1,230 |

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X1, X4

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil uji SPSS yang sudah diolah 2018

Dari hasil uji koefisien determinan dapat di lihat tabel di atas hasil nilai memperoleh ,119. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari variabel independen yaitu 11,9% sedangkan sisanya 88,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti kebutuhan yang lebih dominan karena pemilihan sampel terbanyak pada sektor perdagangan sebagai kebutuhan modal usaha. Alasan pemilihan pada Adjusted R Square karena memiliki tujuan untuk menggeneralisasikan populasi yang lebih luas dengan pengambilan random dari populasi yang ditetapkan memiliki subjek yang banyak dan terdapat variabel bebas yang lebih banyak.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pembiayaan *Murabahah*

Dari hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $-0,15 < t$ tabel 1,989 dan nilai signifikansi $0,864 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya pengetahuan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hipotesis pertama mengenai pengetahuan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pembiayaan *murabahah* ditolak. Hal ini didukung oleh data peneliti dilapangan. Pengetahuan merupakan pengenalan informasi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berikut hasil yang diperoleh dilapangan:

- 1) Pengetahuan nasabah mengenai pembiayaan *murabahah* yang kurang jelas dan hanya berdasarkan informasi orang.

- 2) Bahasa komunikasi dari pihak marketing yang menawarkan sulit dipahami dalam menjelaskan teknis sehingga nasabah susah untuk menerima informasi tersebut.
- 3) Serta tingkat pendidikan nasabah pembiayaan *murabahah* yang cukup rendah dengan mayoritas lulusan SMP 63 orang sehingga sulit memahami perihal teknis dalam pembiayaan *murabahah*.

2. Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pembiayaan *Murabahah*

Dari hasil uji t hitung sebesar $2,075 > t$ tabel $1,989$ dan nilai signifikansi $0,041 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang artinya pendapatan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini didukung dengan penelitian dilapangan, yaitu:

- 1) Tingkat tinggi dan rendahnya pendapatan uang atau upah bisa dilihat dari jenis profesi yang dijalani dan dapat mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk pembiayaan *murabahah*.
- 2) Pendapatan yang diterima nasabah lebih cenderung pada angka 1 juta – 2,5 juta yang berarti masuk kedalam kategori UMR pada sektor ekonomi menengah kebawah.
- 3) Dengan adanya pendapatan yang minimum maka dapat dilihat bahwa mayoritas nasabah berani melakukan pembiayaan *murabahah* untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan dikarenakan nilai pendapatan tidak dapat menutupi biaya tersebut.

3. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pembiayaan *Murabahah*

Dari hasil regresi uji t hitung sebesar $2,400 > t$ tabel $1,989$ dan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya persepsi (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini didukung dengan hasil penelitian dilapangan:

- 1) Dari pandangan nasabah pembiayaan *murabahah* mengenai mudahnya melakukan pembiayaan pada bank syariah termasuk dalam proses administrasi menjadi landasan mengapa minat cukup tinggi.

- 2) Mayoritas nasabah menjawab dikarenakan kemudahan dalam pencairan dana dan sistem angsuran yang bisa setiap hari sehingga lebih memudahkan dalam melakukan aktivitas pekerjaan terutama pada sektor ekonomi yang padat.
- 3) Berdasarkan respon positif dari nasabah lain juga menguatkan keputusan pembelian terhadap pembiayaan *murabahah*.

4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pembiayaan *Murabahah*

Hasil uji regresi menyatakan nilai t hitung sebesar $0,861 < t$ tabel $1,989$ dan nilai signifikansi $0,392 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_4 ditolak, yang artinya religiusitas (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini didukung hasil penelitian dilapangan:

- 1) Berdasarkan tingkat mayoritas nasabah beragama islam masih kurangnya tingkat keislaman atau pemahaman lebih dalam tentang syariat sehingga tidak mempengaruhi label agama pada bank syariah.
- 2) Pada sebagian nasabah membedakan pada urusan ekonomi maupun kegiatan bermasyarakat dengan agama atau biasa disebut dengan islam sekuler.

5. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pembiayaan *Murabahah*

Dapat diketahui melalui hasil regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $0,974 < t$ tabel $1,989$ dan nilai signifikansi $0,333 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_5 ditolak, yang artinya gaya hidup (X_1) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini didukung dengan hasil penelitian dilapangan:

- 1) Keputusan pembelian nasabah lebih didasarkan kepada karena faktor kebutuhan modal usaha dan pribadi tidak dengan keinginan untuk membeli diluar kebutuhan.
- 2) Untuk nasabah pada sektor jasa baik pegawai melakukan pembiayaan untuk memenuhi keinginan pembelian barang mahal. Diikuti dengan

kecukupan upah yang tidak memungkinkan untuk membeli barang sesuai dengan keinginan.

6. Klasifikasi Ekonomi

Pada sektor perdagangan variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan sebanding dengan mayoritas sampel digunakan pada sektor perdagangan yaitu sebesar 79% dari total 100% sektor ekonomi. Perputaran arus modal usaha yang dilakukan untuk pembelian pembiayaan *murabahah*, pendapatan yang diperoleh mempengaruhi besar nominal pembiayaan yang akan dilakukan oleh nasabah sektor perdagangan sebagai pemenuhan modal usaha. Pada variabel persepsi memiliki hubungan dengan sektor perdagangan dimana fokus penelitian pada wilayah pasar dengan tingkat nasabah paling banyak diikuti respons positif nasabah mengenai pembiayaan *murabahah* BMT BIF Cabang Gamping lebih menguatkan pandangan nasabah lain untuk melakukan pembiayaan *murabahah*. Sektor lain pada pengambilan sampel seperti pertanian, industri, peternakan, perkebunan, dan kerajinan dalam keputusan melakukan pembiayaan *murabahah* di dasari faktor kebutuhan pokok dan rumah tangga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil regresi atau pengujian dan analisis mengenai keputusan pembelian pada pembiayaan *murabahah* dengan menggunakan variabel pengetahuan, pendapatan, persepsi, religiusitas, dan gaya hidup dengan hasil uji t (uji parsial) sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembiayaan *murabahah*. Peneliti menyarankan agar pihak BMT BIF Cabang Gamping memperluas proses promosi tidak hanya dari pihak marketing namun melalui media massa seperti koran, web, majalah, dll. Agar dapat meningkatkan keinginan untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF Cabang Gamping.
2. Variabel pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembiayaan *murabahah*. Peneliti menyarankan agar

memberi peluang pada nasabah berpotensi dapat melakukan pembiayaan *murabahah* sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar yang ditetapkan.

3. Variabel persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembiayaan *murabahah*. Peneliti menyarankan agar memberikan pelayanan yang maksimal terhadap nasabah yang mengalami kesulitan administrasi seperti jaminan SK atau motor diganti dengan hasil panen atau ladang sehingga merasa terpuaskan dan memberikan respon positif kepada nasabah lain.
4. Variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembiayaan *murabahah*. Peneliti menyarankan agar memberikan arahan mengenai kesadaran beragama dalam bermuamalah sehingga menjadi lebih berkah.
5. Variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembiayaan *murabahah*. Peneliti menyarankan agar memberikan kemudahan pada nasabah yang melakukan pembiayaan karena keinginan diluar kebutuhan pokok atau tersier seperti mobil, motor, dan perniagaan karena nominal yang besar sehingga dapat memberi kelancaran target.

DAFTAR PUSTAKA

- Simammora, B. (2008). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ch. Asta Nugraha, J. R. (2017). Pengaruh Persepsi dan Nilai Nasabah Terhadap Tingkat Kepercayaan Bank Studi Pada BPR Syariah di Kota Semarang. *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen* , Vol. 32 No. 1.
- Huda, S. d. (2015). Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen* , Vol.3 No.3.
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah . *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* , Vol.2 No.2.

Kurniati. (2012). Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* , Vol. II No. 2.

Yuliawan, E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* , Vol.1 N0.1.

LAMPIRAN

Kuesioner

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Umur :
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan Terakhir :
6. Pendapatan Per-bulan :
 - a. < Rp. 1.000.000
 - b. Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.500.000
 - c. Rp. 2.500.000 s.d Rp. 5.000.000
 - d. Rp. 5.000.000 s.d Rp. 10.000.000
 - e. > Rp. 10.000.000
7. Apakah anda adalah nasabah dari Bank Konvensional, Koperasi, atau Lembaga Keuangan Konvensional lainnya?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Apabila Ya namanya.....

8. Apakah anda adalah nasabah dari Bank Syariah, BMT, maupun Lembaga Keuangan Syariah lainnya?

- a. Ya
- b. Tidak

Apabila Ya namanya.....

II. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pembiayaan *murabahah* di BMT BIF Cabang Gamping

Untuk menjawab beberapa pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kotak yang tersedia sebagai jawaban anda:

Keterangan:

SS = Sangat Setuju Skor = 4

S = Setuju Skor = 3

TS = Tidak Setuju Skor = 2

STS = Sangat Tidak Setuju Skor = 1

A. Pengetahuan

| No | Pernyataan | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|----|---|---------------|--------|--------------|---------------------|
| 1 | Saya mengetahui dan paham tentang pembiayaan <i>murabahah</i> di bank Syariah. | | | | |
| 2 | Saya setuju dan mengerti tentang potongan angsuran untuk bank syariah. | | | | |
| 3 | Penjelasan dari pihak marketing mudah dimengerti sehingga menambah pengetahuan mengenai pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 4 | Saya mengetahui waktu yang tepat membeli kebutuhan dengan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 5 | Pemahaman mengenai proses angsuran mudah dimengerti mempengaruhi melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
|---|--|--|--|--|--|

B. Pendapatan

| No | Pernyataan | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|----|---|---------------|--------|--------------|---------------------|
| 1 | Besarnya pendapatan gaji mempengaruhi besarnya pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 2 | Pendapatan dari usaha lain mempengaruhi besarnya pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 3 | Potongan dari pendapatan gaji mempengaruhi besarnya pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 4 | Pendapatan yang naik turun mempengaruhi besarnya pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 5 | Mendapatkan fasilitas pekerjaan seperti jaminan kerja dan pengobatan dapat meringankan kebutuhan dengan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |

C. Persepsi

| No | Pernyataan | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|----|--|---------------|--------|--------------|---------------------|
| 1 | Menurut saya pembiayaan <i>murabahah</i> bank syariah sudah sesuai dengan ketentuan syariah. | | | | |
| 2 | Menurut saya penawaran yang dilakukan mudah dimengerti dan menjelaskan secara detail produk pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 3 | Dari tanggapan positif nasabah lain mengenai pembiayaan <i>murabahah</i> semakin menguatkan pandangan saya untuk melakukan pembiayaan. | | | | |

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|
| 4 | Saya merasa aman dengan adanya OJK sebagai badan hukum yang mengawasi bank syariah. | | | | |
| 5 | Memilih bank syariah karena lebih ringan dalam angsuran tiap hari. | | | | |

D. Religiusitas

| No | Pernyataan | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|----|---|---------------|--------|--------------|---------------------|
| 1 | Keyakinan atau aqidah agama islam yang sama menjadi pertimbangan memilih pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 2 | Ketaatan dan kepatuhan agama mendasari komitmen saya terhadap <i>syariat</i> termasuk memilih pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 3 | Kegiatan ekonomi atau <i>muamalah</i> untuk ukhuwah sesama muslim mendasari melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 4 | Kegiatan usaha yang halal atau sesuai dengan <i>syariat</i> menjadi alasan memilih pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 5 | Saya melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> yang sesuai dengan <i>syariat</i> agar mendapatkan keberkahan. | | | | |

E. Gaya Hidup

| No | Pernyataan | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|----|--|---------------|--------|--------------|---------------------|
| 1 | Pembelian barang karena keinginan atau hasrat mempengaruhi untuk melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 2 | Pembelian barang karena ingin mengikuti orang lain atau tampil beda mempengaruhi melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 3 | Kenginan terhadap barang baru mempengaruhi melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 4 | Barang populer (Trendsetter) yang sedang terjadi dapat mempengaruhi melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 5 | Terkenalnya sebuah produk mempengaruhi melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |

F. Keputusan Pembelian Produk Bank Syariah

| No | Pernyataan | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|----|--|---------------|--------|--------------|---------------------|
| 1 | Saya melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> untuk memenuhi kebutuhan modal usaha. | | | | |
| 2 | Adanya kebutuhan modal usaha mendesak menjadi alasan melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 3 | Setelah melakukan peninjauan dan rekomendasi saya merasa tepat melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 4 | Saya memiliki kebutuhan modal usahayang banyak sehingga menjadi alasan melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> . | | | | |
| 5 | Setelah kebutuhan modal usaha saya terpenuhi dengan adanya pembiayaan <i>murabahah</i> saya akan melakukannya kembali. | | | | |