

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL BUDAYA,  
PSIKOLOGIS, DAN PRIBADI TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH  
PEMBIAYAAN MUDHARABA PADA BANK  
MUAMALAT KCP KOTA BUMI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Oleh:  
RIZKA DWI ARYANTI  
NPM: 1851020274**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2022**

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL BUDAYA,  
PSIKOLOGIS, DAN PRIBADI TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH  
PEMBIAYAAN MUDHARABA PADA BANK  
MUAMALAT KCP KOTA BUMI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Oleh:  
RIZKA DWI ARYANTI  
NPM: 1851020274**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing Akademik I : Dr.Syamsul Hilal, S.Ag.,  
Pembimbing Akademik II: Weny Rosilawati S.E., M.M.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat yang mempengaruhi sosial budaya, psikologis dan pribadi. Sebagai pertimbangan untuk melakukan pembiayaan mudharabah masyarakat memerlukan modal untuk membuka suatu usaha dan membutuhkan modal untuk melanjutkan usahanya. Dalam hal ini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui pembiayaan mudharabah sehingga masih kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang adanya pembiayaan mudharabah.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi. Teknik sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *accidental sampling* melalui perhitungan rumus sovlin dan diperoleh 67 responden. Data yang di olah adalah data primer melalui penyebaran kuesioner kepada 67 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi yang melakukan pembiayaan mudharabah.

Hasil menunjukkan bahwa variabel Sosial Budaya tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil pada Variabel kedua menunjukkan bahwa variable Psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Selanjutnya variabel pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan pada variabel sosial budaya, psikologis, dan pribadi secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Maka disimpulkan bahwa H1 ditolak dan H2, H3 diterima.

**Kata Kunci: Sosial Budaya, Psikologis, dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah**

## **ABSTRACT**

*This study aims to describe customer decisions in choosing mudharabah financing at Bank Muamalat that effect socio-cultural, psychological and personal. As a consideration for doing mudharabah financing, people need capital to open a business and need capital to continue their business. In this case, there are still many people who do not know about mudharabah financing, so there is still a lack of understanding and knowledge about the existence of mudharabah financing.*

*This research was conducted using a quantitative approach with a descriptive research nature. The population in this study were customers who did mudharabah financing at Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi. The sample technique in this research is using accidental sampling technique through the calculation of the Sovlin formula and obtained 67 respondents. The data that is processed is primary data through the distribution of questionnaires to 67 customers of Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi who perform mudharabah financing.*

*The results show that the socio-cultural variable has no positive and insignificant effect on customer decisions. The results of the second variable indicate that the psychological variable has a positive and significant effect on customer decisions. Furthermore, personal variables have a positive and significant effect on customer decisions. And the socio-cultural, psychological, and personal variables simultaneously have a significant and significant effect on customer decisions. Then it is concluded that H1 is rejected and H2, H3 is accepted.*

***Keyword: Socio-Cultural, Psychological, and Personal To Customer Decisions***



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

**PERSETUJUAN**

**Judul** : Analisis Pengaruh Sosial Budaya, Psikologis, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi

**Nama Mahasiswa** : Rizka Dwi Aryanti

**NPM** : 1851020274

**Jurusan** : Perbankan Syariah

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk Di Munaqasyahkan dan Dipertahankan Dalam Sidang Munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag**  
NIP. 196909272001121001

**Pembimbing II**

**Weny Rosilawati S.E., M.M**  
NIP. 198008012003121001

Mengetahui,  
**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.Ak**  
NIP. 198308152006042004



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎(0721) 703260**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Sosial Budaya, Psikologis, dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi “** disusun oleh **Rizka Dwi Aryanti, NPM: 1851020274**, Program Studi: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada Hari/Tanggal: Selasa, 20 September 2022.

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Vitria Susanti, M.A., M.Ec.Dev** (.....) 

**Sekretaris : Raizky Rienaldy Pramasha, M.E** (.....) 

**Penguji I : Adib Fachri, M.E.Sy** (.....) 

**Penguji II : Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag** (.....) 

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Dufus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA**  
**NIP. 197009262008011008**



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp.  
(0721) 703289 Bandar Lampung

### SURAT PERNYATAAN

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Dwi Aryanti

NPM : 1851020274

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul ANALISIS PENGARUH SOSIAL BUDAYA, PSIKOLOGIS, DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MUDHARABAH PADA BANK MUAMALAT KCP KOTA BUMI, benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut di dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam penelitian ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung, 19 Juli 2022

Penyusun



**RIZKA DWI ARYANTI**

**1851020274**

**MOTTO**

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

*“Sesungguhnya Allah Tidak mengubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (Ar-Ra’d 13 : 11)*





## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT. Atas segala nikmat-Nya sehingga penulis mampu menyajikan hasil penelitian yang semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Dengan lafal *Bismillah* dan rasa syukur serta kerendahan hati, penulis persembahkan hasil ini kepada:

1. Kedua orang tua hebat dalam hidup saya. Ibu tersayang, Ibu Sahronah yang telah mengajarkan arti dari bahu yang kuat, doa yang tiada henti engkau langitkan menjadi usaha yang saya jalani menjadi mudah untuk sampai pada titik ini. Bapak tersayang, bapak Koswara laki-laki yang mengajarkan saya bagaimana menjadi manusia yang sabar dan kuat, serta selalu memberikan dukungan yang cukup banyak untuk semua yang saya lakukan sampai pada saat ini. Restu keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mudah dan menjadi mungkin. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian langitkan untuk saya.
2. Kakak laki-laki saya satu-satunya, Rizki Ariansyah yang telah menikah dengan kakak ipar perempuan saya Yusna Putri Hanidah dan adik laki-laki saya Raffasyah Hafizh Syauqi. Yang telah ada dan memberikan energi positif sehingga menambah semangat saya dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat saya Fifi Fitriani, Mark, dan Jaemin, yang telah tuhan hadirkan ketiganya untuk menjadi salah satu tokoh penting dalam perjalanan hidup saya. Terima kasih telah hidup dan memberi tawa.
4. Teman-teman saya Raisya, Sekar, Anisa Mughnie, Rya Ristia, Afrinda, Bithian, Icak, yang saling memberikan dukungan dan doa agar bisa wisuda bersama.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Rizka Dwi Aryanti, dilahirkan di Cisarua pada tanggal 10 Februari 2000. Penulis merupakan anak kedua dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Koswara dan Ibu Sahronah. Berikut riwayat pendidikan yang telah diselesaikan penulis:

1. Taman Kanak-kanak (TK) Al-Azhar 08, Merak Batin, Natar. Lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2006.
2. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 3 Banjarejo, Merak Batin, Natar. Lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2012.
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Budi Karya Natar. Lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2015.
4. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Natar. Lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2018.
5. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2018.



## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi maha penyayang. Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk, sehingga skripsi ini dengan judul Analisis Pengaruh Sosial Budaya, Psikologis, dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Muamalat KCP Kota Bumi. Dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat menyelesaikan Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Shalawat serta salam dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. tulus Suyanto S.E.,M.M,Akt.,C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Any Eliza, S.E.,M.Ak selaku ketua jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa memberikan arahan dan kemudahan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr.Syamsul Hilal, S.Ag, selaku Pembimbing Akademik I yang dengan tulus meluangkan waktunya dan mencurahkan pemikiran untuk membimbing, mengarahkan penulis dan juga memberikan motivasi sehingga terselesaikannya skripsi dengan baik dan benar.
4. Weny Rosilawati, M.M, selaku Pembimbing Akademik II yang dengan tulus meluangkan waktunya dan mencurahkan pemikiran untuk membimbing, mengarahkan penulis dan juga

memberikan motivasi sehingga terselesaikannya skripsi dengan baik dan benar.

5. Bapak dan Ibu dosen selaku guru yang amat berjasa bagi penulis baik dalam memberikan ilmu, karakter juga perubahan pola pikir dan sudut pandang.
6. Seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang turut berperan dalam penyelesaian studi penulis.
7. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan banyak referensi untuk memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan, Syifa, Dhea, Reka, Salma, Aulia, Selvi, serta teman-teman kelas F Perbankan Syariah lainnya yang turut berperan dalam penyelesaian studi penulis.
9. Seluruh sahabat dan semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT. Selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada Orang Tua, Bapak dan Ibu dosen, Sahabat dan seluruh pihak yang terlibat. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Hal ini tidak lain karena keterbatasan kemampuan, waktu, dan biaya yang dimiliki. Untuk itu kiranya para pembaca dapat memberikan kritik, saran dan masukan yang membangun guna melengkapi tulisan ini dan menjadikannya lebih banyak lagi.

Bandar Lampung, 12 Juli 2022  
Penulis

**Rizka Dwi Aryanti**  
**1851020274**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Indetifikasi dan Batasan Masalah .....	14
D. Rumusan Masalah .....	15
E. Tujuan Penelitian.....	15
F. Manfaat Penelitian.....	16
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	16
H. Sistematika Penulisan.....	20
 <b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS</b>	
A. Tinjauan Pustaka .....	22
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2. Pengaruh Yang Mendasari Perilaku Konsumen .....	23
3. Model Perilaku Konsumen .....	27
4. Keputusan Nasabah .....	28
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah.....	31
6. Pengertian Pembiayaan .....	34

7. Fungsi Dan Tujuan Pembiayaan .....	34
8. Indikator Pembiayaan .....	35
9. Pengertian Pembiayaan Muhdrabah.....	38
B. Pengajuan Hipotesis .....	40
1. Hipotesis.....	40
2. Kerangka Berfikir.....	44

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Metode Penelitian.....	45
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
C. Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	45
D. Populasi Dan Sampel.....	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	46
E. Definisi Operasional Variabel .....	47
F. Instrumen Penelitian .....	49
G. Teknik Pengumpulan Data .....	49
1. Kuesioner .....	49
2. Alat Ukur.....	50
H. Metode Analisis Data .....	50
1. Uji Validitas .....	50
2. Uji reabilitas .....	50
3. Uji Asumsi Klasik .....	51
a. Uji Normalitas .....	51
b. Uji Multikolinearitas .....	51
c. Uji Heteroskedastisitas .....	52
4. Uji Reresi Linier Berganda.....	52
5. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji Koefisien determinasi .....	53
b. Uji F .....	53
c. Uji T .....	54
I. Alat Analisa.....	55

## BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi data.....	56
1.	Karakteristik Responden.....	56
2.	Analisis Deskriptif.....	58
a.	Tanggapan Responden Terhadap Sosial Budaya .....	61
b.	Tanggapan Responden Terhadap Psikologis .....	62
c.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pribadi .....	63
d.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah.....	65
3.	Uji Instrumen Penelitian.....	66
a.	Uji Validitas .....	66
b.	Uji Reliabilitas.....	67
4.	Uji Asumsi Klasik .....	68
a.	Uji normalitas .....	68
b.	Uji Multikolinearitas .....	69
c.	Uji Heteroskedastisitas .....	70
5.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	71
6.	Uji Statistik.....	73
a.	Uji T .....	73
b.	Uji F .....	75
c.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
B.	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	77
1.	Pengaruh Sosial Budaya Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah .....	77
2.	Pengaruh Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah .....	79
3.	Pengaruh Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah .....	81
4.	Pengaruh Sosial Budaya, Psikologis, dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah .....	83

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan ..... 86  
B. Saran ..... 87

**DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Pembiayaan Mudharabah Pada Perbankan Syariah yang ada di Indonesia .....	5
1.2 Jumlah Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Muamalat Indonesia ....	7
1.3 Jumlah Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi .....	8
1.4 Jumlah Nasabah Pengguna Produk Pembiayaan Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi .....	9
3.1 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian .....	48
4.1 Jenis Kelamin Responden.....	57
4.2 Usia Responden.....	57
4.3 Pekerjaan Responden .....	58
4.4 Hasil Analisis Deskriptif .....	59
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial Budaya.....	61
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Psikologis .....	62
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pribadi .....	64
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah .....	65
4.9 Hasil Uji Validitas .....	66
4.10 Hasil Uji Reabilitas .....	68
4.11 Hasil Uji Normalitas .....	69
4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
4.13 Hasil Uji HETerokedastisitas .....	71
4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	72
4.15 Hasil Uji T.....	73
4.16 Hasil Uji F.....	75
4.17 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Kerangka Berfikir.....	44
------------------------	----



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	Surat Pra Riset
Lampiran II	Surat Telah Melaksanakan Riset
Lampiran III	Surat Keterangan Lulus Turnitin
Lampiran IV	Kuesioner
Lampiran V	Tabulasi Data 67 Responden
Lampiran VI	Hasil Analisis Deskriptif
Lampiran VII	Hasil Output SPSS Uji Validitas
Lampiran VIII	Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas
Lampiran IX	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran X	Hasil Output Regresi Linear Berganda
Lampiran XI	Dokumentasi Foto



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Sebagai rancangan awal guna mendapatkan gambaran yang jelas serta memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu adanya penjelasan terhadap penegasan arti dari istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah **“Analisis Pengaruh Sosial Budaya, Psikologis, dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi”**. Maka ditegaskan lah hal-hal yang terkandung dalam judul tersebut:

#### 1. Analisis

Analisis penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Dan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.<sup>1</sup>

#### 2. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>2</sup>

#### 3. Sosial budaya

Sosial budaya adalah suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan,

---

<sup>1</sup>Ebta setiawan, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, KBBI.web.id, 2012-2021, <https://kbbi.web.id/analisis>

<sup>2</sup>Ebta setiawan, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, KBBI.web.id, 2012-2021, <https://kbbi.web.id/pengaruh>

hukum adat istiadat, dan kemampuan yang lain kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat.<sup>3</sup>

#### 4. Psikologis

Psikologis adalah ilmu pengetahuan mengenai perilaku manusia baik sebagai individu maupun dalam hubungannya dengan lingkungannya dan juga menyelidiki terhadap organisme dalam segala ragam dan kerumitannya ketika mereaksi arus dan perubahan alam sekitar dan peristiwa-peristiwa kemasyarakatan yang mengubah lingkungan.<sup>4</sup>

#### 5. Pribadi

Secara etomologi, kepribadian berasal dari kata “pribadi” yang berarti manusia sebagai perseorangan, keseluruhan sifat yang merupakan watak manusia, keadaan manusia sebagai perseorangan. Kepribadian adalah cirri atau karakteristik atau gaya atau sifat khas dari diri seseorang yang bersumber dari lingkungan, misalnya keluarga dan juga bawaan seseorang sejak lahir.<sup>5</sup>

#### 6. Keputusan nasabah

Keputusan nasabah adalah pilihan dari dua atau lebih dari kemungkinan yang terjadi. Dan proses memilih suatu alternative cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi serta suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternative sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Sihotang Amri P, “*Ilmu Sosial Budaya Dasar*”, (Semarang: Semarang University Press, Cetakan Ke-1, 2008). 12.

<sup>4</sup> Nurliani, “Studi Psikologi Pendidikan”, *Jurnal As-Salam*, Vol. 1, No. 2, (2016). 40.

<sup>5</sup> Elihami, dan Abdullah Syahid, “Penerapan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter Pribadi Yang Islami”, *Jurnal Edumapsul*, Vol. 2, No. 1, (2018). 85.

<sup>6</sup> Rokhmat Subagiyo, “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Di Bmt Sahara Tulung Agung”, *Jurnal Malia*, Vol. 8, No. 1, (2016). 11.

#### 7. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah adalah kerja sama antara bank sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan nasabah sebagai pengelola (mudharib). Kedua pihak sepakat membagi keuntungan dan risiko sesuai dengan kontribusinya.<sup>7</sup>

#### 8. Bank Muamalat Indonesia

Bank muamalat Indonesia adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah islam dalam menjalankan operasionalnya. Sejak tahun 1994, bank ini sudah menjadi bank devisa, produk pendanaannya menggunakan sistem wadiah (titipan), dan mudharabah (bagi hasil).<sup>8</sup>

### **B. Latar Belakang Masalah**

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

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. Prinsip lembaga keuangan syariah dan konvensional memiliki

---

<sup>7</sup> Darsono, “*Perbankan Syariah di Indonesia*”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017). 66.

<sup>8</sup> Yoga Tri Priyanto, “Profil Bank Muamalat Indonesia,” 2019, <https://m.merdeka.com/bank-muamalat/profil/>, (diakses pada tanggal 25-02-2022, 7:40).

prinsip yang berbeda pada bank syariah tidak terdapat prinsip kontrak berdasarkan bunga serta memiliki penawaran produk yang berbeda dengan konvensional. Berdasarkan tujuan penggunaannya bank syariah dalam menyalurkan dananya kepada masyarakat dan bentuk pembiayaan dibagi menjadi empat kategori: pembiayaan dengan prinsip jual beli (*Murabahah, salam, istishna*), pembiayaan dengan prinsip sewa (*Ijarah*), pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*Musyarakah, mudharabah*), dan pembiayaan akad lengkap (*hiwalah, rahn, qardh, wakalah kafalah*). Perbedaan prinsip ini lah yang menjadi salah satu faktor yang mendorong nasabah tertarik untuk menggunakan jasa bank syariah dalam kegiatan keuangannya bunga.<sup>9</sup>

Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah adalah melalui pembiayaan mudharabah, yang dimaksud dengan pembiayaan mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan 100% modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola.<sup>10</sup>

Tingkatan paling penting dalam proses pembiayaan adalah menentukan untuk 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 akan 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.

---

<sup>9</sup> Rama Wardeni, "Pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap pembiayaan murabahah pada PT.BPRS Syariah Mandri Pasaman Saiyo", (Disertasi IAIN Batu Sangkar, 2019). 3-4.

<sup>10</sup> Rohman Ambo Masse, "konsep mudharabah, antara kajian fiqh dan penerpan perbankan", *Jurnal hukum dictum*, Vol. 8, No. 1, (2010). 78.

Implementasi pembiayaan mudharabah bank syariah memposisikan diri sebagai mitra kerja yaitu sebagai penyedia dana untuk memenuhi kebutuhan modal nasabah, sedangkan hasil keuntungan akan dibagikan dengan porsi bagi hasil yang telah disepakati bersama. Bila terjadi kerugian maka kerugian dalam bentuk uang akan ditanggung oleh pihak bank muamalat Indonesia, sedangkan nasabah akan menanggung kerugian dalam bentuk kehilangan usaha, nama baik dan waktu.<sup>11</sup>

Pembiayaan mudharabah tidak menjadi pembiayaan utama diantara pembiayaan yang lainnya karena dalam perkembangan transaksi pembiayaan oleh bank syariah di Indonesia lebih mengandalkan skema pembiayaan murabahah dibandingkan dengan mudharabah karena permasalahan dalam tingginya resiko kerugian pada akad mudharabah dengan alasan bahwa bank syariah dalam merealisasikan sistem bagi hasil, ternyata tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam sistem perbankan syariah yang menginginkan pihak bank mempunyai hak untuk turut menanggung beban resiko pembiayaan tersebut. Sehingga hal ini dapat didasarkan pada data jumlah pembiayaan mudharabah pada perbankan syariah yang ada di Indonesia pada tahun 2018-2021:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pembiayaan Mudharabah Pada Perbankan**  
**Syariah Yang Ada Di Indonesia Pada Tahun 2017-2021 (dalam**  
**jutaan rupiah)**

No.	Nama Bank	2017	2018	2019	2020	2021
1	BSI	8.058	4.848	5.102	56.019	56.275
2	Bank Muamalat	4.128	4.375	7.565	5.768	5.261
3	BCA Syariah	2.225	3.331	4.906	4.044.	3.505
4	Bukopin Syariah	389.601	108.864	91.409	76.011	313.172
5	Panin Dubai Syariah	533.090	210.003	358.886	336.258	250.223

Sumber: *Laporan Tahunan Masing-masing Bank Syariah Kuartil ke-IV 2021, data diolah*

---

<sup>11</sup> Rama Wardeni, Op.cit. 5



Berdasarkan tabel 1.1 diatas total pembiayaan mudharabah di perbankan syariah yang ada di Indonesia perkuatil ke-IV terlihat bahwa bank mumalat Indonesia yang memiliki jumlah pembiyaaan mudharabah terbesar kedua setelah bank syariah Indonesia. Bank mumalat Indonesia memiliki pembiayaan terbesar pada tahun 2019 sebesar Rp. 7.565.140, dan mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar Rp. 5.768.090. dan 2021 sebesar Rp. 5.261.400. Sedangkan pada bank syariah Indonesia yang awalnya memiliki jumlah pembiayaan mudharabah yang kecil pada tahun 2018 dan 2019 kini memiliki jumlah pembiayaan mudharabah terbesar pada tahun 2020 sebesar Rp. 56.019.515 dan pada tahun 2021 sebesar Rp. 56.275.52. Sejak adanya merger pada ketiga bank syariah yaitu bank BNI syariah, BRI syariah, dan Mandiri syariah menjadi bank syariah Indonesia yang memiliki jumlah pembiayaan mudharabah lebih besar dibandingkan bank mumalat Indonesia. Menjadikan bank muamalat Indonesia mengalami penurunan dalam jumlah pembiayaan yang dimiliki serta kurangnya pemegang saham memberikan dukungan penambahan modal akibat kesulitan dalam permodalan ditengah kondisi tingginya *non performing financing* (NPF) atau pendanaan bermasalah (kredit macet), sehingga bank mumalat Indonesia mengalami penurunan dan memiliki resiko kebangkrutan.

Dengan adanya perkembangan pembiayaan mudharabah pada perbankan syariah dinilai baik karena pada pembiayaan mudharabah ini walaupun tidak menjadi pembiayaan utama pada bank syariah tetapi jenis pembiayaan ini masih digunakan diberbagai bank syariah lainnya. Namun pada penelitian ini penulis akan meneliti perkembangan pembiayaan mudharabah dari salah satu bank syariah yaitu bank mumalat Indonesia. Bank mumalat dipilih sebagai objek penelitian ini karena bank muamalat merupakan bank syariah pertama yang berdiri di Indonesia dan menjadi pelopor pertama dalam perkembangan serta kemunculan perbankan syariah lainnya yang sudah termasuk Bank Devisa. Bank muamalat Indonesia telah memulai perjalanannya sejak 1 November 1991 pemerintah Indonesia, mulai beroperasi pada tahun 1992, yang didukung oleh cendikiawan muslim dan pengusaha, serta masyarakat luas. Pada tahun 1994, telah menjadi bank devisa. Produk pendanaan yang

digunakan salah satunya adalah dalam kegiatan operasionalnya menerapkan prinsip bagi hasil atau pembiayaan mudharabah.<sup>12</sup> Untuk sampai pada saat ini total pembiayaan mudharabah beberapa tahun terakhir kinerja bank muamalat Indonesia tidak stabil. Hal ini dapat dilihat berdasarkan laporan ikhtisar keuangan bank muamalat Indonesia tahun 2018-2021:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Muamalat Indonesia**  
**(periode kuartil ke-IV tahun 2017-2021)**

<b>Tahun</b>	<b>Pembiayaan Mudharabah</b>
2017	737.156
2018	437.590
2019	756.514
2020	620.075
2021	526.140

*Sumber: Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia Tahun 2018-2021*

Berdasarkan tabel 1.2 pertumbuhan bank muamalat Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami perubahan penawaran dan permintaan yang mengalami naik turun. Dapat dilihat dari tahun 2021 total pembiayaan bank muamalat mengalami penurunan sebesar Rp. 526.140 dan pada tahun 2018 turun menjadi Rp.437.590 dari posisi sebelumnya naik menjadi Rp.737.156 ditahun 2017. Kondisi yang dialami bank muamalat ini terjadi karena kondisi NPF bank muamalat mengalami fluktuasi yang besar dan tidak stabil mulai sejak 2014 sejak Triwulan pertama, permodalan yang menyusut, hingga beban operasional yang tinggi. Masalah yang dihadapi bank muamalat Indonesia saat ini terjadi karena rasio pertumbuhan pembiayaan bermasalah yang terlalu besar. Hal tersebut terjadi Karena adanya masalah pada penyaluran pembiayaan. akibat terjadinya NPF tersebut, profit dan permodalan

---

<sup>12</sup> Heni masturoh, "pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap jumlah pembiayaan murabahah pada bank muamalat Indonesia tahun 2011-2018", (Disertasi UIN Raden Intan Lampung, 2019), 7.

terganggu sehingga dibutuhkan tambahan modal. Namun, para pemegang saham mayoritas tidak bersedia menambahkan modal kepada bank muamalat Indonesia. Hal tersebut dapat terjadi apabila ada dugaan bahwa permasalahan ini tidak dapat selesai hanya dengan melakukan penambahan modal, melainkan perlu analisa mendalam terkait faktor lain yang mungkin mempengaruhi masalah NPF di bank muamalat.<sup>13</sup> Selain itu kita juga akan melihat perkembangan pembiayaan mudharabah pada bank muamalat KCP kota bumi. Hal ini dapat kita lihat dari jumlah pembiayaan yang dimiliki oleh bank muamalat KCP kota bumi adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi Pada Tahun 2017-2021**

<b>Pembiayaan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Mudharabah</b>	921.310	1.108.000	805.000	484.892	293.250
<b>Murabahah</b>	7.130.210	6.409.571	7.745.477	7.800.501	5.213.008

*Sumber: Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi 2018-2021.*

Berdasarkan tabel 1.3 pertumbuhan Bank Muamalat Indonesia KCP. Kota Bumi dalam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan. Akad mudharabah berada pada posisi kedua dalam jumlah pembiayaan yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi. Pada tahun 2017 pembiayaan yang dilakukan sebesar Rp.921.310.000. Pada tahun 2018 pembiayaan yang dilakukan naik sebesar Rp. 1.1 Milyar karena adanya kenaikan permintaan jumlah pembiayaan yang diinginkan nasabah untuk memenuhi modal usaha pertanian, dan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar Rp.800.000.000 pada tahun 2020 sebesar Rp.484.892.000 terus mengalami penurunan hingga tahun 2021 sebesar Rp. 293.250.000, penurunan yang dialami oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi ini dikarenakan kurangnya minat nasabah pada

---

<sup>13</sup> Nurwahidin, “studi komparatif faktor yang mempengaruhi permodalan PT Bank Muamalat Era IFSB-15”, *Jurnal middle east and Islamic studies*, Vol 6, No. 2, (2019). 178.

pembiayaan mudharabah nasabah lebih membutuhkan pembiayaan yang bersifat konsumtif pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang mana nasabah lebih banyak menggunakan pembiayaan murabahah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi nasabahnya seperti membeli kebutuhan rumah tangga, kendaraan, dan perumahan. Dan nasabah juga melihat dari resiko yang akan di dapatkan untuk pembiayaan mudharabah merupakan pembiayaan yang tidak begitu diminati oleh masyarakat Indonesia dikarenakan pembiayaan ini dicap sebagai pembiayaan yang tidak pasti dan memiliki resiko yang lebih besar artinya tingkat kepastian tergantung realisasi bisnis nasabah. Namun meskipun pembiayaan mudharabah memiliki jumlah yang sedikit namun Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi juga banyak menawarkan produk berbasis akad mudharabah sebagai produk unggulan untuk membuka suatu usaha (dalam pembiayaan produktif), dikarenakan memiliki keuntungan yang lebih besar.

Diantara produk-produk yang disediakan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi yang ingin diteliti oleh peneliti adalah produk pembiayaan mudharabah, karena pembiayaan mudharabah yang paling diminati oleh nasabah pada tahun 2018 diantara pembiayaan lainnya. Hal ini sesuai dengan data tabel dalam jumlah nasabah adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Nasabah Pengguna Produk Pembiayaan Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi 2017-2021**

<b>Pembiayaan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Mudharabah</b>	62	48	40	35	15
<b>Murabahah</b>	80	65	48	32	25

*Sumber: data nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi.*

Dari tabel 1.4 diatas dapat dilihat bahwasannya jumlah pengguna produk pembiayaan mudharabah banyak diminati nasabah setelah pembiayaan murabahah. Pada tahun 2017 jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan mudharabah adalah 62 nasabah. Pada tahun

2018 nasabah yang menggunakan pembiayaan mudharabah 48 nasabah. Pada tahun 2019 jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan mudharabah adalah 40 nasabah. Pada tahun 2020 jumlah nasabah yang menggunakan produk mudharabah 35 nasabah. Khususnya pada tahun 2021 jumlah nasabah yang menggunakan produk pembiayaan mudharabah menurun menjadi 15 nasabah dibandingkan dengan produk pembiayaan yang lain. Dari jumlah data nasabah diatas, peneliti ingin meneliti tentang pembiayaan mudharabah. Oleh karena itu bagaimana si nasabah memanfaatkan pembiayaan mudharabah yang diberikan oleh pihak bank untuk modal kerja dan pembiayaan mudharabah bisa menambah pendapatan nasabah atau tidak. Pada pembiayaan mudharabah diharapkan mampu mendominasi pembiayaan yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Bumi, karena dengan sistem bagi hasil diharapkan lebih bisa menggerakkan usaha yang bersifat produktif, sehingga tidak menutup kemungkinan untuk menciptakan lapangan kerja yang baru. Tetapi sampai saat ini pembiayaan mudharabah justru lebih mendominasi dibandingkan pembiayaan mudharabah. Rendahnya alokasi pembiayaan mudharabah menjadi fenomena bagi peneliti untuk meneliti apa saja yang mempengaruhi faktor dalam keputusan nasabah memilih pembiayaan mudharabah.

Dengan adanya penjelasan diatas menunjukan bahwa Konsumen atau nasabah akan memperhatikan kualitas dari suatu pembiayaan seperti pelayanan serta produk yang ditawarkan bahwa produk tersebut sampai sekarang ini masih di kembangkan oleh lembaga keuangan syariah yang dikenal oleh masyarakat adalah lembaga perbankan yang menggunakan prinsip syariah tidak menggunakan system bunga, dan menurut fatwa Dewan Mui bunga bank adalah riba. Dalam Al-Qur'an Allah telah dijelaskan bahwa riba itu haram. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Qs. Al-Baqarah ayat 278:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا

إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ



Artinya: *“Wahai orang-orang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman”*.

Adanya ayat diatas menjadi dasar hadirnya lembaga keuangan yang tidak menggunakan bunga atau disebut juga dengan bank syariah. Islam sangat mengancam perbuatan riba, sebagaimana yang terdapat pada peraturan dasar islam, bahwa islam melarang dipraktekannya riba. Bahkan harus diperangi karena dianggap dosa besar. Sumber kekacauan. Tidak ada berkat dan membawa akibat yang buruk, baik di dunia maupun di akhirat. Perbuatan larangan riba sudah ada sejak zaman rasullullah dan larangan riba dalam islam tidak saja dari prespektif ekonomi dan sosial. Terdapat pada prespektif ekonomi, riba menimbulkan biaya tetap yang tinggi. Sedangkan dalam prespektif 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 dihimpun oleh bank yang disebut bunga simpanan.

Dari penjelasan diatas dapat memberikan penjelasan bahwa bunga riba adalah haram. Sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya dengan mempertimbangkan hal itu untuk mencari kepuasan. Keputusan yang dibuat untuk menggunakan produk atau jasa oleh konsumen (nasabah) muncul dari faktor-faktor tertentu. Oleh karena itu diharapkan pihak manajemen bank bisa lebih memahami apa saja faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan nasabah melakukan pembelian (menggunakan produk/jasa bank) sehingga pihak pemasar bank dapat lebih mudah memahami dalam pemenuhan keinginan konsumen (nasabah).

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Hendy Wijaya Konsume dalam mengambil keputusan mengenai alternative pilihan produk atau jasa akan mempertimbangkan faktor sosial, pribadi, budaya dan psikologis.<sup>14</sup>

Faktor sosial budaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menentukan sebuah keputusan, dengan banyaknya keberagaman etnik masyarakat Indonesia dan adanya beragam suku bangsa dan bermacam karakter serta kultur kebudayaan ini menjadi faktor penentu paling pokok dari faktor penentuan keinginan dan perilaku seseorang. Manusia perilakunya biasanya dipelajari dari lingkungan sekitarnya. Sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku antara seseorang yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain, yang berada di lingkungan yang lain pula. Sosial budaya dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih suatu produk tertentu dengan adanya pergeseran kebudayaan maka, perilaku nasabah mengalami perubahan. Dengan memahami beberapa bentuk budaya dari masyarakat dapat membantu pemasar dalam memprediksi penerimaan nasabah terhadap suatu produk. Pengaruh sosial budaya dapat mempengaruhi masyarakat secara tidak sadar. Pengaruh sosial budaya sangat alami dan otomatis sehingga pengaruhnya terhadap perilaku sering diterima begitu saja.

Faktor pribadi merupakan salah satu dari faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menentukan sebuah keputusan, sebagai salah satu faktor dalam pengambilan keputusan, Setiadi berpendapat bahwa faktor pribadi bisa di definisikan sebagai karakteristik psikologis yang dimiliki oleh individu yang berbeda dengan individu lainnya, yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan yang berguna dalam menganalisis keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk. Setiap individu memiliki karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian, meliputi

---

<sup>14</sup> Zulkifli Zainudin, Yahya Hamja, dan Siti Hamidah Rustiana, "Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)", *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 13, No. 1, (2016). 58-59.

usia dan tahap pada siklus pembelian, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.<sup>15</sup>

Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dalam mengambil tindakan, pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu, motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Psikologis merupakan satu faktor yang timbul dari dalam diri nasabah yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian, menentukan bagaimana individu menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya dan pengaruh pada keputusan yang diambil. Banyak sekali faktor-faktor yang bisa mempengaruhi masyarakat (nasabah) untuk keputusan pembelian dalam memilih lembaga keuangan.

Hal ini tentunya setiap individu nasabah memiliki referensi atau pengalaman yang bisa mempengaruhi keputusan mereka. Hal ini disebabkan karena masyarakat memiliki budaya, agama, dan suku yang sangat beragam.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Abu Bakar Akbar pada Tahun 2021 dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KSPPS” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Tumang Cabang Solo. Secara parsial faktor sosial, faktor pribadi, maupun faktor psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Tumang Cabang Solo. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih BMT Tumang Cabang Solo.<sup>16</sup>

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Putri Ariyaningsih dengan judul Tahun 2021 “Pengaruh interaksi sosial budaya dan

---

<sup>15</sup> Aldi Jenis Tiawan, “Pengaruh Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Memilih Bank Konvensional Dibandingkan Bank syariah”, (Disertasi UIN Raden Intan Lampung, 2021). 7.

<sup>16</sup> Abu Bakar Akbar, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KSPPS”, *Jurnal Edunomika*, Vol. 5, No.2, (2021). 1278.



pemahaman tentang riba terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi sosial budaya secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dan secara simultan interaksi sosial dan pemahaman riba memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah yang dilihat dari memalui uji statistik F dengan nilai signifikansi sebesar  $(0,000 < 0,05)$ .

Berdasarkan latar belakang diatas dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah memberikan tambahan referensi bagi penulis, maka berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dalam bentuk penelitian lanjutan yang berjudul “ANALISIS PENGARUH SOSIAL BUDAYA, PSIKOLOGIS, DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MUDHARABAH PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KCP KOTA BUMI”.

### **C. Identifikasi dan Batasan Masalah**

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adanya perilaku konsumen yang mempengaruhi sosial budaya, psikologis, dan pribadi terhadap keputusan masalah dalam memilih pembiayaan mudharabah.
2. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang pembiayaan mudharabah sehingga kurangnya pemahaman, pengetahuan dan masih sedikit pertumbuhan perkembangan dalam sektor pembiayaan sehingga terjadinya naik turun rasio pertumbuhan modal pembiayaan mudharabah.

Dalam dunia perbankan banyak resiko-resiko yang memungkinkan terjadi, pada umumnya bank-bank memiliki resiko atau masalah yang dipengaruhi oleh banyak hal. Berdasarkan hal tersebut maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

1. Dalam penelitian ini penulis menggunakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang lembaga keuangan syariah yaitu Bank Muamalat KCP kota bumi.
2. Sosial budaya, psikologis, dan pribadi sebagai variabel independen (X)
3. Keputusan nasabah sebagai variabel dependen (Y)

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah sosial budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota bumi?
2. Apakah psikologis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota bumi?
3. Apakah pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota bumi?
4. Apakah variabel sosial budaya, psikologis, dan pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota bumi?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sosial budaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota bumi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota bumi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota bumi.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan sosial budaya, psikologis, dan pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota bumi.

## **F. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan ini diharapkan agar dapat memberikan manfaat kepada pihak yang berkepentingan seperti yang dijabarkan sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat terhadap teori dan metode terkait dengan perkembangan ekonomi masyarakat yang berkaitan dengan pembiayaan mudharabah.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Manfaat yang diperoleh sebagai tambahan pengetahuan ilmiah mengenai tentang cara keputusan nasabah melakukan pembiayaan mudharabah di bank muamalat Indonesia.

#### **b. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pada masyarakat guna mempermudah masyarakat untuk melakukan pembiayaan mudharabah di bank syariah.

#### **c. Bagi Bank**

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai bahan tambahan informasi perusahaan terkait faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat dalam memutuskan melakukan pembiayaan mudharabah di bank muamalat Indonesia.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Langkah awal menyusun proposal ini, penulis mengkaji terhadap pustaka-pustaka yang ada sebelum penulis mengadakan penelitian lebih lanjut. Adapun penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Sufitrayati dan Fanny Nallufar (2018): “*Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kota banda aceh*”.

**Persamaan:** pada penelitian ini dengan penelitian diatas adalah sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan uji hipotesis uji parsial dan simultan.

**Perbedaan:** terdapt pada metode yang digunakan oleh penulis yaitu metode teknik non probability sampling dan perbedaan tempat penlitian yang digunakan.

**Hasil:** Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kota banda aceh, faktor budaya secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah bank syariah di kota banda aceh sebesar 66,2%. Dan faktor sosial secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasbah bank syariah di kota banda aceh sebesar 54,9%. Kemudian pada faktor pribadi dan psikologis secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah bank syariah dikota banda aceh masing-masing faktor psikologis berpengaruh sebesar 82,8% dan faktor pribadi sebesar 11,0%. Hasil kolerasi determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,816, artinya sebear 81,6% perubahan dalam variabel terikat (keputusan nasabah) dapat dijelaskan perubahan-perubahan pada faktor budaya, sosial, psikologis dan pribadi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah bank syariah di kota banda aceh.

2. Mohd. Ario Wahdi Elsy (2018): “*pengaruh psikologis terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah di pekanbaru*”.

**Persamaan:** sama-sama menggunakan salah satu variabel yang digunakan oleh penulis yaitu variabel (X) psikologis dengan indikator motivasi, presepsi, pembelajaran dan kepribadian.

**Perbedaan:** dalam menggunakan metode teknik analisis data penelitian diatas menggunakan *Cluster Sampling (Area Sampling)* dengan menentukan sub unit kelompok sedangkan

penulis dalam penelitiannya menggunakan metode teknik *probability sampling* dengan menentukan secara acak responden yang digunakan.

**Hasil:** Hasil dari penelitian ini adalah indikator sikap secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah dan tidak berpengaruh terhadap motivasi, persepsi, pembelajaran, dan kepribadian tidak berpengaruh terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah di pekan baru. Sedangkan motivasi, persepsi, pembelajaran, dan kepribadian secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah, namun secara simultan sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah di pekanbaru sebesar 32,4420 lebih besar dari F tabel sebesar 2,35%.

3. Karona Cahya Susena (2018): “*faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan griya ib hasanah di PT. Bank BNI syariah kantor cabang bengkulu*”.

**Persamaan:** pada variabel (Y) keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan.

**Perbedaan:** metode teknik analisis data penelitian diatas menggunakan *Rating scale* dengan mengdistribusikan data-data yang memiliki kecenderungan terhadap persepsi nasabah terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah. Sedangkan penulis dalam penelitiannya menggunakan metode teknik *probability sampling* dengan menentukan secara acak responden yang digunakan. Dan pada pemilihan pembiayaan yang digunakan penulis adalah pembiayaan mudharabah sedangkan pada penelitian diatas adalah pembiayaan griya ib hasanah yaitu pembiayaan kredit untuk pengadaan tempat tinggal.

**Hasil:** Hasil pada penelitian ini adalah pada keempat faktor yaitu



Sedangkan penulis menggunakan data primer dan metode analisis data yaitu *probability sampling*.

**Hasil:** Hasil dari penelitian ini adalah variabel perilaku konsumen yang terdiri dari budaya, sosial, individu, dan psikologis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Al-hidayah kawalu tasikmalaya sebesar. Dan secara simultan variabel perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Al-hidayah.

## H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam mengetahui dan memahami keseluruhan isi yang ada dalam skripsi ini, maka berikut akan disajikan sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

### **BAB I                   PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan gambaran umum dari penelitian yang akan dilakukan. Dalam bab ini dijelaskan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu dan sistematika penelitian.

### **BAB II                 LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Bab ini membahas tentang teori yang digunakan sosial budaya, psikologis, pribadi, pembiayaan mudharabah, keputusan nasabah, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah serta pengajuan hipotesis.

### **BAB III               METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dijelaskan tentang metode

penelitian, yang terdiri dari waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, uji validitas dan reabilitas, uji prasarat analisis, uji hipotesis.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi deskripsi tentang deskripsi data dan pembahasan hasil analisis penelitian dan analisis data.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan terhadap hasil penelitian serta saran dan rekomendasi dari temuan-temuan yang didapat dalam penelitian hingga diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan terhadap perbankan syariah.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Tinjauan Pustaka

#### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Beberapa definisi lainnya dan perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

Menurut teori solomon, tingkatan unit analisis perilaku konsumen dalam tingkatan unit analisis didalam masyarakat, segmen pasar, organisasi, dan individu, terdiri dari 5 tipe yaitu:

Konsumen dipasar, konsumen sebagai individu yang terdiri dari persepsi, pembelajaran memory, nilai dan motivasi, kepribadian dan gaya hidup, sikap, perubahan sikap dan komunikasi interaktif, konsumen sebagai pengambilan keputusan terdiri dari pengambilan keputusan individu, konsumen dan budaya yang terdiri dari pendapatan dan kelas sosial, etnik, rasial, dan kebudayaan agaman, serta *Age Subculture*, konsumen dan budaya yang terdiri dari *Cultural Influences* dalam perilaku konsumen.<sup>17</sup>

Proses yang dilakukan konsumen baik individu maupun organisasi dalam rangka mendapatkan suatu produk yang melalui tahapan kognisi dan afeksi (yang disebut penulis sebagai aspek internal) dan aspek eksternal (pengaruh rumah tangga, kelompok referensi budaya, kelas sosial) yang berakibat konsumen melakukan tindakan apakah akan membeli atau tidak membeli suatu produk, sekaligus tindakan setelah pembelian

---

<sup>17</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku konsumen*, (Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2003).

produk tersebut. Arah kajian tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan maupun mengevaluasi strategi pemasaran.

Indikator dalam perilaku konsumen menurut ScHiffimin dan Kanuk penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah, sosialbudaya, Psikologis, dan pribadi.

## 2. Pengaruh Yang Mendasari Perilaku Konsumen

Konsumen berada dalam lingkungan yang kompleks, perilaku mereka dalam memutuskan pembelian dipengaruhi oleh pengaruh lingkungan atau sosial budaya, perbedaan dan pengaruh individu atau pribadi, dan proses psikologis.

### a. Pengaruh Lingkungan (Sosial Budaya)

Tatik Suryani (2012:43, di kutip dari Hawkins, 2007:43), berpendapat bahwa budaya sebagai kompleks yang menyeluruh yang mencakup pengetahuan, keyakinan seni, hukum, moral, kebiasaan, dan kapabilitas lainnya serta kebiasaan-kebiasaan yang dikuasai oleh individu sebagai anggota masyarakat. Faktor lingkungan (sosial budaya) adalah unsur-unsur yang terdapat diluar individu yang mempengaruhi konsumen individu, unit pengambilan keputusan dan para pemasar.

Indikator dan Faktor-faktor eksternal dan termasuk yang ada pada sosial budaya yang mempengaruhi perilaku konsumen, meliputi: budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.

- 1) **Budaya**, merupakan nilai gagasan, artefak dan simbol-simbol lain yang bermakna untuk membantu individu berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya merupakan sebuah konsepsi yang komperenship sebab budaya mencakup hampir semua hal yang mempengaruhi prefensi manusia dalam mengambil keputusan bahkan bagaimana mereka memandang dunia sekelilingnya.

- 2) **Kelas sosial**, merujuk pada suatu hierarki atau status sosial dengan mana kelompok dan individu dibedakan dalam penghargaan (esteem) dan prestise (prestige). Kelompok sosial dapat dikelompokkan menjadi kelas atas (upper), kelas menengah (middle), kelas kerja (working) dan kelas bawah (lower level).
- 3) **Pengaruh pribadi**, orang-orang yang memiliki hubungan erat dengan kita yang dapat menjadi kelompok acuan komparatif serta dapat berfungsi sebagai pemimpin opini (opinion leader).
- 4) **Keluarga**, kumpulan beberapa orang yang memiliki hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama-sama.
- 5) **Situasi**, merupakan pengaruh yang timbul dari faktor-faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang tidak berhubungan dengan karakteristik konsumen dan karakteristik produk. Faktor dan karakter situasi tersebut antara lain terdiri dari : lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, tugas dan keadaan antecedent.

#### **b. Pengaruh Individu (Pribadi)**

Menurut Kotler dan Kettler menjelaskan bahwa faktor pribadi juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

Indikator dari Lingkungan individu merupakan faktor-faktor internal dari variabel pribadi yang menggerakkan dan mempengaruhi perilaku, yang meliputi:

- 1) **Sumber daya konsumen**, adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap konsumen dalam setiap situasi pengambilan keputusan. Sumber daya tersebut meliputi : waktu, uang dan perhatian konsumen (kemampuan menerima dan mengolah informasi).
- 2) **Pengetahuan**, merupakan informasi yang tersimpan

dalam memori konsumen yang menggambarkan bagaimana pengetahuan konsumen terhadap sebuah produk. Pengetahuan konsumen dapat berupa : pengetahuan produk (product knowledge), pengetahuan pembelian (purchase knowledge) dan pengetahuan pemakaian (usage knowledge).

- 3) **Sikap**, adalah hasil evaluasi menyeluruh yang menyebabkan orang memberikan respon secara konsisten terhadap sebuah objek atau alternatif yang diberikan, baik yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan. Sikap merupakan variabel yang sangat penting dalam studi perilaku konsumen sebab sikap merupakan determinan utama dalam pengambilan keputusan pembelian.
- 4) **Kepribadian dan gaya hidup**, adalah ciri-ciri kejiwaan dalam diri yang menentukan dan mencerminkan bagaimana seseorang berespon secara konsisten terhadap lingkungannya. Kepribadian juga menyediakan pola khusus organisasi yang membuat individu unik dan berbeda dengan individu lainnya. Gaya hidup merupakan pola atau cara yang digunakan seseorang untuk hidup dan mengelola waktu serta uangnya.

### c. Pengaruh Psikologis

Menurut Titchener dan Wundt dalam carapedia, psikologis adalah pengalaman manusia yang dipelajari dari sudut pandang pribadi yang mengalaminya. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis yaitu, motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

Keputusan pembelian konsumen selain dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan individu, juga melibatkan proses psikologis. Dan Indikator yang terdapat pada pengaruh

psikologis prosesnya meliputi pengetahuan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap dan perilaku.

- 1) **Pemahaman informasi**, berhubungan dengan proses bagaimana sebuah stimuli diterima, ditafsirkan, disimpan dalam ingatan serta bagaimana didapatkan kembali dan digunakan. Pemahaman tentang proses pengolahan informasi sangat penting dalam riset perilaku konsumen, sebab keputusan konsumen berawal dari bagaimana reaksi konsumen terhadap stimuli, bagaimana konsumen memproses stimuli sampai pada proses pembentukan sikap dan perilaku konsumen. Tahap proses pengolahan informasi meliputi : pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan dan retensi.
- 2) **Motivasi**, merupakan suatu penggerak atau dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan dan mencapai suatu tujuan. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Kan Kotler, para psikolog telah mengembangkan teori-teori motivasi manusia, tiga teori yang terkenal yaitu: teori Sigmund Freud, Abraham Maslow, dan Frederick Herzberg.
- 3) **Pembelajaran (presepsi)**, proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Teori pembelajaran mendasari pengembangan konsep periklanan dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, khususnya pada proses penguatan untuk mendorong pembelian ulang dan penciptaan loyalitas terhadap merk.
- 4) **Perubahan sikap dan perilaku**, berhubungan dengan bagaimana proses terbentuknya sebuah sikap. Mengapa seorang dapat bersikap positif terhadap sebuah produk dan bersikap negatif terhadap produk lain serta mengapa orang tua dan anak muda memiliki

sikap yang berbeda terhadap sebuah produk, merupakan beberapa contoh objek kajian dalam perubahan sikap dan perilaku.<sup>18</sup>

### 3. Model Perilaku Konsumen

Proses bagaimana seorang individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka merupakan fokus kajian dan riset dalam pemasaran. Model perilaku konsumen dapat dilihat pada proses bagaimana konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Menurut Kanuk dan Schiffman, proses pengambilan keputusan terdiri dari tiga tahap yang saling berhubungan, yaitu : tahap masukan (input), tahap proses dan tahap keluaran (output).

Tahap masukan, meliputi proses pengenalan konsumen terhadap kebutuhan atas produk yang terdiri dari dua sumber informasi utama, yaitu : usaha pemasaran perusahaan (produk, promosi, penetapan harga dan distribusi) serta pengaruh sosiologis eksternal atas konsumen (keluarga, teman, tetangga, sumber informal dan no-komersial lain, kelas sosial, budaya dan sub-budaya). Dampak dari kedua sumber informasi tersebut akan mempengaruhi produk yang dibeli konsumen serta bagaimana mereka menggunakan produk tersebut.

Tahap proses, menguraikan bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian produk, yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, penyelidikan sebelum pembelian serta evaluasi alternatif. Beberapa faktor psikologis yang dimiliki individu konsumen seperti : motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian dan sikap mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan tersebut.

Tahap keluaran dalam model pengambilan keputusan

---

<sup>18</sup> Mashur Razak, *perilaku konsumen*, (Makassar: Alauddin University Press, 2016). 4-7.

konsumen meliputi perilaku membeli dan evaluasi setelah membeli. Perilaku membeli dapat dimulai dari proses mencoba dan jika mereka puas konsumen akan melakukan pembelian ulang sebagai salah satu tanda konsumen menerima produk tersebut. Evaluasi produk setelah pembelian memberikan pengalaman kepada konsumen dalam proses pengambilan keputusan berikutnya.

Menurut Engel, Black Ward dan Miniard, proses pengambilan keputusan konsumen dimulai dari pengenalan kebutuhan (need recognition), pencarian informasi (information search), evaluasi alternatif (alternative evaluation), pembelian (purchase) serta hasil pembelian yang berupa kepuasan (satisfaction) dan ketidakpuasan (dissatisfaction).<sup>19</sup>

#### **4. Keputusan Nasabah**

Pengetahuan konsumen terdiri dari informasi yang tersimpan didalam ingatan pengetahuan konsumen. Para pemasar sangat tertarik untuk mengerti dan memahami pengetahuan konsumen. Informasi yang dipegang oleh konsumen tentang produk/jasa akan sangat mempengaruhi pola pembelian mereka.

Menurut Philip Kotler yang dialih bahasakan oleh Hendra Teguh, Ronny A Rusli dan Benyamin Molan menyebutkan: “pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman”. Konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan.

Menurut J Paul Peter, Jerry C. Olson dialih bahaskan oleh Damos Sihombing membagi pengetahuan menjadi 3 jenis pengetahuan produk yaitu:

- a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk atau jasa

---

<sup>19</sup> *Ibdi. 10.*

- b. Pengetahuan tentang manfaat produk atau jasa
- c. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk atau jasa bagi konsumen.

Semakin meningkatnya persaingan dalam dunia perbankan maka bank-bank syariah mendorong untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama perilakunya. Setidaknya ada dua alasan mengapa perilaku konsumen akan menuntun pemasar kepada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Kedua, diharapkan dengan berorientasi kepada konsumen, pemasar dapat melakukan strategi yang baik dalam mensiasati kelebihan penawaran dari pada permintaan di dunia bisnis. Menurut John C Mowen Michel Minor dialih bahasakan oleh Lina Salim (2002) menjelaskan: “perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang/jasa, pengalaman serta ide-ide.” Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen cenderung memilih produk yang memberikan nilai atau manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya.

Keputusan konsumen timbul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah berasal dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental dan emosional. Keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternative. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.

Keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya.

- a. Pengenalan Masalah

Konsumen merasakan adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan.



- b. Pencarian Informasi  
Konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan kepuasan dari lingkungannya.
- c. Evaluasi Alternatif  
Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dengan menyempitkan pilihan hingga alternative yang dipilih.
- d. Keputusan Pembelian
- e. Konsumen memilih alternative yang dipilih dan memutuskan pembelian.
- f. Perilaku Pasca Pembelian  
Konsumen mengevaluasi apakah alternative yang dipilih telah memenuhi kebutuhan dan harapan setelah digunakan.<sup>20</sup>

Indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk  
Pelanggan akan membeli produk karena sudah tahu informasi mengenai produknya. Jadi keputusan pembelian dilakukan konsumen setelah mencari informasi di berbagai media atau orang lain.
- b. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai  
Konsumen akan membeli suatu produk karena cocok dengan merek produk dan cocok dengan produk yang diinginkan.
- c. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan  
Konsumen akan membuat keputusan pembelian karena Ingin berarti mempunyai hasrat untuk memiliki produk tersebut. Dan membutuhkan karena memang memerlukan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan.
- d. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain

---

<sup>20</sup> Eko Yuliawan, Pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank syariah cabang bandung, *Jurnal Wira Ekonomi*, Vol. 1, No. 2,( 2011). 22-23.

Keputusan pembelian seseorang atau sekelompok orang, sebenarnya bisa dipengaruhi oleh rekomendasi dari orang lain.<sup>21</sup>

## 5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan konsumen atau nasabah (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih salah satu diantaranya. Menurut Kotler, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial pribadi dan psikologis.<sup>22</sup>

### a. Faktor budaya

Budaya menurut Kotler dan Armstrong adalah penentu keinginan dan perilaku yang mendasar. Menurut lam, Hair dan Mc Daniel budaya adalah karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur yang lainnya. Budaya sebagai penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya.

Kebudayaan merupakan salah satu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.

### b. Faktor Sosial

Kelas sosial merupakan salah satu dimensi kebudayaan, seperti yang diungkapkan *Kotler dan Keller*. Dimensi sosial merupakan salah satu faktor karakteristik konsumen yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dengan demikian, kelas sosial seorang konsumen mempengaruhi perilaku

---

<sup>21</sup> Dedhy Perdana, Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor, *Jurnal kinerja*, Vol. 14, No. 1, (2017). 18.

<sup>22</sup> Chairul Adhim, Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis, Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace., *Jurnal Pendidikan tambusai*, Vol. 4, No. 1, (2020). 241.

konsumennya. *Wells dan Prensky* menyatakan bahwa kelas sosial mengacu pada posisi tertentu dalam struktur sosial dan ekonomi suatu masyarakat, yang didasarkan pada kriteria pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan. Konsep ini menunjukkan bahwa ada tiga dimensi kelas sosial, yaitu tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan tingkat pekerjaan.<sup>23</sup>

### c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi karakteristik pribadi yang terdiri dari:

#### 1) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Beberapa karya terbaru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis orang dewasa mengalami “perjalanan” dan “perubahan” sepanjang hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada perubahan situasi hidup dan dampak situasi itu terhadap perilaku konsumsi.

#### 2) Gaya Hidup

Merupakan pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

#### 3) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan cirri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi

---

<sup>23</sup> Sufitrayati, Op.cit.7

kehormatan, kemampuan berorientasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi.<sup>24</sup>

#### **d. Faktor Psikologis**

Pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis, yang terdiri dari:

##### 1) Motivasi

Motivasi konsumen merupakan suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak.

##### 2) Presepsi

Bagaimana seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh presepsinya terhadap situasi tertentu. Presepsi menurut Lamb, Hair dan Mc Daneil adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menginterpretasikan rangsangan tersebut ke dalam gambaran yang member makna dan melekat. Menurut Kotler dan Armstrong presepsi merupakan proses yang digunakan seseorang individu untuk memilih mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

##### 3) Pembelajaran

Pembelajaran menurut Kotler dan Armstrong (2011) merupakan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil dari belajar. Teori pembelajaran mengajarkan ke para pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas sebuah produk yang mengaitkannya pada dorongan yang kuat, dengan menggunakan petunjuk yang memberikan dorongan atau motivasi dan penguat yang positif.

---

<sup>24</sup> Roni Andespa, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2, No. 1, (2017). 47.

#### 4) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan mungkin berdasarkan pengetahuan pendapat atau kepercayaan kesemuanya itu mungkin atau tidak mungkin mengandung faktor emosional. Keyakinan itu membentuk citra produk dan merk dan orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut.<sup>25</sup>

### 6. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengkoordinasian sumber daya yang dilakukan oleh bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam hal pemberian fasilitas keuangan atau financial yang kepada pihak lain berdasarkan prinsip-prinsip syariah untuk mendukung kelancaran usaha maupun untuk investasi yang telah direncanakan. Menurut Adiwarmar Karim, dalam menyalurkan dananya pada nasabah secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli
- b. Pembiayaan dengan prinsip sewa
- c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil
- d. Pembiayaan dengan akad pelengkap

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditujukan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan barang dan jasa sekaligus.

### 7. Fungsi Dan Tujuan Pembiayaan

#### 1) Fungsi Pembiayaan

Keberadaan prinsip bank syariah yang menjalankan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah bukan hanya untuk mencari keuntungan dan meramaikan bisnis perbankan di

---

<sup>25</sup> *Ibid*, 49

Indonesia, tetapi juga untuk menciptakan lingkungan bisnis yang aman, diantaranya:

- a) Memberikan pembiayaan dengan prinsip syariah yang menerapkan sistem bagi hasil yang tidak memberatkan debitur.
  - b) Membantu kaum dhuafa yang tidak tersentuh oleh bank konvensional karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh bank konvensional.
  - c) Membantu masyarakat ekonomi lemah yang selalu dipermainkan oleh renternir dengan membantu melalui pendanaan untuk usaha yang dilakukan.
- 2) Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan ekonomi sesuai dengan nilai-nilai islam. Pembiayaan tersebut harus dapat dinikmati oleh sebanyak-banyaknya pengusaha yang bergerak dibidang industri, pertanian, dan perdagangan untuk menunjang kesempatan kerja dan menunjang produksi dan distribusi barang-barang dan jasa-jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun ekspor keuangan.<sup>26</sup>

## 8. Indikator Pembiayaan

Menurut Kasmir (2002:84) indikator dalam pembiayaan adalah sebagai berikut:

- 1) Kepercayaan, yaitu suatu keyakinan pemberian dana bahwa dana yang diberikan berupa uang, barang, jasa akan benar-benar diterima kembali dimassa yang akan datang.
- 2) Kesepakatan, yaitu suatu perjanjian dimana masing-masing pihak mendatangi kontrak hak dan kewajiban masing-masing.

---

<sup>26</sup> Andrianto, *Manajemen bank syariah (implementasi teori dan praktek)*, (Surabaya: CV. Penerbit qiara media, 2019). 307.

- 3) Jangka waktu, yaitu mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati, jangka waktu tersebut jangka pendek, menengah, panjang.
- 4) Resiko, yaitu resiko usaha menjadi tanggungan bank, baik resiko yang disengaja atau tidak. Seperti bencana alam, bangkrut usaha nasabah tanpa ada unsure balas jasa berdasarkan prinsip syariah ditentukan dengan bagi hasil.<sup>27</sup>

## 9. Pengertian Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah merupakan kerjasama atau kesepakatan dilaksanakan kedua belah pihak dimana pihak pertama yaitu menjadi pemilik dana yang dipegang oleh bank dimana bank (shahihbul maal) memberikan sepenuhnya modal 100% dalam usaha tersebut dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha (mudharib). Keuntungan yang diterima dari hasil pembiayaan mudharabah tersebut akan diberikan berdasarkan kesepakatan diawal tetapi untuk kerugian nantinya diselesaikan oleh pemilik dana atau pihak bank tetapi jika kerugian tersebut disebabkan oleh kelalaian pihak pengelola usaha maka akan ditanggung bersama. Pembiayaan akad mudharabah adalah pembiayaan berupa transaksi penanaman modal dari bank kepada nasabah selaku pengelola dana untuk melakukan suatu kegiatan usaha dengan pembagian hasil usaha ditentukan berdasarkan nisbah atau bagi hasil yang telah ditetapkan. Contoh dalam pembiayaan mudharabah antara lain yaitu: pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi.

### 1) Mekanisme akad pembiayaan *mudharabah*:

- a) Bank dan nasabah sepakat untuk melakukan transaksi dengan akad mudharabah.
- b) Bank sebagai investor atau pemilik dana menanamkan dana kepada nasabah yang bertindak sebagai pengelola dana dalam suatu kegiatan usaha.

---

<sup>27</sup> Kasmir, *manajemen perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002). 84.

- c) Bank menanamkan dana sebesar 100% dari total kegiatan usaha.
- d) Pembagian hasil usaha dinyatakan dalam nisbah atau proporsi bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya.
- e) Jumlah pembayaran, jangka waktu pembiayaan, pengembalian dan pembagian bagi hasil usaha ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama.
- f) Kerugian usaha nasabah ditanggung bank, maksimal sebesar pembiayaan yang diberikan jika kerugian tidak disebabkan oleh pengelola usaha.<sup>28</sup>

**2) Rukun akad mudharabah faktor-faktor yang harus ada dalam akad mudharabah:**

- a) Pelaku (pemilik modal maupun pelaksana usaha)
- b) Objek mudharabah (modal dan kerja)
- c) Persetujuan kedua belah pihak (ijab-qobul)
- d) Nisbah keuntungan.<sup>29</sup>

**3) Dasar Hukum Mudharabah**

Dalam mencari rezeki dan mengembangkan harta, pebisnis, muslim dituntut menggunakan sebab-sebab disamping tawakal kepada Allah SWT, Allah member rezeki kepada siapa saja yang dia kehendaki. Hal ini sebagaimana ditegaskannya dalam Al-Qur'an Surat Thalaq (65), ayat 3<sup>30</sup>:

وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ<sup>ع</sup>

إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ ۗ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا<sup>ع</sup>

<sup>28</sup> *Ibid.* 33.

<sup>29</sup> Adiwarmar A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006). 204.

<sup>30</sup> Firdaweri, "Perikatan Syariah Berbasis Mudharabah (teori dan praktik)", *Jurnal Asas*, Vol. 6, No. 2, (2014). 60.



Artinya:”Dan barang siapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang dikehendaknya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu”

#### 4) **Fatwa-fatwa DSN-MUI tentang Mudharabah**

Ada beberapa Fatwa DSN-MUI berkenaan dengan akad mudharabah yang harus dipedomani untuk menentukan keabsahan akad mudharabah, yaitu:

- a) Fatwa DSN-MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan mudharabah (Qiradh)
- b) Fatwa DSN-MUI No. 33/DSN-MUI/IX/2002 tentang Obligasi Syariah Mudharabah
- c) Fatwa DSN-MUI No. 38/DSN-MUI/X/2002 tentang Sertifikat Investasi Mudharabah Antar Bank (Sertifikat IMA)
- d) Fatwa DSN-MUI No. 50/DSN-MUI/III/2006 tentang Akad Mudharabah Musytarakah
- e) Fatwa DSN-MUI No. 59/DSN-MUI/V/2007 tentang Obligasi Syariah Mudharabah Konversi
- f) Fatwa DSN-MUI No.115/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Mudharabah.<sup>31</sup>

#### 5) **POJK Tentang Akad Mudharabah**

Ada beberapa unsur ekonomi syariah yang turut mewarnai pelaksanaannya seperti yang terdapat dalam pasal 1 ayat (4) POJK N0. 53/POJK.04/2015 dikatakan bahwa mudharabah merupakan perjanjian akad kerjasama dengan menyerahkan modal dari pihak pemilik modal

---

<sup>31</sup> Sutan Rennie Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), 296.

(shahib al-maal) kepada pihak pengelola usaha (mudharib) tersebut sampai pada tahap monitoring dan evaluasi.<sup>32</sup>

Dikeluarkannya POJK No. 11/POJK.03/2020 perkembangan penyebaran virus covid-19 berdampak langsung terhadap kinerja dan kapasitas debitur termasuk debitur usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), sehingga berpotensi mengganggu kinerja perbankan dan stabilitas system keuangan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Alasan dikeluarkannya POJK No.11/POJK.03/2020 adalah:

1. Pandemi yang tidak kunjung menunjukkan tanda-tanda akan berakhir
2. Kapasitas dan kinerja debitur yang terganggu dalam memenuhi pembayaran kredit/pembiayaan
3. Meningkatnya risiko kredit perbankan sehingga,
4. Terganggunya perekonomian dan khawatir terjadinya krisis moneter

Kemudian tujuan dikeluarkannya POJK tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Agar sektor perbankan dapat terhindar dari adanya kerugian yang disebabkan karena kredit macet atau pembiayaan bermasalah
2. Agar sektor perbankan tetap bisa mempertahankan kualitas asset yang dimilikinya
3. Agar debitur yang terkena dampak covid-19 lebih bisa menata diri untuk bisa menghadapi covid-19
4. Agar perekonomian nasional tetap stabil dan diharapkan tidak terjadi krisis moneter.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Fitri Yesi Lestari, "Mudharabah Dalam Studi Kompirasi Menurut POJK No. 53 POJK.04/2015 Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah", *Jurnal Al-Aqad*, Vol. 1, No. 1, (2021). 48.

<sup>33</sup> Tersedia On-Line pada website resmi Otorotas Jasa Keuangan <https://www.ojk.go.id> diakses pada 27 September 2022. Pukul 10.27 WIB

## B. Pengajuan Hipotesis

### 1. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atas masalah penelitian, jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

#### a. Pengaruh Sosial Budaya Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah

Kelas sosial merupakan salah satu dimensi kebudayaan, seperti yang diungkapkan kotler dan keller. Dimensi sosial merupakan salah satu faktor karakteristik konsumen yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dengan demikian, kelas sosial seseorang konsumen mempengaruhi perilaku konsumsinya. Dari dimensi yang disebutkan dapat berpengaruh dalam suatu karakteristik masyarakat dalam menentukan suatu keputusan dalam memilih pembiayaan mudharabah pada bank muamalat indonesia KCP ota bumi.<sup>34</sup>

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sufitrayati 2018 yang berjudul *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh* menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial budaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah.

Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H1: terdapat faktor sosial budaya (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam**

---

<sup>34</sup> Sufitrayati, Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kota banda aceh, *Jurnal Ihtiyath*, Vol.2, No.1, (2018). 10.

**memilih pembiayaan mudharabah pada bank muamalat indonesia KCP kota bumi.**

**b. Pengaruh Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah**

Psikologi konsumen adalah cabang ilmu psikologis yang mempelajari tentang perilaku konsumen pada seseorang atau manusia.

Pada faktor psikologis yang berpengaruh terhadap perilaku seorang konsumen meliputi beberapa unsur penting yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap. Dari Pilihan keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang telah disebutkan diatas dapat berpengaruh dalam masyarakat untuk menentukan suatu keputusan dalam memilih pembiayaan mudharabah pada bank muamalat indonesia KCP kota bumi.<sup>35</sup>

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Joni 2016 yang berjudul *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Di BMT Al-Hidayah Kawalu Tasikmalaya* menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah

Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H2: terdapat faktor psikologis (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dalam memilih pembiayaan mudharabah pada bank muamalat indonesia KCP kota bumi.**

**c. Pengaruh Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mudharabah**

---

<sup>35</sup> Joni, “Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Al-hidayah walu tasikmalaya”, Jurnal ekonomi syariah, Vol. 1, No.1, 2016. 82

Kepribadian adalah organisasi yang dinamis dari sistem psikologis individu yang menentukan penyesuaian dirinya terhadap lingkungannya. Kepribadian merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. kepribadian akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih atau membeli produk karena konsumen akan membeli barang yang sesuai dengan kepribadiannya. Keputusan nasabah juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik tersebut meliputi: usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup nasabah. Dalam suatu karakteristik pribadi yang telah disebutkan dapat berpengaruh dalam masyarakat untuk menentukan suatu keputusan dalam memilih pembiayaan mudharabah pada bank muamalat indonesia KCP kota bumi.<sup>36</sup>

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohd. Ario Wahdi Elsyeh yang berjudul *Pengaruh psikologis terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah di pekan baru* menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah.

Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H3: terdapat faktor pribadi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dalam memilih pembiayaan mudharabah pada bank muamalat indonesia KCP kota bumi.**

#### **d. Pengaruh Sosial Budaya Psikologis Dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah**

---

<sup>36</sup> Mohd. Ario Wahdi Elsyeh, "pengaruh psikologis terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah di pekanbaru", Jurnal Islamika, Vol. 1, No. 1, 2018. 19-20.

Sosial budaya merupakan salah satu faktor karakteristik konsumen yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dan psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat serta mengambil tindakan. Serta pribadi adalah suatu karakteristik yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih suatu produk karena konsumen akan membeli sesuai dengan kepribadiannya.<sup>37</sup>

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Karona Cahya Susena yang berjudul *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Griya IB Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu* menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial budaya psikologis dan pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah.

Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

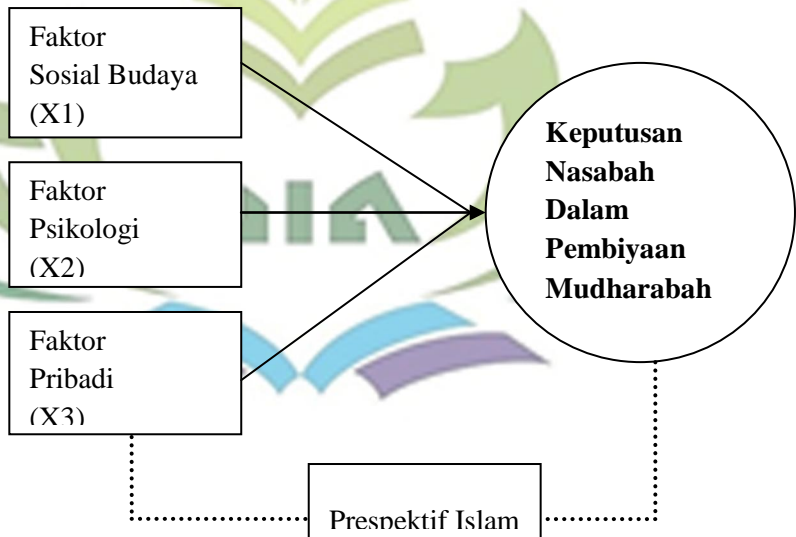
**H4: terdapat faktor sosial budaya, psikologis, dan pribadi (X1, X2, X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dalam memilih pembiayaan mudharabah pada bank muamalat indonesia KCP kota bumi**

---

<sup>37</sup> Karona cahya susena, "faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan griya ib hasanah di PT. Bank BNI syariah kantor cabang Bengkulu", Jurnal Ekombis, Vol. 7, N. 2. 2018. 126.

## 2. Kerangka Berfikir

Keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya. Dalam mengambil suatu keputusan ada faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu sosial budaya, psikologis, dan pribadi dalam memilih pembiayaan mudharabah. Berdasarkan penjelasan gambar dibawah, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial dari faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah faktor sosial budaya, psikologis, dan pribadi.



Keterangan:

1. Variabel (Y) = keputusan nasabah
  2. Variabel (X) =  $X_1$  Sosial Budaya,  $X_2$  Psikologis, dan  $X_3$  Pribadi
- ..... = Prespektif Islam

## DAFTAR RUJUKAN

### **Buku:**

- A.Karim, Adiwarman. *Bank Islam.*( Jakarta: PT. Raja Garfindo Persada, 2006).
- Amri, Sihotang, P. *ilmu sosial budaya dasar.* (Semarang: Semarang university press, 2008)
- Andrianto. *Manajemen bank syariah (impelentasi teori dan praktek.* (Surabaya: cv. Penerbit qiara media, 2019)
- Dolet, Dominikus Unaradjan. *Metode penelitian kuantitatif.* (Jakarta: Universitas katolik Indonesia, 2019)
- Ismail. *perbankan syariah.* (jakarta: kencana, 2011)
- Kasmir. *Manajemen perbankan.* (Jakarta: PT. raja Grafindo Persada, 2002)
- Razak, Mashur. *Perilaku konsumen.* (Makassar: alauddin university press, 2016)
- Rizal, N. *Metode penelitian kuantitatif,* (Lumajang: Widya Gama Press, 2021)
- Sangadji, E. M. *metode peneltiian: pendekatan praktis dalam penelitian.* (yogyakarta: andi, 2010)
- Sumarwan, U. *Perilaku konsumen.* (Bogor: PT. ghalia Indonesia, 2003)

### **Jurnal dan Skripsi:**

- Adhim, Chairul. “Analisi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada butik yulia grace”. Jurnal pendidikan tambusai. Vol. 4, No. 1, (2020).



- Ambo, r. m. “Konsep mudharabah”. Jurnal hukum dictum. Vol. 8, No. 1, (2010).
- Andespa, Roni. “faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah”. Jurnal lembaga keuangan dan perbankan. Vol. 2, No. 1, (2017).
- Anugrah, y. d. “konsep pembiayaan mudharabah dalam bentuk syariah”. Jurnal akuntansi dan keuangan islam. Vol. 2, No. 1, (2021).
- Anwar, Khairul. *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi latex concentrate skim block pada PT. mardec nusa riau kecamatan tapung hulu kabupaten kampar*. Skripsi. UIN sultan syarif kasim riau, 2012:42.
- Ario, Mohd. W. e. “pengaruh psikologi terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah di pekanbaru”. Jurnal islamika. Vol 1, No.1, (2018).
- Berutu, p. s. “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada bank sumut syariah KCPSy marlen”. Jurnal FEB. Vol. 1, No. 1, (2020).
- Dalimunthe, Hasbiana. “Pengaruh gaya kepemimpinan dan motivasi terhadap kinerja karyawan usaha pembungkusan garam”. Jurnal konsep bisnis dan manajemen. Vol. 5. No.1, (2018).
- Dewi susilowati, d. “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah di kota tasikmalaya”. Jurnal ilmu akuntansi. Vol. 11, No. 1, (2018).
- Dira, K. p. “Pengaruh struktur modal likuiditas, pertumbuhan laba, dan ukuran perusahaan pada kualitas laba”. Jurnal akuntansi. Vol. 7, No. 1, (2018)

- Fanitawati, Nella. *pengaruh tingkat harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian bagi konsumen di dapur putih cafe metro*. skripsi IAIN Metro, (2020)
- Fauziah, E. m. “Pengaruh profitabilitas, lingkungan kerja, dan gaji terhadap loyalitas karyawan (studi kasus PT.MBKV cabang cianjur utara dan sukabumi utara). *jurnal aktiva: riset akuntansi dan keuangan*. Vol. 2, No. 2, (2020)
- Haris Romdhoni. a. “Pengaruh pembiayaan mudharabah, musyarakah, dan ijarah terhadap profitabilitas bank muamalat Indonesia. *Jurnal ilmu ekonomi islam*”. Vol. 4, No. 3, (2018).
- Herlina, N. d. “Memilih metode penelitian yang tepat: bagi penelitian bidang ilmu manajemen”. *Jurnal ilmu manajemen*. Vol. 5. No. 1, (2018).
- Hudani, A. “Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian”. *Jurnal e-bisma*. Vol. 1, No. 2, (2019).
- Husen, Mochmad. “Konsep pendidikan islam dalam A-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 31-32 (studi komparatif dalam tafsir ibnu katzir dan tafsir al-misbah)”. *Jurnal aksioma Ad-diniyah*. Vol. 8. No. 2. (2020).
- Ichan, Reza. n. “Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap kinerja pegawai BPJS ketenagakerjaan cabang medan”. *Jurnal ilmiah metadata*. Vol. 2. No. 2, (2020).
- Jayusman, Iyus. “Studi deskriptif kuantitatif tentang aktivitas belajar mahasiswa dengan menggunakan media pembelajaran edmodo dalam pembelajaran sejarah”. *Jurnal artefak*. Vol. 7, No. 1, 2020:15.
- Kaluku, Firliyanti. “Analisis bauran promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk unggulan pada bank syariah mandiri cabang manado”. *Jurnal emba*. Vol. 6. No. 2, (2018).

- Meidatuzzahra, Diah. "Penerapan accidental sampling untuk mengetahui prevalansi akseptor kontrasepsi suntikan terhadap siklus menstruasi (studi kasus: puskesmas jembatan kembar kabupaten lombok barat". *Jurnal unizar*. Vol. 12. No. 1, (2019).
- Metra, Ratmi. y. "Pengaruh emosional rasional keputusan nasabah memilih bertransaksi dengan bank muamalat". *Jurnal apresiasi ekonomi*. Vol. 8. No. 2, (2020).
- Mulazid, m. h. "Pengaruh pomosi, kepercayaan, dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) bank syariah mandiri kcp. sawangan kota depok". *Jurnal ekonomi islam*. Vol. 8. No. 1, (2017).
- Mulyadi, Muhammad. "Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya". *jurnal studi komunikasi dan media*. Vol. 15. No. 1, (2011).
- Mustakim, A. *pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan menabung di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) suriyah cabang semarang*. skripsi Uin walisongo, 2019.
- Nataliana, D. "Pengaruh faktor sosial, faktor budaya, pribadi, psikologis, dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian whitening lotion tanpa BPOM di kota medan". *Jurnal SIMBA*. (2020).
- Nashohah, Muhammad. r. "Pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di kota yogyakarta (studi pada masyarakat non muslim kota yogyakarta)". *Jurnal studi ekonomi*. Vol. 10. No. 2, (2018).
- Naqiah, Zahrotun. "Prespektif islam tentang pengaruh kepribadian dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen". *Jurnal tazkiya*. Vol. 20. No. 2. (2019).

- Nurliani. "Studi psikologi pendidikan". jurnal as-salam. Vol. 1. No. 2, (2016).
- Nur, Muhammad effendi. "Pendidikan sosial budaya dalam prespektif Al-Qur'an". Jurnal tarbiyh islamiyah. Vol 5. No. 2. (2015).
- Pristinda, Y. d. "Pengaruh pembiayaan mudharabah dan murabahah terhadap profitabilitas (retrun on assets) bank pembiayaan rakyat syariah di indonesia 2012-2016". Jurnal ekonomika indonesia. Vol. 7. No. 2, (2018).
- Purwanti, E. "Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler indosat di kecamatanpringus kab. Semarang". Jurnal among makarti. Vol. 6, No. 2, (2013).
- Sa'adiyah, M. "Mudharabah dalam fiqh dan perbankan syariah". jurnal equirilibrium. Vol. 2, No. 2, (2013).
- Setiawan, Ebta. 2012-2021. Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) daring. <https://kbbi.web.id/pengaruh>, diakses pada 28 januari 2021 pukul 10.45.
- Subagiyo, R. "Pengaruh brand image terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan di bmt sahara tulung agung". Jurnal malia. Vol. 8. No. 1, (2016).
- Sufitrayati. "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kota banda aceh". Jurnal Ihtiyath. Vol. 2. No. 1, (2018).
- Susena, K. c. "Faktor-faktor yang memepengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan griya ib hasanah di PT. bank bni syariah kantor cabang bengkulu". Jurnal ekonomi dan bisnis. Vol. 7. No. 2, (2019).
- Syahid, E. d. "Penerapan pembelajaran pendidikan agama islam dalam membentuk karakter pribadi yang islami". jurnal edumapsul. Vol. 2. No. 1, (2018).

Taiawan, Aldi. j. *pengaruh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah*. skripsi UIN raden intan. 2021:7.

Zulkifli Zainudin, y. h. “Analisis faktor dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan perbankan syariah (studi pada PT bank syariah mandiri cabang ciputat”. *jurnal keuangan dan perbankan*. Vol. 13. No. 1, (2016).

