

**PENGARUH PERSEPSI DAN PERILAKU PEDAGANG PASAR  
SEMBORO MEMILIH PEMBIAYAAN *MURABAHAH* ( STUDI KASUS  
NASABAH KSPPS BMT UGT SIDOGIRI KCP SEMBORO)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**OLEH:  
ANGGINA DWI NASWATI  
1817202092**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANGGINA DWI NASWATI  
NIM : 1817202092  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro  
Memilih Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus Nasabah  
BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/  
karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 12 Juni 2022  
Saya yang menyatakan,



**Anggina Dwi Naswati**  
NIM.1817202092

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Profesor. K.H. Saifuddin Zuhri

di-

Purwokerto.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Anggina Dwi Naswati yang berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI DAN PERILAKU PEDAGANG PASAR SEMBORO MEMILIH PEMBIAYAAN *MURABAHAH* ( STUDI KASUS NASABAH BMT UGT SIDOGIRI KCP SEMBORO)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Profesor. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 12 Juni 2022  
Pembimbing,



**Rahmini Hadi S.E., M.Si**  
**NIP.19790323 201101 1 007**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI DAN PERILAKU PEDAGANG  
PASAR SEMBORO MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH  
(STUDI KASUS NASABAH KSPSS BMT UGT SIDOGIRI KCP SEMBORO)**

Yang disusun oleh Saudara Anggina Dwi Naswati NIM 1817202092 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Rabu tanggal 22 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimih, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Erjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.  
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
NIP. 19701224 200501 2 001

Purwokerto, 23 Juni 2022

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

**Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih  
Pembiayaan *Murabahah*  
(Studi Kasus Nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)**

**Anggina Dwi Naswati  
NIM. 1817202092**

Email: [angginadwi333@gmail.com](mailto:angginadwi333@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang sangat cocok untuk menyelesaikan permasalahan keuangan. BMT menggunakan prinsip syariah dan bebas dari unsur riba yang dilarang dalam hukum Islam. BMT berfungsi sebagai pendukung peningkatan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan pengusaha kecil berbasis sistem syariah. Berdirinya KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro yang letaknya berada ditengah-tengah pasar Semboro, dengan produk pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan oleh KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro meringankan kebutuhan pedagang pasar Semboro. Pedagang pasar lebih memilih pembiayaan *murabahah* karena memang cocok untuk kebutuhan toko-tokonya, sebelum proses memilih pastinya ada hal yang dipertimbangkan yaitu persepsi dan perilaku pedagang pasar tersebut.

Peneliti mengangkat permasalahan mengenai pengaruh persepsi dan perilaku pedagang pasar Semboro memilih pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro baik secara parsial (individu) maupun simultan (Bersama-sama). Adapun tujuan dari peneliti ini yaitu untuk mengetahui pengaruh signifikan persepsi dan perilaku terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Murabahah*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan pengambilan sampel dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi ordinal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Angka koefisien korelasi pada tersebut bernilai positif sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah, dan dapat disimpulkan bahwa ketika persepsi semakin baik maka semakin kuat memilih pembiayaan *murabahah*. Diketahui pula nilai signifikan atau Sig. (2-tailed) sebesar 0,000; dikarenakan nilai Sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Dan ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel persepsi dengan memilih pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Pada perhitungan regresi ordinal yang simultan yaitu pada perhitungan tabel model fitting information, menunjukkan nilai -2 log likelihood model intercept only sebesar 91,338 sedangkan nilai -2 log likelihood dengan memasukkan variabel independen ke dalam model final terjadi penurunan nilai menjadi 49,838. Perubahan nilai ini merupakan nilai chisquare sebesar 41.500.

Dan pada nilai kolom sig pada tabel model fitting information sebesar 0,000 berarti model signifikan karena nilai pada kolom  $si \leq \alpha$  (0,05). Dari model tersebut , dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi (X1), dan perilaku (X2) sama-sama berpengaruh secara simultan terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (Y).

**Kata kunci: Persepsi, Perilaku, Pembiayaan Murabahah, BMT**



**Influence of Perception and Behavior of Semboro Market Traders Choosing  
Murabahah Financing  
(Case Study of Customers of BMT UGT Sidogiri KSPPS KCP Semboro)**

**Anggina Dwi Naswati**  
**NIM. 1817202092**

Email: [angginadwi333@gmail.com](mailto:angginadwi333@gmail.com)

Syariah banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business  
State Islamic University of Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) is a sharia microfinance institution that is very suitable for solving financial problems. BMT uses sharia principles and is free from elements of usury which is prohibited in Islamic law. BMT functions as a supporter of improving the economic quality of micro entrepreneurs and small entrepreneurs based on the sharia system. The establishment of KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro which is located in the middle of the Semboro market, with murabahah financing products offered by KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro eases the needs of Semboro market traders. Market traders prefer murabahah financing because it is suitable for the needs of their shops, before the selection process there are certain things to consider, namely the perceptions and behavior of market traders.

The researcher raised the issue of the influence of perceptions and behavior of Semboro market traders choosing Murabahah financing at KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro either partially (individually) or simultaneously (together). The purpose of this researcher is to determine the significant influence of perceptions and behavior on customer decisions to choose Murabahah financing. This study uses a quantitative approach. By taking samples with purposive sampling technique. The data used is primary data obtained from the results of filling out the questionnaire. In this study using ordinal regression analysis method.

The results showed that the correlation coefficient was positive so that the relationship between the two variables was unidirectional, and it could be concluded that the better the perception, the stronger the choice of murabahah financing. It is also known that the significant value or Sig. (2-tailed) of 0.000; due to the value of Sig. (2-tailed)  $0.000 < 0.05$  then  $H_0$  is rejected. And this means that there is a significant relationship between the perception variable and choosing murabahah financing at KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. In the simultaneous ordinal regression calculation, namely the calculation of the model fitting information table, it shows a value of -2 log likelihood of the intercept only model of 91.338 while the value of -2 log likelihood by entering the independent variable into the final model decreases the value to 49.838. The change in this value is a chisquare value of 41,500. And the value of the sig column in the model fitting information table is 0.000 which means the model is significant because the value in the si (0.05) column. From this model, it can be

concluded that the perception variable (X1) and behavior (X2) have a simultaneous effect on choosing murabahah financing (Y).

**Keywords: Perception, Behavior, *Murabahah* Financing, BMT**





***MOTTO***

“Kalau bisa sekarang kenapa harus nanti?”



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan garis di bawah)
ض	D'ad	Ḍ	de (dengan garis di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah		Apostrof
ي	Ya'	Y	Ya

### 2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عدة	Ditulis s	'iddah
-----	--------------	--------

### 3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	Zakât al-fitr
------------	---------	---------------

#### 4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	ditulis	a
◌ِ	Kasrah	ditulis	i
◌ُ	Dammah	ditulis	u

#### 5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya’ mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya’ mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروء	ditulis	furûd

#### 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya’ mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

#### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a’antum
أعدت	ditulis	u’iddat

#### 8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyahyang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya.

السماء	ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

#### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

زوى الفروض	ditulis	zawi al-furûd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat yang tak terhitung serta yang memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa kita lantunkan kepada junjungan nabi kita yaitu Nabi Muhammad SAW, yang memberikan syafa'atnya di hari akhir kelak dan semoga saja kita semua mendapatkan syafa'at dari Beliau, Aamiin.

Bagi penulis, proses pengerjaan skripsi bukanlah hal yang mudah. Dibutuhkan niat, semangat, tekad, fisik dan mental yang kuat serta waktu yang cukup lama untuk dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus Nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)”

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik itu secara moril maupun materiil. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih banyak dan penghargaan yang tulus serta setinggi-tingginya kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Bapak Ibu saya Bapak Sarmat dan Ibu Siti Jaitun tercinta, yang sudah melakukan pengorbanan waktu, tenaga, pikiran, batin, dan rasa kasih sayang yang sangat tulus.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Roqib, M. Ag. selaku rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Bapak Dr. Jamal Abdul Aziz, M. Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Ibu Rahmini Hadi, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis, memberikan masukan, arahan, motivasi dan saran-saran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan penuh kesabaran.

5. Ibu Dewi Laila Hilyatin, S. E., M. Si. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah dan Pembimbing Akademik, atas segala bantuan dan bimbingan.
6. Dosen-dosen yang selama ini telah membina, memberikan berbagai pengetahuan dan pembelajaran bagi kami.
7. Semua staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan pelayanan yang baik.
8. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Zakiya Hasna dan Haniffatul Laeli, kawan senasib dalam mengerjakan skripsi.
10. Fisa Laeli Nurhati teman seperjuangan dari pertama pendaftaran Mahasiswa/I baru UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Teman-teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah C 2018 dan jurusan lainnya.
12. Abdul Ghofur yang selalu ada di saat saya membutuhkan sesuatu yang mendesak.
13. Semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Terimakasih untuk saya sendiri, karena sudah sampai pada titik ini.

Terima kasih untuk semuanya. Tanpa Anda semua, penulis bukanlah siapa-siapa. Meskipun kegiatan penulis ini sudah dilakukan secara maksimal, namun penulis merasa masih banyak kekurangan. Untuk itu saran dan kritik yang membangun saya harapkan untuk memperbaiki studi selanjutnya. Akhir kata, semoga hasil karya ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bermanfaat bagi penulis khususnya.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>C. Tujuan dan Manfaat</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>8</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
<b>A. Kajian Teori</b> .....	<b>9</b>
<b>B. Kajian Pustaka</b> .....	<b>29</b>
<b>C. Hubungan antar Variabel</b> .....	<b>34</b>
<b>D. Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>35</b>
<b>E. Hipotesis Penelitian</b> .....	<b>36</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>38</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>
<b>A. Jenis Penelitian</b> .....	<b>38</b>
<b>B. Tempat dan Waktu Penelitian</b> .....	<b>38</b>
<b>C. Populasi dan Sampel Penelitian</b> .....	<b>38</b>
<b>D. Variabel dan Indikator Penelitian</b> .....	<b>39</b>
<b>E. Pengumpulan Data Penelitian</b> .....	<b>42</b>
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	<b>44</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>49</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>49</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>49</b>
<b>B. Deskripsi Responden</b> .....	<b>52</b>
<b>C. Deskripsi Variabel</b> .....	<b>54</b>

<b>D. Analisis Data</b> .....	54
<b>E. Pembahasan dan Hasil Penelitian</b> .....	73
<b>BAB V</b> .....	<b>78</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>78</b>
<b>Kesimpulan dan Saran</b> .....	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>79</b>



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak sebagai penyedia jasa keuangan bagi nasabahnya. Pada umumnya lembaga keuangan ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah. Di Indonesia lembaga keuangan dapat dikelompokkan dalam dua bentuk yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Lembaga keuangan bank di Indonesia terdiri dari dua jenis, yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Sedangkan lembaga keuangan non bank antara lain berbentuk koperasi dan asuransi yang melakukan usahanya dalam bentuk konvensional maupun syariah. Kedua jenis lembaga keuangan tersebut memiliki fungsi yang sama, yaitu sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan sebagai penyalur dana kepada masyarakat (Eli Sri Dyah, 2020).

Lembaga keuangan non bank mikro syariah Baitul Maal wat Tamwil (BMT) sangat cocok untuk mengatasi masalah ekonomi pada basis ekonomi mikro. BMT menggunakan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba yang diharamkan di dalam syariat Islam. Adapun fungsi lembaga ini adalah sebagai pendukung peningkatan kualitas usaha ekonomi terutama pengusaha ekonomi menengah. BMT sangat dibutuhkan oleh masyarakat, terutama masyarakat di bidang usaha mikro bahkan di bawah itu. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro memiliki kekayaan bersih sebesar Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan. Masyarakat yang datang ke BMT rata-rata adalah para usaha yang memiliki kekayaan jauh di bawah angka tersebut, seperti tukang sayur di pasar tradisional, dan lain-lain (Krisna Sudjana, Rizkison, 2020).

Dalam posisinya di tengah-tengah masyarakat, lembaga keuangan islam pada dasarnya sama dengan lembaga keuangan konvensional dalam arti bahwa ia juga merupakan lembaga perantara. Perbedaan lembaga keuangan



konvensional dan lembaga keuangan Islam terletak pada produk-produk dan layanan jasa yang ditawarkan serta legalitas keagamaan. Seperti halnya lembaga konvensional, kehadiran lembaga keuangan Islam hendaknya atas dasar kebutuhan masyarakat dan tuntutan perekonomian. Kredibilitas dan profesionalitas, yang merupakan syarat kelangsungan dari perkembangan lembaga keuangan konvensional, juga menjadi syarat bagi kelangsungan perkembangan lembaga keuangan Islam (Albab, 2018).

BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) merupakan salah satu lembaga keuangan syariah keuangan syariah yang bersifat non bank yang aktivitasnya bertujuan untuk meningkatkan taraf perekonomian serta mengembangkan usaha-usaha produktif perusahaan kecil. Pada umumnya kegiatan BMT adalah sama seperti perbankan, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat (Rohman, 2019). BMT merupakan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha terutama usaha menengah kebawah, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi yaitu, menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanah dan merupakan lembaga keuangan yang melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha, terutama pengusaha menengah kebawah dengan mengajak masyarakat untuk melakukan kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya dengan prinsip syariah (Ridwan, 2013).

Dikutip dari situs resmi Kabupaten Pasuruan KSPPS BMT UGT Sidogiri merupakan koperasi terbesar di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2000, BMT UGT Sidogiri juga mempunyai aset sebesar 2,2 Triliun yang berhasil dibukukan per Desember 2019. Tidak hanya itu, Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah juga mengapresiasi progres perkembangan BMT Sidogiri selama beberapa tahun terakhir, menurutnya BMT Sidogiri layak

dijadikan sebagai acuan bagi koperasi lainnya dari berbagai aspek (Admin Kominfo, 2020).

KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro merupakan salah satu cabang BMT Sidogiri yang terletak di Desa Semboro Pasar, Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur yang berdiri sejak 14 April 2007. Adanya KSPSS BMT Sidogiri UGT KCP Semboro yang menawarkan produk islami disambut gembira oleh masyarakat khususnya pedagang pasar Semboro. Karena hal ini adalah moment yang sangat ditunggu sejak masyarakat paham tentang dikeluarkannya fatwa haram bunga bank oleh MUI. Terlebih jika dilihat dari latar belakang penduduk besar indonesia yang beragama islam. Pembiayaan yang diharapkan tidak memberatkan dan merugikan mereka. Ujar salah satu pedagang pasar Semboro, dari awal berdirinya KSPSS BMT Sidogiri di tengah-tengah pasar, pedagang pasar banyak yang tertarik untuk mengajukan pembiayaan, yang digunakan sebagai tambahan modal usaha dan memenuhi kebutuhan toko para pedagang pasar. (Wawancara Pimpinan BMT UGT Sidogiri KCP Semboro, 2021).

*Pembiayaan* adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan dan kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Kasmir, 2000). Salah satu fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh BMT adalah pembiayaan *murabahah*.

*Murabahah* adalah akad yang saling menguntungkan yang dilakukan oleh pihak pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan ketentuan bahwa harga barang dan harga jual terdapat selisih lebih yang merupakan keuntungan bagi pemilik dana, sedangkan pengembaliannya dapat dilakukan secara tunai dan angsuran (Rosyida, 2019).

Dalam hal penyaluran dana KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro lebih mengedepankan pembiayaan murabahah, dengan alasan bahwa produk pembiayaan murabahah merupakan produk yang paling unggul di KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro dibandingkan dengan pembiayaan yang lain dan jumlah nasabah yang setiap tahun selalu mengalami peningkatan (Tabel 1.1), dan pembiayaan murabahah risikonya lebih kecil dibandingkan dengan pembiayaan yang lain, karena pihak BMT telah membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan nasabahnya baik dari segi pembayaran maupun jumlah margin yang ditetapkan oleh pihak BMT, serta pengembalian yang telah ditentukan sejak awal, yang memudahkan pihak BMT dalam memprediksi keuntungan yang akan segera diperoleh (Wawancara Pimpinan BMT UGT Sidogiri KCP Semboro, 2021).

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Pembiayaan Murabahah Pada BMT UGT Sidogiri KCP Semboro**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Jumlah Dana Yang Disalurkan</b>
2018	4922	Rp. 7.909.481.350
2019	6793	Rp. 17.797.337.207
2020	7062	Rp. 19.297.846.115

*Sumber data: Laporan Pembiayaan Murabahah BMT UGT Sidogiri KCP Semboro, 2021*

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah pembiayaan murabahah selalu mengalami peningkatan, serta jumlah dana yang disalurkan per tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pembiayaan murabahah cukup diminati. Menurut pihak KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro pembiayaan murabahah memang merupakan pembiayaan yang selalu menempati peringkat pertama dan risiko yang sangat kecil bagi nasabah dan pihak lembaga dibandingkan pembiayaan yang lain. Alasan KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro menawarkan pembiayaan murabahah karena pembiayaan murabahah di anggap lebih cocok untuk memenuhi

kebutuhan segmen menengah ke bawah, seperti halnya pedagang pasar yang menjadi fokus sasaran KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro yang membutuhkan modal untuk pembelian barang dagang (Wawancara Staf BMT UGT Sidogiri KCP Semboro, 2021).

Dikutip dari jurnal (Setiyarini, 2012) menunjukkan bahwa dalam memilih pembiayaan ada dasar yang menjadi sebab nasabah memilih pembiayaan, seperti perilaku maupun persepsi. *Persepsi* merupakan suatu proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti.

Yang menjadi penyebab mayoritas nasabah KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro tersebut pedagang Pasar Semboro, dikarenakan letak BMT ini berada ditengah-tengah lingkungan pasar Semboro. Pedagang pasar tertarik untuk mengajukan pembiayaan murabahah di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro karena desakan kebutuhan modal dimana mereka selalu mengalami kesulitan ketika akan membeli barang dagangan dan minimnya akses permodalan pedagang pasar maupun pedagang lainnya ke bank syariah maupun bank konvensional. Namun setelah mengajukan pembiayaan murabahah dikalangan masyarakat terutama pedagang pasar, masih ada tanggapan sinis yang merumuskan persepsi mereka tentang apa itu pembiayaan murabahah dan apa bedanya kredit di bank konvensional (Wawancara Pedagang Pasar Semboro, 2021). Persepsi Nasabah ini merupakan tanggapan terhadap suatu hal yang ditawarkan oleh BMT, yang nantinya akan menjadi dasar keputusan pengambilan mengajukan pembiayaan.

*Loundon dan Bitta* (1995) menjelaskan perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa. Jadi di dalam menganalisis perilaku

konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan kegiatan saat pembelian, akan tetapi juga meliputi proses pengambilan keputusan yang menyertai pembelian.

*Mc Daniel, Lamb dan Hir* mendefinisikan perilaku konsumen sebagai proses seorang konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk atau jasa. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan pengamatan terhadap pengambilan keputusan, pola pembelian dan kebiasaan yang terjadi di masyarakat secara umum, dimana pola dan kebiasaan tersebut dapat berubah sangat dinamis, yang dipengaruhi oleh pengetahuan, perilaku dan lingkungan dimana masyarakat tersebut berada (Indrawati,dkk., 2017).

Menurut (Kusnadi, 2005) bahwa memilih sama dengan pengambilan keputusan dari beberapa alternatif yang tersedia dengan memperhatikan kondisi sekitar. Mengambil Keputusan adalah proses penelurusan masalah yang berawal dari latar belakang, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan (Supranto, 2009). Margin pembiayaan murabahah di BMT memang cenderung lebih mahal karena BMT tergolong lembaga keuangan syariah yang kecil dan lembaga keuangan milik swasta sehingga membutuhkan jaminan yang kuat dan margin yang mahal (Wawancara Staf BMT UGT Sidogiri KCP Semboro, 2021). Apabila ada nasabah yang jeli, maka mereka akan membandingkan mengapa lebih memilih pembiayaan murabahah di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro padahal margin yang digunakan lebih mahal dibanding bank konvensional.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu pedagang pasar Semboro mengapa lebih memilih pembiayaan murabahah di KSPSS BMT UGT Sidogiri, menurut salah satu pedagang pasar bahwa memilih pembiayaan murabahah di BMT UGT Sidogiri karena sesuai kebutuhan, “Saya mengajukan pembiayaan dengan akad murabahah karena sesuai kebutuhan saya, dengan jumlah pembiayaan yang ringan yaitu minimal Rp. 500.000 dengan jaminan sertifikat toko kami, sedangkan di bank atau lembaga keuangan lain yang disekitar semboro tidak mungkin bisa mengajukan pembiayaan dengan jumlah tersebut”. Dengan adanya wawancara tersebut maka munculah persepsi dan perilaku yang kemudian akan sampai pada tahap memilih untuk tetap menggunakan pembiayaan murabahah di KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro (Wawancara Pedagang Pasar Semboro).

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dan untuk memperjelas arah penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana pengaruh persepsi pedagang pasar Semboro memilih pembiayaan *murabahah* di KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro?
- b. Bagaimana pengaruh perilaku pedagang pasar Semboro memilih pembiayaan *murabahah* di KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro?
- c. Bagaimana pengaruh persepsi dan perilaku pedagang pasar Semboro memilih pembiayaan *murabahah* di KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

- a. Mengetahui pengaruh persepsi pedagang pasar Semboro memilih pembiayaan *murabahah* di KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.
- b. Mengetahui pengaruh perilaku pedagang pasar Semboro memilih pembiayaan *murabahah* di KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.
- c. Mengetahui pengaruh persepsi dan perilaku pedagang pasar Semboro memilih pembiayaan *murabahah* di KSPSS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran, memperkaya wawasan konsep dan teori terhadap ilmu pengetahuan dari hasil penelitian persepsi dan perilaku pedagang pasar Semboro memilih pembiayaan *murabahah* pada BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

### b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan permasalahan persepsi dan perilaku nasabah memilih pembiayaan *murabahah*. Selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Teori

#### 1. BMT (Baitul Maal wa Tamwil)

##### a. Pengertian Baitul Maal wa Tamwil

BMT adalah organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran BMT akan terlihat pada definisi baitul maal, sedangkan peran bisnis BMT terlihat pada definisi baitul tamwil sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan lembaga amil zakat, oleh karenanya, baitul maal ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi lembaga amil zakat yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber-sumber dana sosial yang lain. Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usaha ini seperti usaha perbankan yaitu menghimpun dana anggota dan calon anggota serta menyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan (M. Ridwan, 2004).

*Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dalam hukum islam dapat bersumber pada pengaturan terhadap konteks hukum bisnis dalam Islam. Konsep lembaga keuangan mikro syariah BMT pada dasarnya tidak secara khusus ditegaskan didalam Al-qur'an, tetapi Al-qur'an telah menjelaskan peraturan mengenai penggunaan (penafkahan) harta benda sesuai dengan tuntunan agama. Penjelasan Al-qur'an yang berkaitan dengan BMT terdapat pada firman Allah SWT. (QS. Al-Baqarah :261) yaitu :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ

سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ُ



*“Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Mahaluas, Maha Mengetahui”. (QS. Al-Baqarah :261)*

Sesuai dengan ayat diatas BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang kegiatannya tidak hanya memperoleh keuntungan semata namun lebih pada memberikan kemaslahatan umat, yaitu salah satunya adalah menjalin silaturahmi dengan mengadakan kerja sama bagi hasil dengan membagi keuntungannya sesuai kesepakatan antara pihak yang bersangkutan. Keberadaan BMT saat ini sangat berperan dalam memenuhi kebutuhan dana bagi pihak defisit dana untuk mengembangkan memperluas suatu usaha atau bisnis. Bank syariah sering bekerja sama dengan BMT dalam menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat. Kerja sama ini dilakukan mengingat BMT memiliki kemampuan akses kepada masyarakat berpenghasilan rendah yang memerlukan pembiayaan dalam skala kecil mikro (Rizal Yaya, dkk., 2014).

b. Tujuan

Didirikannya BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pengertian tersebut di atas dapat dipahami bahwa BMT berorientasi pada peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Dengan sendirinya, tidak dapat dibenarkan jika para anggota dan masyarakat menjadi sangat tergantung pada BMT. Dengan menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya. Sifat usaha BMT berorientasi pada bisnis dimaksudkan supaya pengelolaan BMT dapat di jalankan secara professional, sehingga mencapai tingkat efisiensi tertinggi. Aspek bisnis BMT menjadi kunci sukses mengembangkan BMT, dari sinilah BMT akan mampu memberikan

bagi hasil yang kompetitif kepada para deposannya serta mampu meningkatkan kesejahteraan para pengelolanya sejajar dengan lembaga lain (M. Ridwan, 2004).

c. Fungsi Baitul Maal wa Tamwil

Dalam rangka mencapai tujuannya, BMT memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota BMT dan daerah kerjanya.
- 2) Meningkatkan kualitas SDM anggota dan menjadikan lebih profesional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
- 3) Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.
- 4) Menjadi perantara keuangan antara agniya sebagai shahibul maal dengan dhuafa sebagai mudharib, terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, sedekah, wakaf, hibah dll.
- 5) Menjadi perantara keuangan, antara pemilik dana, baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana untuk pengembangan usaha produktif (M. Ridwan, 2004).

## 2. Tinjauan Umum Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Arti pembiayaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan biaya. Secara etimologi pembiayaan berasal dari kata biaya, yaitu membiayai kebutuhan usaha.

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Kasmir, 2001). Menurut UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah menjadi UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan dalam Pasal 1 Nomor (12), yang berbunyi “Pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil”. Dan Pasal 1 Nomor (13), yang berbunyi “Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*)”.

Istilah pembiayaan pada dasarnya lahir dari pengertian I believe, I trust, yaitu „saya percaya“ atau „saya menaruh kepercayaan“. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (trust) yang berarti bank menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberika oleh bank selaku shahibul maal. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas serta

saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, sebagaimana firman Allah SWT dalam: Q.S. An-Nisa" (4) ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Dalam kegiatan penyaluran dana Lembaga Keuangan Syariah melakukan investasi dan pembiayaan. Disebut investasi karena prinsip yang dilakukan adalah prinsip penanaman dana atau penyertaan, dan keuntungan yang akan diperoleh bergantung pada kinerja usaha yang menjadi objek penyertaan tersebut sesuai dengan nisbah bagi hasil yang telah diperjanjikan sebelumnya. Disebut pembiayaan karena Bank Syariah maupun Lembaga Syariah menyediakan dana guna membiayai kebutuhan nasabah yang memerlukan dan layak memperolehnya. Pembiayaan atau *financing* ialah pendanaan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 No. 25, dinyatakan bahwa:

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*;
- 2) Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*;
- 3) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna*';

- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*; dan
- 5) Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan pihak satu dengan yang lain, yang mewajibkan pihak yang dibiayai diberikan fasilitas dana tersebut setelah jangka waktu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil (istiqra', 2016).

*Antonio* memandang bahwa pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Dari uraian-uraian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa pembiayaan bisa berupa uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang misalnya bank atau lembaga pembiayaan membiayai pembelian mobil atau barang lainnya. Kemudian adanya kesepakatan antara pihak pemberi pembiayaan terhadap pihak penerimaan pembiayaan dengan perjanjian yang telah disepakati. Dalam perjanjian pembiayaan tercakup hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk jangka waktu serta perolehan keuntungan yang telah ditetapkan bersama berdasarkan kedua belah pihak.

b. Jenis-jenis pembiayaan

Kegiatan pembiayaan (*financing*) yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal, yaitu (istiqra', 2016). :

- 1) Pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan sektor produktif, seperti pembiayaan modal kerja, pembiayaan pembelian barang modal, dan lainnya yang mempunyai tujuan untuk pemberdayaan sektor riil. Menurut

keperluannya pembiayaan produktif dapat dibagi dalam hal berikut:

- a) Pembiayaan modal kerja yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan peningkatan produksi, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi, dan untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
  - b) Pembiayaan investasi, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal beserta fasilitasnya yang erat kaitannya dengan itu.
- 2) Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan yang bersifat konsumtif, seperti pembiayaan yang digunakan untuk pembelian rumah, kendaraan bermotor, biaya pendidikan, dan apapun yang sifatnya konsumtif.
- c. Produk pembiayaan di BMT
- 1) UGT GES (Gadai Emas Syariah)  
Gadai Emas Syariah adalah fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas, ini sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah. Akad yang digunakan dalam Gadai Emas Syariah adalah akad Rahn bil Ujrah. Keuntungan dan manfaat dari akad ini proses yang cepat dan mudah dan pembiayaan langsung cair tanpa survey terlebih dahulu.
  - 2) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)  
Modal Usaha Barokah adalah fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil. Akad yang digunakan adalah akad berbasis bagi hasil (mudharabah/musyarakah) atau jual beli (murabahah). Manfaat dari Modal Usaha Barokah adalah pembiayaan usaha komersial mikro dan kecil.
  - 3) UGT MTA (Multi Guna Tanpa Agunan)

Multi Guna Tanpa Agunan adalah fasilitas pembiayaan tanpa agunan untuk memenuhi kebutuhan anggota. Akad yang digunakan dalam produk ini adalah berbasis jual beli (murabahah), atau berbasis sewa (ijarah & kafalah). Biasanya dalam produk ini dalam penggunaan modal usaha, biaya pendidikan dan biaya rumah sakit. Keuntungan dari Multi Guna Tanpa Agunan yaitu untuk membantu mempermudah anggota memenuhi kebutuhan dana untuk modal usaha dan konsumtif dengan mudah dan cepat dan anggota tidak perlu menyerahkan agunan yang di letakkan di BMT. Ketentuan dalam produk ini maksimal plafon pembiayaan sampai dengan Rp. 1.000.000,-.

4) UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)

Kendaraan Bermotor Barokah merupakan fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor. Akad yang digunakan adalah akad jual beli (murabahah). Manfaat dari produk ini yaitu membantu anggota dalam memiliki kendaraan bermotor dengan mudah dan barokah.

5) UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik)

Fasilitas pembiayaan yang di tunjukan untuk pembelian barang Telektronik seperti laptop, komputer, TV, kulkas dsb. Akad yang digunakan adalah akad berbasis jual beli (murabahah) atau akad ijarah muntahiyah bittamlik. Manfaat dari produk ini yaitu bisa memilih barang elektronik sesuai keinginan. Maksimal plafon pembiayaan sampai 10 juta. Jaminan bisa berupa barang yang diajukan atau jaminan berharga yang lain seperti BPKB dan sertifikat tanah.

6) UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji)

Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi anggota untuk memenuhi kebutuhan kekurangan setoran awal. Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh kementrian agama

untuk mendapatkan nomor seat porsi haji. Akad yang digunakan adalah akad Kafalah bil Ujrah dan Wakalah bil Ujrah (Brosur Produk Pembiayaan BMT UGT Sidogiri).

### 3. Murabahah

#### a. Pengertian Murabahah

Menurut *M. Syafi'i Antonio* dalam bukunya, mengartikan bahwa Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini, penjual harus memberikan pokok produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahan, menentukan lama pembiayaan dan besar angsuran yang akan diangsur (*Syafi'i Antonio, 2003*).

Menurut PSAK 102 Akutansi Murabahah, menyatakan bahwa Murabahah akad jual beli barang dengan harga jual sebesarbiaya perolehan ditambah keuntungan yang di sepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli. Fatwa DSN NO.04/DSN-MUI/IV/2000 berisi pengertian murabahah, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba. Sebagian produk penyaluran dana kepada masyarakat adalah berupa pembiayaan didasarkan pada akad jual beli (*IKAPI, 2009*). *Ba'i al-murabahah* sebagaimana didefinisikan oleh ulama fiqh adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.

#### b. Rukun murabahah

- 1) Penjual (Ba'i).
- 2) Pembeli ( Musytari).
- 3) Objek jual beli (Mabi").
- 4) Harga (Tsaman).
- 5) Ijab dan qabul (*Wiroso, 2005*).



c. Syarat pembiayaan murabahah

- 1) Penjual harus memberitahu biaya kepada nasabah.
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang sudah ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian.

Secara prinsip, jika semua syarat diatas tidak dipenuhi, maka pembeli memiliki pilihan :

- 1) Melanjutkan pembelian seperti apa adanya.
- 2) Kembali kepada penjual dan menyatakan ketidaksetujuan atas barang yang dijual.
- 3) Membatalkan kontrak (Wiroso, 2005).

d. Dasar hukum murabahah

Adapun dasar hukum murabahah sebagai berikut :

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS. Al-Baqarah: 275).

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ :  
أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ } رَوَاهُ الْبَرَزِيُّ  
وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

“Bahwa Nabi SAW ditanya: Apakah pekerjaan yang paling baik/afdhal?, Beliau menjawab: Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri (hasil jerih payah sendiri), dan setiap jual beli

*yang mabrur*” (Hadist Riwayat al-Bazzar, dan dishahihkan oleh al-Hakim).

Dari kedua ayat dan hadist diatas diketahui bahwa Allah membedakan antara jual beli dan riba secara hukum. Allah mengharamkan riba dan menghalalkan jual beli. Jual beli menjadi halal menurut peraturan yang diakui oleh syariat, yaitu jual beli yang dilakukan suka sama suka atau saling rela di antara pihak pembeli dan pihak penjual (al-Imam Abul Fida Ismail Ibnu Katsir ad-Damasyqi, Tafsir Ibnu Katsir juz 5).

#### **4. Persepsi**

##### **a. Pengertian Persepsi**

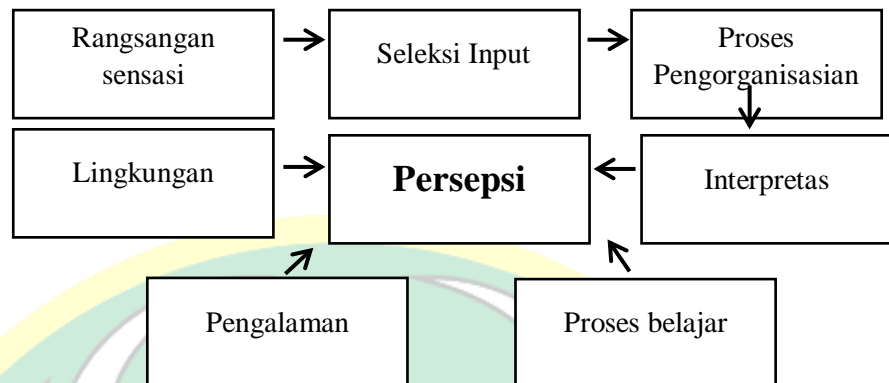
Dalam kamus besar bahasa Indonesia ditemukan makna persepsi yang berarti pemahaman, penafsiran dan tanggapan individu proses untuk mengingat atau mengidentifikasi sesuatu.

Persepsi menurut Kotler adalah proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengelola dan menafsirkan suatu input informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti. Persepsi ini tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik tetapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Ketiga poin inilah yang menentukan sebuah persepsi (Philip Kotler, 2003).

##### **b. Proses terbentuknya persepsi**

Dalam psikologi kontemporer secara umum persepsi yang terbentuk dari stimuli-stimuli diberlakukan sebagai suatu variabel campur tangan (*intervening variable*), bergantung pada faktor-faktor perangsang, cara belajar, perangkat keadaan jiwa atau suasana hati, dan faktor-faktor motivasional. Untuk memudahkannya dapat dilihat pada gambar dibawah ini (Rita Damayanti, 2000) :

**Gambar 2.1**  
**Proses Pembentukan Persepsi**



Sumber : Rita Damayanti, *Dasar-dasar Psikologi*, (2000).

Persepsi pada prinsipnya adalah memberikan arti kepada berbagai data, terdapat beberapa persepsi yang dapat mempengaruhi penafsiran. Diantaranya adalah perangkat persepsi, nilai-nilai atau kepercayaan yang dianut individu akan mempengaruhi persepsi yang diterima. Kepercayaan dan pendapat-pendapat, dapat disebut sebagai perangkat-perangkat persepsi. Persepsi lain yang mempengaruhi penafsiran adalah pembelaan persepsi, apabila terdapat data atau rangsangan – rangsangan yang diterima individu bertentangan dengan nilai dan keyakinan yang dimiliki, maka individu melakukan apa yang disebut persepsi dengan mekanisme menolak data yang diterima, memodifikasi data, membenarkan sikap dan kepercayaan dan data itu pasti diterima (Rita Damayanti, 2000).

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

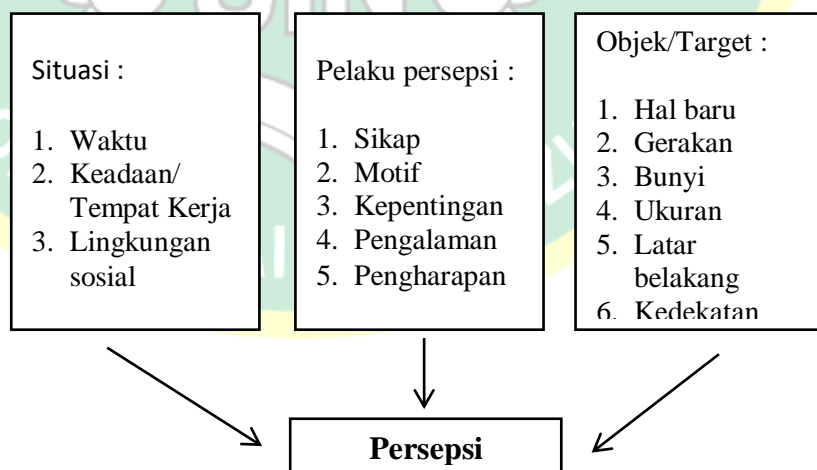
Penjelasan lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi datang dari Robbins. Dia menjelaskan faktor-faktor yang dapat membentuk atau yang dapat memutarbalikkan persepsi seseorang adalah pertama, pelaku persepsi (perceiver). Bila seseorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sarat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik

pribadi dari perilaku persepsi individual tersebut. Di antara karakteristik pribadi yang lebih relevan mempengaruhi perilaku persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan (ekspektasi).

Kedua, target, karakteristik-karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut-atribut lain dari target membentuk cara kita memandangnya. Karena target tidak dipandang dalam keadaan terencil, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau yang mirip.

Ketiga, situasi, merupakan konteks di mana kita melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi manusia (Stephen P. Robbin, 2001). Berikut skema yang bisa digambarkan:

**Gambar 2.2**  
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**



Sumber : Stephen P. Robbin, *Organizational Behavior, 9th Edition, (2001)*

Ada beberapa karakteristik yang mempengaruhi persepsi yaitu (Michael R. Solomon, 1996):

- a. Membedakan stimulus, satu hal yang sangat penting bagi pemasar adalah mengetahui bagaimana nasabah bisa membedakan perbedaan antara dua stimuli atau lebih. Apakah nasabah merasakan perbedaan merek berdasarkan rasa, perabaan, harga dari bentuk kemasan produk agar berbeda dari yang lainnya.
- b. Tingkat ambang batas (threshold level), kemampuan nasabah untuk mendeteksi perbedaan dalam suara, cahaya, bau atau stimuli yang lainnya. Ditentukan oleh tingkat ambang batasnya. Ada dua jenis threshold yaitu, Absolute threshold dan Differential threshold.
- c. Persepsi bawah sadar (subliminal Perception), pemasar (bank) selalu berusaha menciptakan pesan diatas tingkat ambang batas kesadaran konsumen. Para peneliti menemukan bahwa nasabah(konsumen) sebenarnya mampu memberikan respons atas informasi ataupun pesan yang datang pada bawah sadarnya. Artinya, ketika nasabah dirangsang oleh suatu pesan, sebenarnya nasabah tidak menyadari akan keberadaan pesan tersebut, namun alam bawah sadarnya mampu menangkapnya. Dengan demikian stimulus (pesan) tersebut dibawah tingkat ambang batas kesadaran nasabah.
- d. Tingkat adaptasi, suatu konsep yang berkaitan erat dengan ambang batas absolut adalah adaptasi. Hal ini terjadi ketika nasabah sudah merasa terbiasa dan kemudian tidak mampu lagi, maka ketika itu juga ambang batas absolutnya berubah. Tingkat adaptasi terjadi ketika konsumen tidak lagi memperhatikan stimulus yang berulang-ulang.
- e. Generalisasi stimulus, terjadi ketika nasabah melihat dua stimulus atau lebih yang mempunyai kesamaan (mempunyai

hubungan yang dekat), dan saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya, oleh karena itu dapat disubstitusikan.

Sesuai dengan teori dan tahapan persepsi tersebut dapat disimpulkan bahwa pembentukan persepsi sangat dipengaruhi oleh pengamatan dan penginderaan terhadap proses berfikir yang dapat mewujudkan suatu kenyataan yang diinginkan oleh seseorang terhadap suatu obyek yang diamati. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an surah As-Sajadah ayat 9 mengenai panca indera:

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ ۗ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

*Artinya : “Kemudian Dia menyempurnakannya dan meniupkan roh (ciptaan)-Nya ke dalam (tubuh)nya dan Dia menjadikan pendengaran, penglihatan dan hati bagimu, (tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur”.*

## 5. Perilaku

### a. Pengertian perilaku

Secara spesifik perilaku dapat diartikan sebagai padanan kata dari behavior yang mempunyai arti cara bertindak, bersikap dan memberi respon terhadap seseorang atau suatu objek. Green dalam bukunya yang berjudul *Measurement of human behavior* menjelaskan bahwa perilaku adalah kegiatan manusia atau makhluk hidup lainnya yang dapat dilihat secara langsung pada saat tertentu di suatu tempat (E.B. Green, 1971).

Sedangkan Djamaluddin Ancok menyatakan hubungan antara pengetahuan, sikap, niat dan perilaku adalah bahwa adanya pengetahuan akan manfaat terhadap suatu hal, menyebabkan orang mempunyai sikap positif akan hal terhadap hal tersebut. Selanjutnya dengan sikap itu akan mempengaruhi niat untuk ikut serta dalam kegiatan yang berkaitan dengan hal tersebut. Niat untuk ikut serta dalam suatu kegiatan, sangat tergantung apakah orang itu mempunyai sikap terhadap kegiatan tersebut. Adanya niat

untuk kegiatan tersebut akhirnya sangat menentukan apakah kegiatan itu betulbetul dilakukan. Kegiatan yang sudah dilakukanlah yang disebut dengan perilaku (Djamaluddin Ancok, 1987).

Setiap perilaku manusia mempunyai hukum tersendiri, dan jika dilanggar akan mendapat balasan di akhirat. Sifat hubungan antara perilaku manusia dengan Allah SWT dalam ajaran Islam bersifat timbal-balik, yaitu bahwa manusia melakukan hubungan dengan Tuhan dan Tuhan juga melakukan hubungan dengan manusia. Tujuan hubungan manusia dengan Allah adalah dalam rangka pengabdian atau ibadah. Dengan kata lain, tugas manusia di dunia ini adalah beribadah, sebagaimana firman Allah swt dalam Al-Quran surat Adz-Dzariat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

*Artinya : “Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku”.*

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

Kotler menyatakan empat karakteristik atau faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat yaitu, yang *pertama* faktor budaya. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada perilaku masyarakat. Hal ini karena budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan suatu petunjuk arahan pada fase pemecahan masalah di masyarakat untuk memuaskan kebutuhan psikologis, personal dan sosial. Sub-budaya adalah bagian kecil dari budaya atau kelompok orang yang mempunyai sistem sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi. Sub-budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Sedangkan kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relative permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai,

minat, dan tingkah laku yang serupa. Dalam konteks kultural, jika suatu produk tidak dapat lagi diterima karena nilainya tidak dapat lagi memuaskan kebutuhan maka masyarakat harus siap merevisi penawarannya (Philip Kotler, 2003).

*Kedua* adalah faktor sosial. Perilaku masyarakat juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial masyarakat. Kelompok kecil merupakan orang atau kelompok yang berperan sebagai titik referensi dari individu untuk membentuk nilai, sikap serta perilaku baik secara umum maupun khusus. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Keluarga adalah orang atau pihak yang dihubungkan karena pertalian darah atau keturunan dengan perkawinan. Anggota keluarga dapat sangat mempengaruhi perilaku masyarakat. Keterlibatan suami istri sangat bervariasi menurut kategori produk dan menurut tahap proses pembelian. Peran dan status sosial konsumen yaitu seseorang individu mempunyai tugas peranan yang berbeda saat berpartisipasi dalam keluarga ataupun organisasi. Seseorang individu mempunyai peranan beragam dalam keluarga (Philip Kotler, 2003).

*Ketiga* adalah faktor pribadi. Keputusan pembelian juga dipengaruhi berbagai karakteristik dari individu itu sendiri. Mulai dari umur dan tahap daur hidup. Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabotan, rekreasi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahapn yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya pekerjaan kasar cenderung membeli lebih banyak pakaian untuk bekerja, sedangkan pekerja kantor lebih banyak membeli jas dan dasi. Situasi ekonomi, kondisi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Gaya hidup, orang



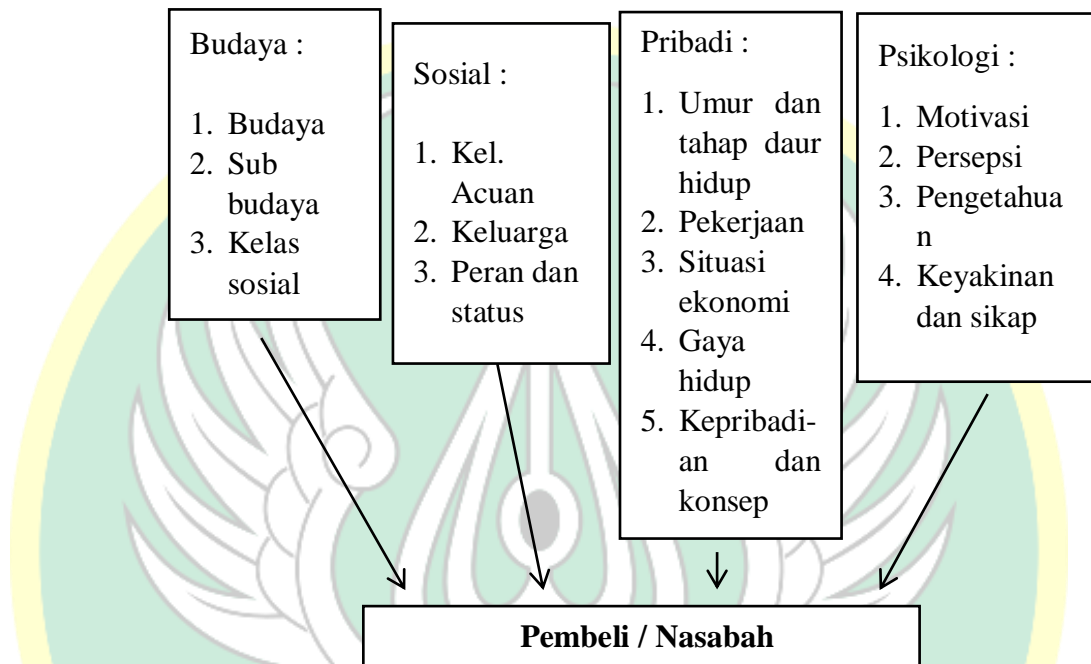
yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang jauh berbeda. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam psikografiknya. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan pola beraksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia. Kepribadian dan konsep diri, kepribadian seseorang yang jelas mempengaruhi perilaku membelinya. Kepribadiannya mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan sekitarnya (Philip Kotler and Grey Amstrong, 1997).

*Terakhir* adalah faktor psikologi. Pilihan barang yang dikonsumsi seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologi yang penting. Motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. motivasi adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan tadi. Seseorang mempunyai banyak kebutuhan pada suatu saat. Kebutuhan biologis, yang muncul dari keadaan yang tegang seperti lapar, haus, atau merasa tidak nyaman. Setelah itu kebutuhan psikologis, yang sering muncul dari kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki. Kebanyakan dari kebutuhan ini tidak cukup kuat memotivasi seseorang supaya berindak pada suatu saat. Kebutuhan berubah menjadi motif kalau merangsang sampai tingkat intensitas yang mencukupi. Keyakinan dan sikap. melalui tindakan dan pembelajaran, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya ini pada waktunya, akan mempengaruhi perilaku konsumsi. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Orang yang mempunyai sikap terhadap agama, politik, pakaian, dan hampir segala sesuatu yang lain. Sikap

mengenai evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu objek atau ide yang relatif konsisten (Philip Kotler and Grey Amstrong, 1997).

**Gambar 2.3**

**Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen**



Sumber: Philip Kotler dan Gery Amstrong, *Principles of Marketing* (1997).

Sedangkan menurut Green ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku (E.B, Green, 1971), yaitu:

1. Faktor dasar (predispositioning factor) meliputi kebiasaan, kepercayaan, tradisi dan pengalaman.
2. Faktor pendukung (Enabling factor) meliputi pendidikan, sosial, ekonomi, pekerjaan, ketersediaan fasilitas.
3. Faktor pendorong (Reinforcing factor) meliputi sikap dan pengalaman.

**6. Pengambilan Keputusan**

- a. Pengertian pengambilan keputusan

Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan pengambilan keputusan (Decision Making) didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil (Save M. Dagum, 2006). Menurut J. Reason, Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemulihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia (James Reason, 1990). Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final.

Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan itu disebut keputusan. Pengambilan keputusan dalam Psikologi Kognitif difokuskan kepada bagaimana seseorang mengambil keputusan. Dalam kajiannya, berbeda dengan pemecahan masalah yang mana ditandai dengan situasi dimanasebuah tujuan ditetapkan dengan jelas dan dimana pencapaian sebuah sasaran diuraikan menjadi sub tujuan, yang pada saatnya membantu menjelaskan tindakan yang harus dan kapan diambil. Pengambilan keputusan juga berbeda dengan penalaran, yang mana ditandai dengan sebuah proses oleh perpindahan seseorang dari apa yang telah mereka ketahui terhadap pengetahuan lebih lanjut (Desmita, 2008).

Pengambilan keputusan menurut Kotler, menjelaskan bahwa pengambilan keputusan merupakan proses psikologi dasar yang memankan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian (Lia rahmadanii, 2013).

Ketika ada permasalahan, maka keputusan terbaik adalah keputusan yang didasarkan dari al-Qur'an.

إِنَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِتَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ بِمَا أَرَاكَ اللَّهُ وَلَا تَكُنْ

لِلْخَائِنِينَ خَصِيمًا ۝

*Artinya : “Sungguh, Kami telah menurunkan Kitab (Al-Qur'an) kepadamu (Muhammad) membawa kebenaran, agar engkau mengadili antara manusia dengan apa yang telah diajarkan Allah kepadamu, dan janganlah engkau menjadi penentang (orang yang tidak bersalah), karena (membela) orang yang berkhianat,(Q.S. An-Nisa': 105)”.*

b. Fungsi dan tujuan pengambilan keputusan

Fungsi pengambilan keputusan individual atau kelompok baik secara institusional ataupun organisasional, sifatnya futuristik. tujuan pengambilan keputusan tujuan yang bersifat tunggal (hanya satu masalah dan tidak berkaitan dengan masalah lain) tujuan yang bersifat ganda (masalah saling berkaitan, dapat bersifat kontradiktif ataupun tidak kontradiktif). Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam organisasi itu dimaksudkan untuk mencapai tujuan organisasinya yang dimana diinginkan semua kegiatan itu dapat berjalan lancar dan tujuan dapat dicapai dengan mudah dan efisien. Namun, kerap kali terjadi hambatan-hambatan dalam melaksanakan kegiatan. Ini merupakan masalah yang harus dipecahkan oleh pimpinan organisasi. Pengambilan keputusan dimaksudkan untuk memecahkan masalah tersebut (Hasan, 2004).

## B. Kajian Pustaka

Penelitian oleh Nurdiansyah (2009) yang berjudul “Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Salam”. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini Persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah secara keseluruhan sangat baik dan berpengaruh positif signifikan.

Penelitian oleh Ulul Albab (2018) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan”. Teknik penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah menyatakan bahwa terdapat sebuah pengaruh secara simultan persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Murabahah di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan.

Penelitian oleh Mirawati (2018) yang berjudul “Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah faktor utama yang mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap pembiayaan murabahah terdapat dua faktor yang mempengaruhi secara signifikan, yaitu faktor sosial ekonomi dan faktor psikologi. Untuk faktor sosial ekonomi hanya ditunjukkan oleh pembiayaan murabahah berbeda secara prinsip, sedangkan untuk faktor psikologi diantaranya ditunjukkan oleh adanya kejelasan akad pada pembiayaan murabahah, memilih pembiayaan murabahah karena dukungan keluarga dan kerabat, memilih pembiayaan murabahah karena margin dan hadiah, dan yang terakhir adalah proses pembiayaan murabahah yang tidak berbelit-belit. Penelitian oleh Okta Rizka (2017) dengan judul “Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian tersebut mengemukakan Persepsi Nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.

Penelitian oleh Joni Ahmad Mughni (2018) yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Hidayah Kawalu Tasikmlaya”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan pengujian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen (budaya, asosial, individu, psikologis) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

dalam memilih pembiayaan murabahah pada BMT Al-Hidayah Kawalu Tasikmalaya. Variabel perilaku konsumen yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah adalah variabel psikologis. Penelitian oleh Nurul Khorun Nisa' (2018) dengan judul "Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Kecamatan Margoyoso Terhadap Keputusan Memilih BMT di Wilayah Margoyoso Pati". Metode penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif. Hasil dari penelitian Nurul Khorun Nisa' adalah persepsi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih BMT di Wilaya Margoyoso Pati dan perilaku memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih BMT di Wilayah Margoyoso Pati.

Penelitian oleh Ida Nurlaeli (2017) yang berjudul "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayananana, Promosi dan Pengetahuana Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabaha Memiliha BPRS di Banyumas". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian secara parsial faktor budaya dan psikologis tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah. Secara simultan variabel pelayanan, promosi dan pengetahuan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah.

**Tabel 2.1**  
**Kajian Pustaka**

No.	Penelitian dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan/Persamaan
1	Nurdiansyah (2009), Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Salam	Persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah secara keseluruhan sangat baik dan berpengaruh positif signifikan.	Perbedaan penelitian ini dengan penelian yang dilakukan Nurdiansyah adalah pada penelitian Nurdianysah menghilangkan salah satu variabel yaitu perilaku, dan persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif
2	Ulul Albab (2018). Pengaruh	Hasil dari penelitian Ulul Albab menyatakan bahwa terdapat sebuah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Ulul Albab

	<p>Persepsi Pembiayaa Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaana Murabahaha Di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan.</p>	<p>pengaruh secara simultan persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Murabahah di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan.</p>	<p>adalah pada penelitian Ulul Albab menghilangkan salah satu variabel yaitu perilaku, dan persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif</p>
3	<p>Mirawati (2018). Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah</p>	<p>Faktor utama yang mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap pembiayaan murabahah terdapat dua faktor yang mempengaruhi secara signifikan, yaitu faktor sosial ekonomi dan faktor psikologi. Untuk faktor sosial ekonomi hanya ditunjukkan oleh pembiayaan murabahah berbeda secara prinsip, sedangkan untuk faktor psikologi diantaranya ditunjukkan oleh adanya kejelasan akad pada pembiayaan murabahah, memilih pembiayaan murabahah karena dukungan keluarga dan kerabat, memilih pembiayaan murabahah karena margin dan hadiah, dan yang terakhir adalah proses pembiayaan murabahah yang tidak berbelit-belit.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mirawati adalah pada penelitian Mirawati menghilangkan salah satu variabel yaitu persepsi, dan persamaan penelitian Mirawati dengan penlitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif.</p>

4	Okta Rizka (2017). Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung	Hasil dari penelitian tersebut mengemukakan Persepsi Nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung..	Persamaan penelitian Okta Rizka dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang persepsi dan sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Dan perbedaan dari penelitian ini adalah bahwa penelitian Okta Riza menambahkan variabel margin sebagai penelitian.
5	Joni Ahmad Mughni (2018) Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Hidayah Kawalu Tasikmlaya.	Berdasarkan pengujian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen (budaya, asosial, aindividu, psikologis) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada BMT Al-Hidayah Kawalu Tasikmalaya. Variabel perilaku konsumen yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah adalah variabel psikologis (X4).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Joni Muhammad adalah pada penelitian Joni Muhammad menghilangkan salah satu variabel yaitu persepsi, dan persamaan penelitian peneliti dengan penlitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif.
6	Nurul Khorun Nisa' (2018). Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Kecamatan	Hasil dari penelitian Nurul Khorun Nisa' adalah persepsi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih BMT di Wilaya Margoyoso Pati dan	Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian Nurul Khorun Nisa' bahwa penelitian Nurul Khoirun Nisa' menjadikan lokasi BMT di wilayah margoyoso



	Margoyoso Terhadap Keputusan Memilih BMT di Wilayah Margoyoso Pati.	perilaku memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih BMT di Wilayah Margoyoso Pati.	di Pati sebagai bahan pemilihan keputusan nasabah, berbeda dengan penelitian peneliti yaitu pembiayaan yang dijadikan sebagai objek memilih untuk nasabah.
7	Ida Nurlaeli (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas.	Hasil penelitian secara parsial faktor budaya dan psikologis tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah. Secara simultan variabel pelayanan, promosi dan pengetahuan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah.	Penelitian oleh Ida Nurlaeli dengan penelitian peneliti adalah sama sama menggunakan penelitian kuantitatif.

### C. Hubungan antar Variabel

#### 1. Pengaruh Persepsi Nasabah Memilih Pembiayaan *Murabahah*

Persepsi adalah salah satu faktor psikologis (internal) yang mempengaruhi perilaku konsumen. Persepsi tidak hanya bergantung dari rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Persepsi dapat berbeda dari individu dengan individu yang lain yang mengalami realitas yang sama. Apabila persepsi nasabah positif mengenai suatu objek itu baik, maka nasabah akan mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan, begitu juga sebaliknya apabila persepsi seseorang negatif mengenai suatu objek maka nasabah itu enggan untuk memutuskan mengajukan pembiayaan tersebut (Oktarizka, 2018).

## 2. Pengaruh Perilaku Nasabah Memilih Pembiayaan *Murabahah*

Sejumlah faktor perilaku dapat mempengaruhi setiap proses pengambilan keputusan. Beberapa faktor ini mempengaruhi aspek tertentu dari proses, dan beberapa faktor lain mempengaruhi keseluruhan proses. Meskipun begitu, seluruh faktor ini memiliki dampak sehingga harus kita pahami agar dapat memahami pengambilan keputusan sebagai sebuah proses dalam organisasi. Setiap faktor ini memiliki dampak yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan (Bella, 2018).

## 3. Persepsi dan Perilaku Nasabah Memilih Pembiayaan *Murabahah*

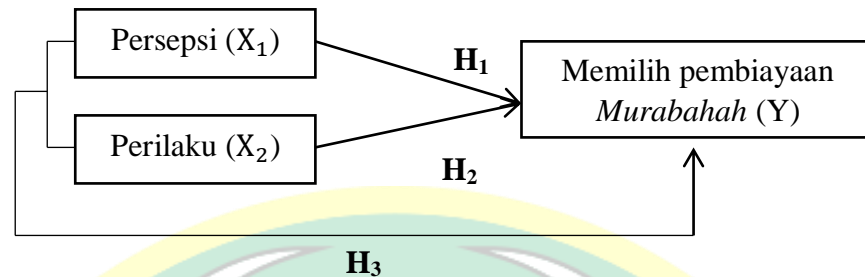
Dikutip dari (dosensikologi.com) hubungan persepsi dan perilaku dapat menghasilkan sebuah perasaan, apakah perasaan itu senang atau sedih semua itu bisa dirasakan setelah persepsi menimbulkan reaksi perasaan tentang sebuah informasi atau reaksi seseorang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Silvia & Diana Djuwita, 2017) menyatakan bahwa variabel persepsi dan perilaku pedagang kecil secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat memilih pembiayaan murabahah.

### **D. Kerangka Pemikiran**

Terdapat dua hal yang membangun tema dari penelitian ini, yaitu rumusan masalah dan variabel penelitian, kedua hal tersebut saling berhubungan, dan permasalahan yang ada dapat dijawab sementara dengan hipotesis. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah persepsi dan perilaku mengenai minat memilih pembiayaan murabahah.

Untuk mempermudah pemahaman tentang penelitian ini maka penulis menggambarkan kerangka berpikir seperti berikut ini:

**Gambar 2.4**  
**Kerangka pemikiran**



Keterangan

H<sub>1</sub> : Pengaruh Persepsi terhadap Pembiayaan Murabahah

H<sub>2</sub> : Pengaruh Perilaku terhadap Pembiayaan Murabahah

H<sub>3</sub> : Pengaruh Persepsi dan Perilaku terhadap Pembiayaan Murabahah

### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yaitu dugaan awal/kesimpulan sementara antara hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen sebelum dilakukannya penelitian dan harus dibuktikan melalui penelitian. Dimana dugaan tersebut diperkuat melalui teori / jurnal yang mendasari dan hasil dari penelitian terdahulu.

1. H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi pedagang pasar Semboro dengan memilih pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.  
H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi pedagang pasar Semboro dengan memilih pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.
2. H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel perilaku pedagang pasar Semboro dengan memilih pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.  
H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel perilaku pedagang pasar Semboro dengan memilih pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

3.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi dan perilaku pedagang pasar Semboro dengan memilih pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.
- $H_3$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi dan perilaku pedagang pasar Semboro dengan memilih pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang bersifat positifisme yang memandang bahwa segala sesuatu dapat diklasifikasikan, relative, konkret, teramati, terukur, dan gejala bersifat sebab akibat (Sugiono, 2016).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini adalah KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro yang beralamat di Jl. Gajah Mada, 07 Semboro, Semboro Lor, Semboro, Kabupaten Jember Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu April-Mei 2022.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sumber data dengan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2010). Teknik *purposive sampling* digunakan karena adanya pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan atau diambil bukan berdasarkan strata,

random (acak), atau daerah, akan tetapi didasarkan pada suatu tujuan (Winarno, 2013).

Kita bisa menentukan ukuran atau jumlah sampel dengan formula yang dikembangkan oleh *Slovin* dengan margin error yang diperkenankan berkisar antara 5-10% (Rohmad & Supriyanto, 2015), yakni dengan rumus :

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

Keterangan:

n: ukuran sampel yang dibutuhkan

N: jumlah populasi

d: batas kesalahan yang diperkenankan (10%)

Sesuai dengan tabel populasi di atas yaitu sebanyak masyarakat. Maka, sampel pada penelitian ini dengan batas kesalahan ditaksir sebesar 10% sebagai berikut :

$$n = \frac{7.062}{1 + (7.062 \times 0,10^2)}$$

$$n = \frac{7.062}{1 + (7.062 \times 0,10^2)}$$

= 97,2 dibulatkan menjadi 97 nasabah

Berdasarkan proporsi sampel di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 variabel, yaitu:

- 1) Variabel Bebas (Independent), adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf

X. (Hardiani, 2020) dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

X1: Persepsi

X2: Perilaku

- 2) Variabel Terikat (Dependent), adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya (Hardiani, 2020) atau dengan kata lain variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah: pedagang pasar Semboro memilih Pembiayaan *Murabahah*(Y).

3)

**Tabel 3.1**  
**Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
(Variabel X1) Persepsi	1. Pelaku Persepsi	1. Sikap 2.Motif 3.Kepentingan 4.Pengalaman 5.Pengharapan	Likert
	2.Target/ Objek	1. Hal baru 2.Gerakan 3.Bunyi 4.Ukuran 5.Latar Belakang 6.Kedekatan	
	3. Situasi	1. Waktu	

		2.Keadaam/ Tempat kerja 3.Keadaan sosial	
(Variabel X2) Perilaku	1.Pribadi  2.Sosial Ekonomi  3.Faktor Psikologi  4. Budaya	Kepribadian (Usia, keadaan ekonomi, pekerjaan, dan gaya hidup)  1.Kel, acuan (Perbandingan) 2.Keluarga 3.Peran 4.Status  1.Motivasi 2. Persepsi 3.Pengetahuan 4.Keyakinan 5.Sikap  1.Budaya 2. Sub budaya (nasionalitas, agama, kelompok ras dan wilayah geografis) 3.Kelas sosial	Likert



Memilih (Y)	Mengambil keputusan	1. Menjatuhkan pilihan untuk memilih produk yang terbaik 2. Mengambil keputusan 3. kesetiaan terhadap produk	Likert
-------------	---------------------	--	--------

## E. Pengumpulan Data Penelitian

### 1. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Sedangkan objeknya yaitu Persepsi dan Perilaku nasabah BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

### 2. Jenis dan Sumber Data

#### a) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, dokumentasi dan observasi. Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari masyarakat pedagang pasar Semboro yang sedang menggunakan produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro yang bersedia dijadikan sebagai responden. Yang dibagikan dalam bentuk kuesioner/ angket.

#### b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari kajian pustaka, buku, jurnal-jurnal dan lainnya mengenai BMT, Persepsi dan Perilaku nasabah mengambil keputusan/ memilih pembiayaan *Murabahah*.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

#### a) Kuisisioner

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Kuesioner yang akan digunakan menggunakan angket karena penelitian akan berkontak langsung dengan responden. Angket yang sudah disusun akan diserahkan kepada responden secara langsung. Angket disusun dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2016). Dalam penelitian ini penulis menggunakan pertanyaan dengan skor sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
---------------------------	---	---	---	---	---	------------------

Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

Skor 2 untuk jawaban tidak setuju

Skor 3 untuk jawaban ragu-ragu atau netral

Skor 4 untuk jawaban setuju

Skor 5 untuk jawaban sangat setuju

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah Teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan kepada subjek dalam penelitian (Soehartono, 2000).

c) Observasi

Observasi merupakan seluruh kegiatan pengamatan terhadap suatu objek lain. Observasi adalah suatu hal yang

kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiono, 2015)

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden ataupun sumber data yang terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan statistik. Yang dimana kegiatan didalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis respondennya, menyajikan data setiap variabel yang telah diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini analisis data merupakan kegiatan setelah dari data seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, menstabilasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Uji Kualitas Data**

#### **a. Uji validitas**

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dimana suatu kuesioner dinyatakan valid atau sah jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Skala pengukuran menggunakan nilai *Corrected Item-Total Correlated* pada output *Cronbach Alpha* dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Corrected Item-Total Correlated (ritung)  $>$  r standar (r tabel) maka seluruh item pertanyaan tersebut valid
- 2) Jika nilai nilai Corrected Item-Total Correlated (ritung)  $<$  r standar (r tabel) maka seluruh pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan terhadap item pertanyaan yang digunakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan yaitu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu varibel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha  $>$  0,60. dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Cronbach Alpha  $>$  0.90 maka reliabilitas nya sempurna
- 2) Jika nilai Cronbach Alpha antara 0.70 sampai 0.90 maka reliabilitas nya tinggi
- 3) Jika nilai Cronbach Alpha antara 0.50 sampai 0.70 maka reliabilitasnya moderat
- 4) Jika nilai Cronbach Alpha

Uji validitas dan Reabilitas menjadi hal yang sangat penting karena validitas menjamin keabsahan pengukuran dari skala yang ditentukan dari variable-variabel yang digunakan dalam menentukan hubungan suatu kejadian atau fenomena. Sementara itu Reliabilitas suatu skala diartikan sejauh mana suatu proses pengukuran bebas dari kesalahan (error). Keandalan (reability) sangat berkaitan dengan akurasi dan konsistensi. Suatu Skala dikatakan handal/reliabel, jika menghasilkan hasil yang sama ketika pengukuran dilakukan berulang serta dilakukan dalam kondisi konstan (sama) (Hardiani, 2020).

c. Uji Rank Sparman

Metode analisis data statistik nonparametris dalam penelitian ini adalah metode korelasi Rank Spearman. Jonathan dan Ely (2010:26) menyatakan bahwa korelasi Rank Spearman digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel berskala ordinal, yaitu variabel bebas dan variabel tergantung (Jonathan, 2010). Rumus korelasi rank spearman (Isna, 2013) :

$$\rho = 1 - \frac{6\sum_{i=1}^N di^2}{N^3 - N}$$

Keterangan :

$\rho$  (rho) : Koefisien Korelasi Rank Spearman

N : Jumlah Sampel

$di^2$  : Perbedaan antara ranking pada X dan Y yang telah dikuadratkan Setelah melalui perhitungan persamaan analisis korelasi Rank Spearman, kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan kriteria yang ditetapkan, yaitu dengan membandingkan nilai  $\rho$  hitung dengan  $\rho$  tabel yang dirumuskan sebagai berikut : Jika,  $\rho$  hitung  $\leq 0$ , berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika,  $\rho$  hitung  $> 0$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### d. Korelasi Konkordansi Kendall W

Kondordansi kendall W, digunakan untuk mengetahui apakah ada keselarasan atau kesepakatan dari responden. Keselarasan (konkordansi) diberilan nilai seperti halnya korelasi, yaitu dari 0 sampai 1. Jika 0 berarti sama sekali tidak selaras satu dengan lain dalam menilai dan jika 1 maka semua responden selaras atau sepakat. Nilai keselarasan 0,5 dianggap sebagai tingkat keselarasan yang cukup tinggi. Nilai kondordansi kendall W bisa dihitung dengan rumus berikut (Isna, 2013) :

$$W = \frac{12 \sum Ki^2 - 3n^2(k-1)^2}{n^2k(k^2-1)}$$

Dimana :

k = jumlah variabel (brand image)

$n$  = jumlah penilaian (Kualitas Pelayanan marketing)

$R_i$  = jumlah data penilaian responden

Koefisien kondordansi kendall  $W$  merupakan derajat keeratan atau keselarasan hubungan antara  $k$  variabel yang diukur minimal dalam skala ordinal, nilai pengamatan pada setiap baris akan dirangking dan dirata-rata dengan rumus :

$$MeanRank = \frac{R_1}{n} \quad \text{dan} \quad R_i = \sum_{i=0}^n X_1$$

Dengan :

$n$  = jumlah responden

$R_i$  = jumlah data penilaian responden

$X_1$  = nilai pengamatan yang diperoleh dari responden

e. Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal merupakan analisis regresi yang digunakan bila data yang dianalisis memiliki variabel dengan skala pengukuran minimal ordinal. Tujuan analisis dengan menggunakan regresi ordinal adalah sebagaimana analisis regresi yang lain yakni mendapatkan model terbaik dan sederhana yang menggambarkan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen (Isna, 2013).

Model yang dapat digunakan untuk regresi logistik ordinal adalah model yang dapat dibandingkan dengan peluang kumulatif sehingga *cumulative logi models* merupakan model yang dapat dibandingkan dengan peluang kumulatif yaitu peluang kurang dari atau sama dengan kategori respon ke- $r$  pada  $p$  variabel prediktor yang dinyatakan dalam vektor respon ke- $r$  pada  $p$  variabel prediktor  $P(Y > \frac{r}{x_i})$ . Peluang kumulatif  $P(Y > \frac{r}{x_i})$  digambarkan sebagai berikut:

$$P(Y \leq r \mid x_i) = \pi(x) = \frac{\exp(\beta_0 r + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}{1 + \exp(\beta_0 r + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}$$

Dimana  $x_1 = (x_1, x_2, \dots, x_p)$  merupakan nilai pengamatan ke- $i$  ( $i = 1, 2, \dots, n$ ) dari setiap variabel  $p$  variabel prediktor. Pendugaan parameter regresi dilakukan dengan cara menguraikannya menggunakan transformasi logit dari  $P(Y > \frac{r}{x_i})$ .

$$\text{Logit } P(Y \leq r | x_i) = \ln \left[ \frac{P(Y \leq r | x_i)}{1 - P(Y \leq r | x_i)} \right]$$

Persamaan tiga didapatkan dengan mensubstitusikan persamaan satu dan dua.

$$P(Y \leq r | x_i) = \beta_0_r + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik}$$

Dengan nilai  $\beta_k$  untuk setiap  $k=1, 2, \dots, p$  pada setiap model regresi logistik ordinal adalah sama. Jika terdapat tiga kategori dimana  $r=1, 2, 3$  maka peluang kumulatif dari respon ke- $r$  seperti pada persamaan 4 dan 5.

$$P(Y \leq 1 | x_i) = \frac{\exp(\beta_0_1 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}{1 + \exp(\beta_0_1 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}$$

$$P(Y \leq 2 | x_i) = \frac{\exp(\beta_0_2 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}{1 + \exp(\beta_0_2 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}$$

Berdasarkan kedua peluang kumulatif pada persamaan 4 dan 5, didapat peluang untuk masing-masing kategori respon sebagai berikut (Imaslihkah, 2013).

$$P(Y_r = 1) = \pi_1(x) = \frac{\exp(\beta_0_1 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}{1 + \exp(\beta_0_1 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}$$

$$P(Y_r = 2) = \pi_2(x) = \frac{\exp(\beta_0_2 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}{1 + \exp(\beta_0_2 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})} - \frac{\exp(\beta_0_1 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}{1 + \exp(\beta_0_1 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}$$

$$P(Y_r = 3) = \pi_3(x) = 1 - \frac{\exp(\beta_0_2 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}{1 + \exp(\beta_0_2 + \sum_{k=1}^p \beta_k x_{ik})}$$

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

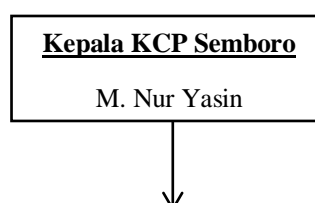
#### 1. Gambaran umum KSPPS BMT UGT Sidogiri Pusat

KSPPS BMT UGT Sidogiri adalah singkatan dari (*Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri*), yaitu salah satu lembaga keuangan yang bersifat non bank yang berada di Indonesia. Kantor pusat BMT UGT Sidogiri terletak di Jl. Sidogiri Barat RT 03/RW 02 Kraton Pasuruan 67151 Jawa Timur. Koperasi BMT UGT Siidogiri mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabi'ul Awal 1421H atau 6 Juni 2000 M di Surabaya, dan kemudian mendapatkan badan hukum Koperasi dan Kanwil Dinas Koperasi PK dan provinsi Jawa Timur dengan SK nomor : 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000 (Situs Resmi BMT UGT Sidogiri).

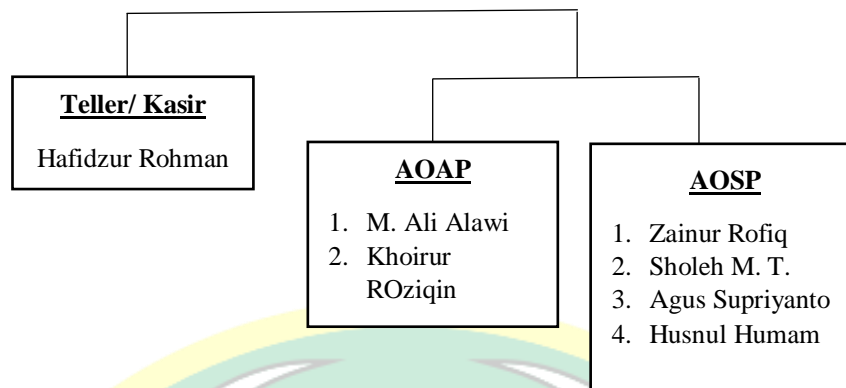
Visi dari KSPPS BMT UGT Sidogiri adalah menjadi koperasi yang amanah, Tangguh, dan Bermartabat atau di singkat dengan MANTAB. Sedangkan misinya adalah mengelola koperasi yang sesuai dengan jati diri santri, menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan, memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota, memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi, memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat, meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat potensial (Situs Resmi BMT UGT Sidogiri).

#### 2. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri KCP Semboro

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro**







*Sumber: BMT UGT Sidogiri KCP Semboro*

3. Deskripsi Jabatan (*Job Description*) KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro
  - a) Pimpinan, bertugas untuk mengendalikan semua operasional dan kegiatan di kantor.
  - b) Teller, bertugas untuk melayani transaksi yang berhubungan dengan nasabah secara langsung di kantor.
  - c) AOSP yaitu devisi simpan pinjam dimana tugasnya mencari nasabah yang ingin menabung dan juga mencari nasabah yang ingin melakukan pembiayaan
  - d) AOAP yakni devisi yang bertugas menganalisa pengajuan dan penanganan pembiayaan yang bermasalah.
4. Letak Geografis KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro
  - a) Sebelah barat toko sembako
  - b) Sebelah utara toko kasur
  - c) Sebelah selatan pertokoan pasar semboro
  - d) Sebelah timur toko baju
5. Gambaran Khusus

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro diperoleh hasil berikut :

- a) Mekanisme pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro :

Dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* kepada pihak KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro, usaha yang diajukan harus halal dan jelas. Dan sebelum nasabah mendapatkan persetujuan pembiayaan *murabahah*, nasabah harus mengikuti prosedur pengajuan pembiayaan sebagai yakni, calon nasabah datang ke KSPPS BMT UGT Sidogiri untuk mengajukan permohonan pembiayaan *murabahah* dengan menyerahkan persyaratan atau dokumendokumen yang dibutuhkan sebagai syarat permohonan pembiayaan *murabahah*, syarat-syarat tersebut yaitu: Kartu Tanda Penduduk (KTP) suami istri; Surat Nikah suami istri; Kartu Keluarga (KK); Jaminan. Lalu memastikan untuk melengkapi form sesuai dengan data yang diajukan dan mantri BMT melakukan interview dan survey kepada nasabah untuk mengidentifikasi informasi nasabah secara langsung. Setelah semua prosedur selesai maka akad dan pembiayaan dicairkan.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak M. Nur Yasin selaku ketua pimpinan di BMT UGT Sidogiri bahwa:

“Prosedur pengajuan pembiayaan *murabahah* sama dengan pembiayaan yang lain, biasanya nasabah atau calon nasabah datang ke BMT UGT Sidogiri untuk mengajukan permohonan pembiayaan *murabahah* dengan menyerahkan persyaratan atau dokumen-dokumen yang dibutuhkan sebagai syarat permohonan pembiayaan *murabahah*, memastikan untuk melengkapi fom sesuai dengan data yang diajukan. Kemudian pihak BMT melakukan interview dan survey kepada nasabah untuk mengidentifikasi informasi nasabah secara langsung. Kemudian pembiayaan *murabahah* di cairkan”.

Hal senada juga disampaikan oleh Nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro, Bapak Sarlan, bahwa: “Tergantung dari persyaratan seumpama pakek jaminan BPKB maka disana dibutuhkan syarat-syarat diantaranya foto copy KTP suami istri, KK atau surat nikah, setelah itu kita ajukan ke BMT, biasanya di survey, jika pihak BMT sudah mensurvey dan sesuai maka kita tunggu panggilan dari

petugas mungkin sekitar 2 atau 3 hari, setelah di panggil maka persyaratan yang kita ajukan itu aslinya kita serahkan kepada pihak BMT, kemudian ada penerimaan pencairan”.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Bapak. Abdur Rasyid, nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro bahwa: “Waktu itu saya datang kesana, trus saya diminta foto copy KTP, KK, dan surat nikah, kemudian pihak BMT minta waktu untuk survey, iya skitar 3 harian kalau tidak salah. Sebelum pencairan.”

## **B. Deskripsi Responden**

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelum bahwa penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian lapangan yang dalam pengambilan datanya atau informasi melalui penyebaran angket/kuesioner tertutup. Tekni yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan mengguankan *Teknik Purposive sampling* yang merupakan sampel yang cara pengambilannya karena adanya pertimbangan tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran angket/kuesioner. Kuesioner tersebut disebarkan kepada masyarakat pedagang pasar semboro yang sedang atau sudah mengalami melakukan pengajuan pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro dengan mengambil 94 responden.

Untuk dapat memahami lebih dalam mengenai hasil dari penelitian ini maka peneliti memerlukan data deskriptif responden yang akan digukana untuk menggambarkan ataupun mendeskripsikan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan tamabhan sebuah informasi bagi peneliti. Pada deskripsi responden ini peneliti akan menyajikan beberapa informasi penting mengenai gambaran keadaan responde. Melalui daftar pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan peneliti kepada responden tentang jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan jenis pasilitas yang digunakan. Penggolongan yang dilakuakn kepada responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara lebih jelas mengenai gambaran responden sebgaia obyek

penelitian. Gambaran umum dari responden sebagai obyek penelitian akan diuraikan satu per satu seperti berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini yaitu masyarakat sekitar kelurahan purwanegara yang berjumlah 97 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari 97 responden ini dapat dilihat mengenai karakteristik responden tersebut.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	36	37,11%
2.	Perempuan	61	62,89%
	<b>Jumlah</b>		<b>100%</b>

Sumber: Data diolah peneliti 2022

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden maka dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	18-32 tahun	32	32,9%
2.	33-47 tahun	26	26,9%
3.	48-62 tahun	24	24,8%
4.	63-72 tahun	15	15,4%
	<b>Jumlah</b>		<b>100%</b>

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2022

### C. Deskripsi Variabel

Penelitian Kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada responden yang terdiri atas 23 item pernyataan dan dibagi dalam 3 kategori yaitu sebagai berikut:

1. Empatbelas pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui tentang Persepsi Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro (X1)
2. Enam pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui tentang Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BMT UGT KSPPS Sidogiri KCP Semboro (X2)
3. Tiga pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui tentang Keputusan Memilih Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro (Y)

### D. Analisis Data

Data Variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu terdiri dari variabel independen dan variabel dependen dimana variabel independent terdiri dari Persepsi (X1), Perilaku (X2). Sedangkan variabel dependennya yaitu Memilih (Y). Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang telah disebar sebanyak 97 responden. Uji kesahihan dan kehandalan kuesioner dilakukan dengan computer menggunakan program SPSS 25. Berikut ini adalah hasil dari analisis terhadap jawaban responden.

#### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian. Dimana Ketika suatu kuesioner tersebut dinyatakan valid atau sah jika pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk melakukan perhitungan validitas ini

menggunakan program IBM SPSS Statistics 25. Dimana suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika koefisien korelasi setiap butir skor total harus positif dengan peluang alfa 5% dan koefisien korelasi lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ . Untuk menentukan derajat bebas atau degree of freedom (df) maka diperoleh dari sampel atau jumlah responden yang dikurangi 2 ( $df = n-2$ ), dalam hal ini ( $n$ ) jumlah sampelnya sebanyak 97 responden, Jadi  $df = n-2 = 97$  dan  $\alpha = 0,05\%$ , maka diperoleh hasil untuk  $r_{tabel} = 0,1975$  dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Berikut ini merupakan uraian hasil dari analisis statistika mengenai pengujian validitas instrumen dari masing-masing pernyataan metode dari variable Persepsi (X1), Perilaku (X2), Memilih (Y) yang diteliti:

- 1) Persepsi

**Tabel 4.3**  
**Persepsi (X1)**

<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Koefisien Korelasi (<math>r_{hitung}</math>)</b>	<b>Nilai <math>r_{tabel}</math> (<math>N=97, \alpha =</math> <b>0,05</b>)</b>	<b>Keterangan</b>
X1.1	0,408	0,1975	Valid
X1.2	0,331	0,1975	Valid
X1.3	0,194	0,1975	Valid
X1.4	0,512	0,1975	Valid
X1.5	0,325	0,1975	Valid
X1.6	0,464	0,1975	Valid
X1.7	0,362	0,1975	Valid
X1.8	0,334	0,1975	Valid
X1.9	0,417	0,1975	Valid

X1.10	0,457	0,1975	Valid
X1.11	0,220	0,1975	Valid
X1.12	0,354	0,1975	Valid
X1.13	0,322	0,1975	Valid
X1.14	0,346	0,1975	Valid

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Pada Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable Persepsi dimana pada penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel; 0,1975 (nilai r tabel untuk N=97). Sehingga indikator pada penelitian ini valid, dalam artian indikator persepsi dalam penelitian ini sah digunakan dan dapat dipercaya.

## 2) Perilaku

**Tabel 4.4**  
**Perilaku (X2)**

Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi ( $r_{hitung}$ )	Nilai $r_{tabel}$ (N=97, $\alpha =$ <b>0,05</b> )	Keterangan
X2.1	0,439	0,1975	Valid
X2.2	0,332	0,1975	Valid
X2.3	0,528	0,1975	Valid
X2.4	0,577	0,1975	Valid
X2.5	0,636	0,1975	Valid
X2.6	0,273	0,1975	Valid

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Pada Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable Perilaku dimana pada penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel; 0,1975 (nilai r tabel untuk N=97). Sehingga indikator pada penelitian ini valid. dalam artian indikator perilaku dalam penelitian ini sah digunakan dan dapat dipercaya.

3) Memilih

**Tabel 4.5**  
**Memilih (Y)**

<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Koefisien Korelasi (<math>r_{hitung}</math>)</b>	<b>Nilai <math>r_{tabel}</math> (<math>N=97, \alpha =</math> <b>0,05</b>)</b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0,678	0,1975	Valid
Y2	0,420	0,1975	Valid
Y3	0,623	0,1975	Valid

*Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.*

Pada Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable memilih dimana pada penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel; 0,1975 (nilai r tabel untuk  $N=97$ ). Sehingga indikator pada penelitian ini valid, dalam artian indikator memilih dalam penelitian ini sah digunakan dan dapat dipercaya.

**b. Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas ini digunakan untuk item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel Ketika jawaban seseorang atau responden terhadap pertanyaan yang diberikan yaitu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ .

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Persepsi (X1)	0,625	Reliabel
Perilaku (X2)	0,656	Reliabel
Memilih (Y)	0,675	Reliabel

*Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.*

Pada Tabel 4.6 diatas menunjukkan cronbach alpha persepsi (x1) 0,625 , perilaku (x2) 0,656, dan memilih (y) 0,675, berarti Cronbach



Alpha semua variabel menunjukkan  $>0,60$ . Artinya semua pertanyaan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

## 2. Uji Korelasi *Rank Spearman* ( $\rho$ )

Korelasi *Rank Spearman* digunakan untuk mencari korelasi di antara 2 variabel (hubungan *bivariate*), kedua variabel yang dikorelasikan itu berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi jenjang (*ranking*) (Isna dan Wardo, 2013). Menurut Sahid Raharjo dalam buku Ma'sumah (2019) menjelaskan penafsiran analisis korelasi *rank spearman* sebagai berikut:

### a. Kriteria signifikan korelasi

Kekuatan dan arah korelasi akan memiliki arti apabila hubungan antar variabel tersebut signifikan. Disebut ada hubungan yang signifikan apabila nilai sig. (2-tailed)  $< 0.05$ . Apabila nilai sig. (2-tailed)  $> 0.05$  maka hubungan antar variabel tidak signifikan atau tidak berarti.

### b. Kriteria tingkat kekuatan korelasi

- 1) Nilai koefisien korelasi 0.00-0.25 : hubungan sangat lemah
- 2) Nilai koefisien korelasi 0.26-0.50 : hubungan cukup
- 3) Nilai koefisien korelasi 0.51-0.75 : hubungan kuat
- 4) Nilai koefisien korelasi 0.76-0.99 : hubungan sangat kuat
- 5) Nilai koefisien korelasi 1.00 : hubungan sempurna

### c. Kriteria arah korelasi

Arah korelasi dapat dilihat pada angka koefisien korelasi sebagaimana angka kekuatan korelasi. Besarnya nilai koefisien korelasi tersebut terletak antara +1 sampai dengan -1. Apabila koefisien korelasi bernilai positif, maka hubungan kedua variabel dikatakan searah. Begitu sebaliknya, apabila koefisien korelasi negatif maka hubungan kedua variabel tersebut tidak searah.

Adapun output uji koefisien Korelasi *Rank Spearman* dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics* 25 sebagai berikut:

### 1) Pengujian Hipotesis Pertama

**Tabel 4.3**  
**Tabel Rank Sparman**

Correlations				
			Persepsi	Memilih
Spearman' s rho	Persepsi	Correlation Coefficient	1.000	.392**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	97	97
	Memilih	Correlation Coefficient	.392**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara persepsi (X1) dengan memilih pembiayaan *murabahah* (Y) pada tabel diatas menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,392. Nilai 0,392 merupakan nilai positif, maka terdapat hubungan positif antara persepsi dengan memilih pembiayaan *murabahah*. Artinya, semakin baik persepsi maka semakin kuat memilih pembiayaan *murabahah*. Koefisien korelasi mencerminkan tingkat kekuatan hubungan antara variabel persepsi dengan memilih pembiayaan *murabahah*. Output SPSS diatas juga menunjukkan nilai Sig.(2-tailed) atau signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai Sig.(2-tailed) kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima. Dengan demikian, hasil uji hipotesis melalui korelasi rank spearman menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara persepsi dengan memilih pembiayaan *murabahah*. Adapun nilai N yaitu 97 menunjukkan jumlah sampel penelitian yakni 97 responden.

2) Pengujian Hipotesis Kedua

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Korelasi Rank Spearman Hipotesis 2**

Correlations
--------------

			Perilaku	Memilih
Spearman's rho	Perilaku	Correlation Coefficient	1.000	.623 <sup>**</sup>
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	97	97
	Memilih	Correlation Coefficient	.623 <sup>**</sup>	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	97	97
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara perilaku (X<sub>2</sub>) dengan memilih pembiayaan *murabahah* (Y) pada tabel diatas menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,623 menunjukkan korelasi antara variabel perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah* kuat, karena nilai tersebut bernilai positif, maka terdapat hubungan positif antara variabel perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah*. Artinya, semakin baik perilaku maka semakin kuat memilih pembiayaan *murabahah*. Koefisien korelasi sebesar mencerminkan tingkat kekuatan hubungan antara variabel perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah*. Output SPSS diatas juga menunjukkan nilai Sig.(2-tailed) atau signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai Sig.(2-tailed) kurang dari 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak atau H<sub>1</sub> diterima. Dengan demikian, hasil uji hipotesis melalui korelasi rank spearman menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara variabel perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah*. Adapun nilai N yaitu 97 menunjukkan jumlah sampel penelitian yakni 97 responden.

### 3. Hasil Uji Konkordansi Kendall W

Dalam penelitian ini, konkordansi kendall W digunakan untuk menguji korelasi antara variabel variabel independen yaitu persepsi dan perilaku dengan variabel dependen yaitu memilih pembiayaan *murabahah*, dimana variabel-variabel tersebut berskala ordinal. Adapun output spss dari koefisien konkordansi kendall W adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Ranks**

Ranks	
	Mean Rank
Persepsi	3.00
Perilaku	2.00
Memilih	1.00

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Tabel diatas menyebutkan nilai mean rank dari tiap variabel penelitian. Mean rank dari persepsi adalah 3,00; mean rank dari perilaku adalah 2,00; dan mean rank dari memilih sebesar 1,00.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Test Statistics**

Test Statistics	
N	97
Kendall's W <sup>a</sup>	1.000
Chi-Square	192.000
Df	2
Asymp. Sig.	.000
a. Kendall's Coefficient of Concordance	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Hasil Test Statistics diatas menunjukkan koefisien konkordasi kendall W sebesar 1,000. Nilai tersebut membuktikan adanya korelasi antara persepsi dan perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah*. Adanya positif dan tingkat kekuatan hubungan sempurna. Adapun nilai Asymp.Sig sebesar 0,000. Karena nilai Asymp.Sig  $0,000 < 0,05$  maka keputusan uji adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi dan perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah*.

#### 4. Uji Regresi Ordinal

Analisis regresi ordnial merupakan analisis regresi yang digunakan bila data yang dianalisis memiliki variabel dengan skala pengukuran

minimal ordinal. Tujuan analisis dengan menggunakan regresi ordinal adalah sebagaimana analisis regresi yang lain yakni mendapatkan model terbaik dan sederhana yang menggambarkan pengaruh antara variabel independen (predictor) dengan variabel dependen (outcome). Pada analisis regresi ordinal, variabel independen dapat berupa faktor (variabel kategori) atau kovariat (variabel kontinyu) (Isna & Warto, 2013). Analisis regresi ordinal yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel persepsi (X1), perilaku (X2) terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (Y).

Berikut ini merupakan hasil dari pengujian regresi ordinal menggunakan SPSS 26:

a. Regresi Ordinal Persial

- 1) Hasil uji variabel persepsi dengan memilih pembiayaan *murabahah*.

**Tabel 4.7**

<b>Warnings</b>	
There are 6 (66.7%) cells (i.e., dependent variable levels by observed combinations of predictor variable values) with zero frequencies.	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Pada bagian output warning atau peringatan diketahui bahwa ada 2 sel pada tabulasi silang antara persepsi dan perilaku terhadap pembiayaan *murabahah* yang frekuensinya bernilai nol.

**Tabel 4.8**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	Marginal Percentage
Memilih	Rendah	33	34.0%
	Sedang	37	38.1%

	Tinggi	27	27.8%
Persepsi	Rendah	16	16.5%
	Sedang	71	73.2%
	Tinggi	10	10.3%
Valid		97	100.0%
Missing		0	
Total		97	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Berdasarkan hasil output case processing summary diketahui bahwa banyaknya data yang dianalisis adalah 97 dan semuanya dapat terolah karena tidak ada yang masuk kategori missing. Berdasarkan data dari 97 responden, diketahui bahwa memilih pembiayaan *murabahah* dengan kategori rendah sebanyak 33 orang atau 34,0%, kategori sedang sebanyak 37 orang atau 38,1% dan kategori tinggi sebanyak 27 atau 27,8%. Dan variabel persepsi dengan kategori rendah sebanyak 16 orang atau 16,5%, kategori sedang sebanyak 71 orang atau 73,2% dan kategori Tinggi sebanyak 10 atau 10,3%

**Tabel 4.9**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	26.467			
Final	23.227	3.240	2	.000
Link function: Logit.				

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Berdasarkan output model fitting information diketahui bahwa nilai kolom sig pada tabel model fitting information sebesar 0,000 berarti model dikatakan signifikan, karena nilai pada kolom  $\text{sig.} \leq \alpha (0,05)$ , atau  $0,198 \leq \alpha (0,05)$ . Diketahui juga bahwa nilai -2 log likelihood model intercept only sebesar 26.467 dan model final

turun menjadi 23.227 dengan selisih yang dapat dilihat di chi-square sebesar 3.240.

**Tabel 4.10**

<b>Goodness-of-Fit</b>			
	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	4.083	2	.130
Deviance	4.068	2	.131
Link function: Logit.			

*Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.*

Hipotesis yang diuji adalah  $H_0$  : model logit layak untuk digunakan dan  $H_a$  : model logit tidak layak digunakan. Diketahui nilai ChiSquare metode Deviance sebesar 4.068 dengan derajat bebas sebesar 2. Kriteria pengujiannya adalah tolak  $H_0$  bila nilai signifikannya kurang dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai uji Deviance pada output tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,131. Keputusan yang diambil adalah diterima  $H_0$  karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya adalah model logit yang didapat layak untuk digunakan.

**Tabel 4.11**

<b>Pseudo R-Square</b>	
Cox and Snell	.033
Nagelkerke	.037
McFadden	.015
Link function: Logit.	

*Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.*

Bagian output Pseudo R-Square menjelaskan variabel tingkat memilih pembiayaan murabahah yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya yakni persepsi. Untuk mengetahui hal tersebut, pada baris ketiga atau McFadden yang menunjukkan bahwa variasi

memilih pembiayaan *murabahah* yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel persepsi adalah sebesar 0,015.

**Tabel 4.12**

Parameter Estimates								
		Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1,00]	-1.485	.617	5.784	1	.000	-2.695	-.275
	[Y = 2,00]	.175	.597	.085	1	.000	-.996	1.345
Location	[X1=1,00]	-.523	.752	.484	1	.000	-1.998	.951
	[X1=2,00]	-1.005	.638	2.483	1	.000	-2.254	.245
	[X1=3,00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
Link function: Logit.								
a. This parameter is set to zero because it is redundant.								

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Pada bagian parameter estimate dapat diketahui bahwa pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika nilai pada kolom sig.  $\leq \alpha$  (0,05) berarti signifikan. Tampak pada kolom sig. pada location seluruhnya  $\geq \alpha$  (0,05). Berarti variabel persepsi (X1) berpengaruh terhadap variabel memilih pembiayaan *murabahah* (Y).

Interpretasi pada bagian parameter dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dan sedang dengan baselinenya, yaitu kategori tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan parameter estimates di atas, dapat dilihat bahwa persepsi yang rendah dibandingkan persepsi yang tinggi berpengaruh dengan memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,000 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -.523. Sedangkan persepsi yang sedang dibandingkan dengan persepsi yang tinggi berpengaruh dengan memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,000 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -1.005. Makna yang bisa disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori persepsi terhadap baseline dengan nilai



estimate sebesar  $-0.523$  dan  $-1.005$ , adalah semakin baik persepsi pedagang pasar Semboro maka akan semakin baik pula memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

- 2) Hasil uji variabel perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah*

**Tabel 4.13**

Warnings	
There are 1 (11.1%) cells (i.e., dependent variable levels by observed combinations of predictor variable values) with zero frequencies.	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Pada bagian output warning atau peringatan diketahui bahwa ada 1 sel pada tabulasi silang antara perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah* yang frekuensinya bernilai nol.

**Tabel 4.14**

Case Processing Summary			
		N	Marginal Percentage
Memilih	Rendah	33	34.0%
	Sedang	37	38.1%
	Tinggi	27	27.8%
Perilaku	Rendah	24	24.7%
	Sedang	48	49.5%
	Tinggi	25	25.8%
Valid		97	100.0%
Missing		0	
Total		97	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Berdasarkan hasil output case processing summary diketahui bahwa banyaknya data yang dianalisis adalah 97 dan semuanya dapat terolah karena tidak ada yang masuk kategori missing. Berdasarkan data dari 97 responden, diketahui memilih dengan

kategori rendah sebanyak 33 orang atau 34,0%, kategori sedang sebanyak 37 orang atau 38,1% dan dengan kategori tinggi sebanyak 27 orang atau 27,8%. Untuk perilaku dengan kategori rendah sebanyak 24 orang atau 24,7%, kategori sedang sebanyak 48 orang atau 49,5% dan kategori tinggi sebanyak 25 orang atau 25,8%.

**Tabel 4.15**

<b>Model Fitting Information</b>				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	62.254			
Final	23.541	38.713	2	.000
Link function: Logit.				

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Berdasarkan output model fitting information diketahui bahwa nilai kolom sig pada tabel model fitting information sebesar 0,000 berarti model signifikan karena nilai pada kolom  $\text{sig} \leq \alpha$  (0,05). Diketahui juga bahwa nilai -2 log likelihood model intercept only sebesar 62.254 dan model final turun menjadi 23.541 dengan selisih yang dapat dilihat di chi-square sebesar 38.713.

**Tabel 4.16**

<b>Goodness-of-Fit</b>			
	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	5.422	2	.066
Deviance	6.483	2	.039
Link function: Logit.			

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Hipotesis yang diuji adalah  $H_0$  : model logit layak untuk digunakan dan  $H_a$  : model logit tidak layak digunakan. Diketahui nilai ChiSquare metode Deviance sebesar 6.483 dengan derajat bebas sebesar 2. Kriteria pengujianya adalah tolak  $H_0$  bila nilai signifikannya kurang dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai uji Deviance pada output tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,039. Keputusan yang diambil adalah diterima  $H_0$  , karena nilai

signifikansi lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya adalah model logit yang didapat layak untuk digunakan.

**Tabel 4.17**

<b>Pseudo R-Square</b>	
Cox and Snell	.329
Nagelkerke	.371
McFadden	.183
Link function: Logit.	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Berdasarkan output Pseudo R-Square dapat diketahui bahwa variasi tingkat memilih pembiayaan murabahah yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel perilaku. Untuk mengetahui hal tersebut, dapat dilihat dari nilai McFadden sebesar 18,3%.

**Tabel 4.18**

<b>Parameter Estimates</b>								
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1,00]	-2.570	.495	26.923	1	.000	-3.541	-1.599
	[Y = 2,00]	-.369	.400	.851	1	.000	-1.154	.415
Location	[X2=1,00]	-3.833	.692	30.681	1	.000	-5.190	-2.477
	[X2=2,00]	-1.639	.506	10.503	1	.001	-2.630	-.648
	[X2=3,00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
Link function: Logit.								
a. This parameter is set to zero because it is redundant.								

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Pada bagian parameter estimate dapat diketahui bahwa pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika nilai pada kolom sig.  $\leq \alpha$  (0,05) berarti signifikan. Tampak pada kolom sig. pada location seluruhnya  $\leq \alpha$  (0,05). Berarti variabel perilaku (X2) berpengaruh terhadap variabel memilih pembiayaan murabahah (Y).

Interpretasi pada bagian parameter dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dan sedang dengan baselinenya, yaitu kategori tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan parameter estimates di atas, dapat dilihat bahwa perilaku yang rendah dibandingkan perilaku yang tinggi berpengaruh dengan memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,001 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -1.639. Sedangkan perilaku yang sedang dibandingkan dengan perilaku yang tinggi berpengaruh dengan memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,000 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -3.833. Makna yang bisa disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori perilaku terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -1.639 dan -3.833, adalah semakin baik perilaku pedagang pasar Semboro maka semakin kuat memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

b. Regresi Ordinal Simultan

**Tabel 4.19**

<b>Warnings</b>	
There are 8 (29.6%) cells (i.e., dependent variable levels by observed combinations of predictor variable values) with zero frequencies.	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Pada bagian output warning atau peringatan diketahui bahwa ada 8 sel pada tabulasi silang antara persepsi dan perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah* yang frekuensinya bernilai nol.

**Tabel 4.20**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	Marginal Percentage
Y	Rendah	33	34.0%
	Sedang	37	38.1%
	Tinggi	27	27.8%
X1	Rendah	16	16.5%

	Sedang	71	73.2%
	Tinggi	10	10.3%
X2	Rendah	24	24.7%
	Sedang	48	49.5%
	Tinggi	25	25.8%
Valid		97	100.0%
Missing		0	
Total		97	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Berdasarkan hasil output case processing summary diketahui bahwa banyaknya data yang dianalisis adalah 97 dan semuanya dapat terolah karena tidak ada yang masuk kategori missing. Berdasarkan data dari 97 responden, diketahui bahwa memilih pembiayaan dengan kategori rendah 33 orang atau 34,0%, kategori sedang sebanyak 37 orang atau 38,1% dan kategori tinggi sebanyak 10 orang atau 10,3%. Untuk Persepsi dengan kategori rendah sebanyak 16 orang atau 16,5%, kategori sedang sebanyak 71 orang atau 73,2% dan kategori tinggi sebanyak 10 orang atau 10,3%. Untuk perilaku dengan kategori rendah sebanyak 24 orang atau 24,7%, kategori sedang sebanyak 48 orang atau 49,5% dan kategori tinggi sebanyak 25 orang atau 25,8%.

**Tabel 4.21**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	91.338			
Final	49.838	41.500	4	.000
Link function: Logit.				

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Berdasarkan output model fitting information diketahui bahwa nilai kolom sig pada tabel model fitting information sebesar 0,000 berarti model signifikan karena nilai pada kolom  $si \leq \alpha$  (0,05). Diketahui juga bahwa nilai -2 log likelihood model intercept only

sebesar 91.338 dan model final turun menjadi 49.838 dengan selisih yang dapat dilihat di chi-square sebesar 41.500.

**Tabel 4.22**

<b>Goodness-of-Fit</b>			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	34.704	12	.001
Deviance	25.632	12	.012
Link function: Logit.			

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Hipotesis yang diuji adalah  $H_0$  : model logit layak untuk digunakan dan  $H_a$  : model logit tidak layak digunakan. Diketahui nilai Chi-Square metode Deviance sebesar 25.632 dengan derajat bebas sebesar 12. Kriteria pengujianya adalah tolak  $H_0$  bila nilai signifikannya kurang dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai uji Deviance pada output tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,012. Keputusan yang diambil adalah diterima  $H_0$  karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya adalah model logit yang didapat layak untuk digunakan.

**Tabel 4.23**

<b>Pseudo R-Square</b>	
Cox and Snell	.348
Nagelkerke	.392
McFadden	.196
Link function: Logit.	

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Berdasarkan output Pseudo R-Square dapat diketahui bahwa variasi tingkat memilih pembiayaan *murabahah* yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel persepsi dan perilaku sebesar 19,6%.

**Tabel 4.24**

Parameter Estimates								
		Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1,00]	-3.167	.805	15.466	1	.000	-4.745	-1.589
	[Y = 2,00]	-.920	.724	1.614	1	.000	-2.339	.499
Location	[X1=1,00]	-.032	.819	.002	1	.000	-1.638	1.573
	[X1=2,00]	-.777	.679	1.309	1	.000	-2.107	.554
	[X1=3,00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X2=1,00]	-3.861	.703	30.206	1	.000	-5.238	-2.484
	[X2=2,00]	-1.662	.512	10.542	1	.001	-2.665	-.659
	[X2=3,00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
Link function: Logit.								
a. This parameter is set to zero because it is redundant.								

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25.

Pada bagian parameter estimate dapat diketahui bahwa pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika nilai pada kolom sig.  $\leq \alpha$  (0,05) berarti signifikan. Tampak pada kolom sig. pada location persepsi kategori sedang bernilai 0,000; perilaku kategori rendah bernilai 0,001; perilaku kategori sedang bernilai 0,000. Berarti variabel persepsi (X1), dan perilaku (X2), berpengaruh terhadap variabel memilih pembiayaan *murabahah*(Y).

Interpretasi pada bagian parameter dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dan sedang dengan baselinenya, yaitu kategori tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan parameter estimates di atas, dapat dilihat bahwa persepsi yang rendah dibandingkan persepsi yang tinggi berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,000 >  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -0,032. Sedangkan persepsi yang sedang dibandingkan dengan persepsi yang tinggi berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,000 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar - 0,777. Makna yang bisa disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori persepsi terhadap baseline dengan nilai

estimate sebesar -0,032 dan -0,777, adalah semakin baik persepsi pedagang pasar Semboro maka akan semakin kuat memilih pembiayaan *murabahah*.

Berdasarkan hasil perhitungan parameter estimates untuk perilaku, dapat dilihat bahwa perilaku yang rendah dibandingkan perilaku yang tinggi berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,000 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -3.861. Sedangkan perilaku yang sedang dibandingkan dengan perilaku yang tinggi berpengaruh terhadap keputusan pembelian (sig. = 0,001 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -1.662. Makna yang bisa disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori perilaku terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -3.861 dan -1.662, adalah semakin buruk perilaku pedagang pasar Semboro maka akan semakin menurun memilih pembiayaan *murabahah*.

#### **E. Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi dan perilaku pedagang pasar memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Berikut hasil dari penelitian ini untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan:

##### **1. Pengaruh Persepsi dengan Memilih Pembiayaan *Murabahah***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi rank spearman antara variabel persepsi (X1) dengan memilih pembiayaan *murabahah* (Y) adalah sebesar 0,392. Artinya tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara variabel persepsi (X1) dengan memilih pembiayaan *murabahah* (Y) memiliki korelasi yang kuat. Angka koefisien korelasi pada tersebut bernilai positif sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah, dan dapat disimpulkan bahwa ketika persepsi semakin baik maka semakin kuat memilih pembiayaan *murabahah*. Diketahui pula nilai signifikan atau Sig. (2-tailed) sebesar 0,000; dikarenakan nilai Sig. (2-tailed) 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.



Dan ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel persepsi dengan memilih pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

Selanjutnya pada perhitungan regresi ordinal yaitu pada perhitungan tabel parameter estimates antara persepsi yang rendah dibandingkan persepsi yang tinggi berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,000 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -0,523. Sedangkan persepsi yang sedang dibandingkan dengan persepsi yang tinggi berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (sig. = 0,000 <  $\alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -1,005. Makna yang bisa disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori persepsi terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -0,523 dan -1,005, adalah semakin rendah persepsi pedagang pasar semboro maka akan semakin menurun memilih pembiayaan *murabahah*.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel persepsi dengan memilih pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

Dari hasil penelitian ini, yang sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu yang dilakukan Ulul Albab dengan judul “Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan bahwa hasil menunjukkan Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Ulul Albab, 2018).

Dengan demikian persepsi nasabah mengenai pembiayaan murabahah pada KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro sudah terbentuk dengan baik karena pengaruh dari nilai-nilai ekonomi Islam yang ada didalam pembiayaan murabahah sehingga mendorong nasabah untuk mengambil pembiayaan murabahah di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

## 2. Pengaruh Perilaku dengan Memilih Pembiayaan *Murabahah*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi rank spearman antara variabel perilaku (X2) dengan memilih pembiayaan *murabahah* (Y) adalah sebesar 0,623. Artinya tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara variabel perilaku (X2) dengan memilih pembiayaan *murabahah* (Y) memiliki korelasi yang kuat. Angka koefisien korelasi pada tersebut bernilai positif sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah, dan dapat disimpulkan bahwa ketika perilaku semakin baik maka semakin kuat untuk memilih pembiayaan *murabahah*. Diketahui pula nilai signifikan atau Sig. (2-tailed) sebesar 0,000; dikarenakan nilai Sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  atau  $0,01$  maka  $H_0$  ditolak. Dan ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

Selanjutnya pada perhitungan regresi ordinal yaitu pada perhitungan tabel parameter estimates antara perilaku yang rendah dibandingkan perilaku yang tinggi berpengaruh terhadap keputusan pembelian (sig. =  $0,000 < \alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -3,833. Sedangkan perilaku yang sedang dibandingkan dengan perilaku yang tinggi berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (sig. =  $0,001 < \alpha$ ) dengan nilai estimate sebesar -1,639. Makna yang bisa disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori perilaku terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -3,833 dan -1,639, adalah semakin buruk perilaku pedagang pasar semboro maka akan semakin menurun untuk memilih pembiayaan *murabahah*.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian di toko Appleblossom. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Joni Ahmad Mughni (2018) yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Hidayah Kawalu Tasikmlaya” dengan hasil pengujian secara parsial dan simultan menunjukkan

bahwa variabel perilaku konsumen (budaya, sosial, individu, psikologis) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Hidayah Kawalu Tasikmalaya.

Dengan demikian perilaku nasabah mengenai pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro sudah terbentuk dengan baik karena pengaruh dari nilai-nilai ekonomi Islam yang ada didalam pembiayaan *murabahah* sehingga mendorong perilaku nasabah untuk mengambil pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

### 3. Pengaruh Persepsi (X1) dan Perilaku (X2) Memilih Pembiayaan Murabahah

Nilai atau koefisien Kondoedansi Kendall W yaitu sebesar 1,000. Nilai tersebut membuktikan adanya korelasi antara persepsi dan perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Adanya positif dan tingkat kekuatan hubungan cukup tinggi. Adapun nilai Asymp.Sig sebesar 0,000. Karena nilai Asymp.Sig  $0,000 < 0,05$  maka keputusan uji adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi dan perilaku dengan memilih pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro.

Hasil uji test statistics menunjukkan bahwa Chi-Square bernilai 192,000 dan df atau degree of freedom (df) sebesar 2. Untuk uji signifikan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai pada kolom asymp. Sig. dengan  $\alpha$  (0,05), dimana jika probabilitasnya  $\geq \alpha$  (0,05)  $H_0$  diterima, dan pada asymp. Sig. dibawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak, dari hasil yang ada yaitu 0,000 dibawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_\alpha$  diterima. Artinya, ada hubungan yang signifikan antara persepsi dan perilaku terhadap memilih pembiayaan *murabahah*.

Selanjutnya pada perhitungan regresi ordinal yaitu pada perhitungan tabel model fitting information, menunjukkan nilai -2 log

likelihood model intercept only sebesar 91,338 sedangkan nilai -2 log likelihood dengan memasukkan variabel independen ke dalam model final terjadi penurunan nilai menjadi 49,838. Perubahan nilai ini merupakan nilai chisquare sebesar 41.500. Dan pada nilai kolom sig pada tabel model fitting information sebesar 0,000 berarti model signifikan karena nilai pada kolom  $si \leq \alpha$  (0,05). Dari model tersebut , dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi (X1), dan perilaku (X2) sama-sama berpengaruh secara simultan terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (Y).



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk dapat mengetahui apakah terdapat hubungan antara Persepsi dan perilaku nasabah pedagang pasar Semboro terhadap memilih pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh antara variabel independen persepsi (X1) terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (Y) di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Dapat diketahui dengan melihat hasil analisis regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom sig. sebesar 0,000 ( $< \alpha 0,05$ ) berarti signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Dengan demikian persepsi nasabah sangat baik mengenai pembiayaan *murabahah* yang dianggap lebih menarik atau meringankan bagi nasabah karena sesuai dengan kebutuhan mereka dibanding melakukan pembiayaan *murabahah* di lembaga keuangan lain.
2. Ada pengaruh antara variabel independen perilaku (X2) terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (Y) di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Dapat diketahui dengan melihat hasil analisis regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom sig. sebesar 0,000 ( $< \alpha 0,05$ ) berarti signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Dengan demikian perilaku nasabah sangat baik mengenai pembiayaan *murabahah* yang dianggap lebih menarik atau meringankan bagi nasabah karena sesuai dengan kebutuhan mereka dibanding melakukan pembiayaan *murabahah* di lembaga keuangan lain.

3. Ada pengaruh antara variabel independen persepsi (X1), dan perilaku (X2) terhadap memilih pembiayaan *murabahah* (Y) di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Dapat diketahui dengan melihat hasil analisis regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom sig. pada location kategori rendah variabel independen yang bernilai  $< \alpha$  (0,05) berarti signifikan, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan nilai pada kolom signifikan pada model fitting information sebesar 0,000 ( $< \alpha$  0,05) sehingga model signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku dan persepsi berpengaruh terhadap memilih pembiayaan *murabahah*. Dengan demikian persepsi dan perilaku nasabah sangat baik mengenai pembiayaan *murabahah* yang di anggap lebih menarik atau meringankan bagi nasabah karena sesuai dengan kebutuhan mereka dibanding melakukan pembiayaan *murabahah* di lembaga keuangan lain.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademis Penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai sumber referensi dalam memperkaya kajian-kajian penelitian terkait BMT dan perbankan syariah secara khusus maupun penelitian dalam ranah ekonomi syariah yang dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dalam menyelesaikan tugas atau penelitian yang akan datang.
2. Bagi Peneliti Yang Akan Datang Peneliti ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dara itu untuk penelitian selanjutnya diharapkan akan menambahkan onjek penelitian serta menabahkan variabel penelitian yang memiliki pengaruh lebih kuat terhadap kemajuan BMT terkait dengan persepsi maupun perilaku.
3. Bagi BMT Dalam penelitian yang dilakukan cukup banyak nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah*. Perlu adanya peningkatan mengenai pengelolaan fasilitas pelayanan BMT sehingga dapat

menarik minat nasabah lain untuk menggunakan produk pembiayaan Murabahah di BMT.



## DAFTAR PUSTAKA

- Admin Kominfo. (2020, 2 23). Dipetik 2 4, 2022, dari <https://www.pasuruankab.go.id/berita-5354-menteri-koperasi-dan-ukm-sebut-koperasi-bmt-ugt-sidogiri-role-model-bagi-koperasi-syariah-lainnya-.html>: <https://www.pasuruankab.go.id/berita-5354-menteri-koperasi-dan-ukm-sebut-koperasi-bmt-ugt-sidogiri-role-model-bagi-koperasi-syariah-lainnya-.html>
- Albab, U.2018. Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan. *Skripsi*. UIN Malang.
- Al-Imam Abul Fida Ismail Ibnu Katsir ad-Damasyqi, Tafsir Ibnu Katsir juz 5.*
- Brosur Produk Pembiayaan BMT UGT Sidogiri. 2022.*
- Desmita. 2008. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Djamaluddin Ancok. 1987. *Teknik Penyusunan Skala Pengukuran*. Yogyakarta: Pusat Penelitian Kependudukan UGM.
- E.B, Green. 1971. *Measurment of human behavior*. New York: P.S. The Odessey Press.
- Hardiani. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.
- Hasan, I. M..2004. *Pokok-pokok Materi Pengambilan Keputusan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hayatul Millah dkk.2021. Analisis Penetapan Harga Jual Pada Pembiayaan *Murabahah* Berdasarkan Perspektif Islam Di BMT UGT SIDOGIRI CAPEM Pajara (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Lumajang). *Skripsi*.
- IKAPI. 2009. Perbankan Syariah.
- Indrawati,dkk. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis*. Bandung: Refika Aditama.
- Isna, A., (2013). *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: STAIN PRESS.



istiqra'. (2016). Pengaruh pembiayaan Mudharabah Terhadap Pendapatan BMT UGT Sidogiri Capem Sanggon Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*.

James Reason. 1990. *Humas Error*. Ashgate. ISBN 1-84014-104-2.

Jonathan, 2010. *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS*. Bandung: Graha Ilmu

Kasmir. 2001. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Krisna Sudjana, Rizkison. 2020. Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.

Kusnadi. (2005). *Pengantar Manajemen: Konseptual dan Perilaku*. Malang: Unibraw.

Lia rahmadanii. 2013. Dipetik 05 23, 2022, dari [Liarahmadanii.blogspot.com/2013/10/proses-pengambilan-keputusan-konsumen.html?m=1/](http://Liarahmadanii.blogspot.com/2013/10/proses-pengambilan-keputusan-konsumen.html?m=1/).

M. Ridwan. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*. Yogyakarta: UII Press.

Michael R. Solomon. 1996. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. 3th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall International.

Philip Kotler. 2003. *Marketing Management: Analysis, Planning, implamentation, and Control, 11th edition*. New Jersey: Prantice- Hall International Inc.

Philip Kotler and Grey Amstrong. 1997. *Principles of Marketing*. Jakarta: Prenhallindo.

Purwanto. 2019. *Analisis Korelasi dan Regresi Linier dengan SPSS 21 (Panduan Praktis untuk Penelitian Ekonomi Syariah)*. Magelang: StaiaPress.

*Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275.*

*Qur'an Surat An-nisa' ayat 29.*

Ridwan, A. H.(2013). *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Rita Damayanti. 2000. *Dasar-dasar Psikologi*. Jakarta: FKM UI.

- Rizal Yaya, dkk..2014. *Perbankan Syariah dan Teori Kontemporer*. Jagakarta: Palembang Empat.
- Rohmad & Supriyanto. 2015. *Pengantar Statistik Panduan Praktis Bagi Pengajar*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Rohman, M. K..2019. Implementasi Mitigasi Risiko Pada Pembiayaan Multiguna Risiko ada Pembiayaan Multiguna Tanpa Agunan (Studi Pada: BMT UGT Sidogiti KCP Blimbing), . *Skripsi, UIN Malik Ibrahim, Malang*.
- Rosyida, Dina. 2019. Penerapan Prinsip Kehati-hatian (Prudential Principle) Dalam Pembiayaan Murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Kotagede Yogyakarta. *Skripsi: UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta*.
- Save M. Dagum. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkaji Kebudayaan Nusantara LPKN.
- Setiyarini, A..2012. Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani. *Skripsi*.
- Situs Resmi BMT UGT Sidogiri . <https://bmtugtnusantara.co.id/tentang-kami-6.html>. Dipetik Februari 02, 2022
- Stephen P. Robbin. 2001. *Organizational Behavior, 9th Edition*.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, T. 2001. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta : Erlangga.
- Supranto, J. 2009. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syafi'i Antonio. 2003. *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*. Solo: PT Era Adi Citra.
- Wiroso. 2005. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press.
- Wawancara Pedagang Pasar Semboro*. 2021, Oktober 31.
- Wawancara Pimpinan BMT UGT Sidogiri KCP Semboro*. 2021, Oktober 31.
- Wawancara Staf BMT UGT Sidogiri KCP Semboro*. 2021, Oktober 5.



# LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

**KUISIONER PERSEPSI DAN PERILAKU PEDAGANG PASAR SEMBORO MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT UGT SIDOGIRI KCP SEMBORO**

Nama Responden :

Usia :

Pekerjaan :

Angket ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi dan perilaku pedagang pasar sembori tentang memilih pembiayaan *Murabahah* di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro. Peneliti sangat mengharapkan kerjasama Bapak/Ibu untuk mengisi atau menjawab setiap pertanyaan yang diajukan didalam angket. Atas perhatian dan kerjasamanya, peneliti mengucapkan terimakasih.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

N : Netral/ Ragu-ragu

Berilah tanda (√) untuk jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	<b>Persepsi</b>					
1.	Sikap karyawan BMT UGT Sidogiri KCP Semboro ramah, simpati dan murah senyum saat kami ingin mengajukan pembiayaan <i>Murabahah</i> .					
2.	Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro tidak menggunkan sistem bunga, melainkan margin.					
3.	Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro sangat penting untuk pemodalan toko-toko di pasar Semboro.					
4.	Saya melakukan pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro atas informasi dari pengalaman orang lain.					
5.	Saya berharap pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro tidak memberatkan bagi saya.					
6.	Saya mengajukan pembiayaan <i>Murabahah</i> karena karyawan BMT UGT Sidogiri KCP Semboro untuk pembiayaan murabahah sangat professional dan dapat dipercaya.					
7.	Staf karyawan BMT UGT Sidogiri KCP Semboro cepat, sigap, dan siap saat kami ingin melakukan pembiayaan <i>Murabahah</i> .					
8.	Syarat- syarat pembiayaan <i>Murabahah</i> sangat jelas dan kami pahami setelah dijelaskan oleh pihak BMT UGT Sidogiri					

	KCP Semboro					
9.	Sosialisasi dan promosi Promosi pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro menyentuh seluruh pedagang pasar semboro bahkan masyarakat seluruh kecamatan semboro dan diluar itu.					
10.	Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro memang pembiayaan paling unggul di BMT, karena memang cocok untuk kebutuhan toko-toko kami.					
11.	Promosi pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro saya ketahui melalui pihak BMT, brosur, dan teman-teman pedagang pasar Semboro					
12.	Pembiayaan <i>Murabahah</i> diproses sangat cepat oleh pihak BMT UGT Sidogiri KCP Semboro					
13.	Nasabah yang ingin menajukan pembiayaan <i>Murabahah</i> ditempatkan ditempat pribadi BMT UGT Sidogiri KCP Semboro, untuk menjaga privasi nasbah.					
14.	Pembiayaan <i>Murabahah</i> memang sangat populer dilingkungan masyarakat Semboro dan diluar itu, khususnya pedagang yang ada di pasar semboro					
	<b>Perilaku</b>					
1.	Bandingkan dengan kredit sistem kredit di bank konvensional, apakah pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro lebih sesuai untuk anda.					
2.	Memilih pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro karena dukungan keluarga.					
3.	Peran BMT UGT Sidogiri KCP Semboro yang menggulkan pembiayaan <i>Murabahah</i> sangat berguna bagi kami sebagai pemodal toko-toko kami.					
4.	Produk pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro yang menerapkan prinsip syariah sesuai dengan kepribadian saya.					
5.	Pembiayaan <i>murabahah</i> juga disuguhkan semua masyarakat, baik muslim maupun non muslim.					
6.	Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro disuguhkan untuk semua kalangan kelas sosial, baik kelas sosial kebawah, menengah, maupun keatas.					
	<b>Memilih (Mengambil keputusan)</b>					
1.	Tetap bersedia menjadi nasabah pembiayaan <i>murabahah</i> dan tidak akan memilih pembiayaan lainnya.					
2.	Memilih pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri KCP Semboro dan terus tetap sebagai nasabahnya karena faktor kebiasaan menggunakan pembiayaan ini.					
3.	Memilih pembiayaan <i>murabahah</i> karena prosesnya tidak berbelit-belit.					

Lampiran 2 :

Tabulasi Persepsi (X1)

NO	NAMA RESPONDEN	PERTANYAAN/ PERNYATAAN (NO. Item)														JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	Abdur Rasyid	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	66
2	Sarlan	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	60
3	Sutopo	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
4	Ahmad Hari Irwanto	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
5	Supriyadi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
6	M. Sulaiman	4	3	4	5	4	2	5	3	3	4	3	3	4	3	61
7	Robi Setiawan	3	4	4	3	5	5	4	3	4	4	3	4	4	3	64
8	Marzuki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	67
9	Ngatimin	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	60
10	Rengga	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	72
11	Diamin	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	66
12	Budi Setiawan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	67
13	Mujiono	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	60
14	Sumar	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	72
15	Salim	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	65
16	Khoiri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
17	Khoirul	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	66
18	Safi'i	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
19	Dumami	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	62
20	Ahmad Saunu	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
21	Jikan	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	65
22	Mardi	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	63
23	Roni	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	60
24	Misno	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	71
25	Darmaji	3	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	61
26	Jazuli	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
27	Mufidz	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	66
28	M. Soleh	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
29	Sutijo	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	71
30	Siswo	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
31	Karim	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	71
32	Marto	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
33	Sartoni	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
34	Misran	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	65
35	Kosim	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	66
36	Suwardi	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	60



77	Karisa	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	66
78	Siamah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
79	Khasanah	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	71
80	Wigati	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
81	Saripah	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	71
82	Siti Baniyah	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
83	Rosa Ayu	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
84	Laili	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	65
85	Sri	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	66
86	Agnes	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	60
87	Krisnawati	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	66
88	Nur Kholifah	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	66
89	Umamah	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	71
90	Handayani	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
91	Wasilatul	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	72
92	Parmini	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	65
93	Sumini	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	60
94	Qoiriyah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67

Tabulasi Perilaku (X2)

NO	NAMA RESPONDEN	PERTANYAAN/ PERNYATAAN (NO. Item)						JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	
1	Abdur Rasyid	4	4	5	5	5	4	27
2	Sarlan	4	4	3	4	3	5	23
3	Sutopo	5	4	4	4	4	4	25
4	Ahmad Hari Irwanto	5	4	5	5	5	5	29
5	Supriyadi	4	5	4	5	4	5	27
6	M. Sulaiman	5	4	3	3	4	5	24
7	Robi Setiawan	3	3	4	5	4	4	23
8	Marzuki	4	4	5	4	5	5	27
9	Ngatimin	3	5	5	4	3	5	25
10	Rengga	5	4	4	4	4	4	25
11	Diamin	3	5	4	5	5	3	25
12	Budi Setiawan	3	4	5	4	4	5	25
13	Mujiono	5	5	4	3	4	3	24
14	Sumar	4	3	5	5	5	4	26
15	Salim	3	5	5	4	5	5	27
16	Khoiri	5	4	5	4	3	5	26
17	Khoirul	5	5	5	4	4	4	27
18	Safi'i	5	5	5	4	5	5	29



19	Dumami	5	3	5	4	4	5	26
20	Ahmad Saunu	5	5	4	3	4	4	25
21	Jikan	4	4	5	5	5	4	27
22	Mardi	4	5	5	5	5	5	29
23	Roni	3	5	5	4	3	5	25
24	Misno	4	5	5	4	4	4	26
25	Darmaji	5	3	5	5	5	5	28
26	Jazuli	4	3	5	3	4	4	23
27	Mufidz	5	5	5	3	4	5	27
28	M. Soleh	4	5	3	5	5	4	26
29	Sutijo	4	5	3	4	3	4	23
30	Siswo	3	5	4	4	4	4	24
31	Karim	3	5	5	5	5	5	28
32	Marto	4	5	5	5	4	5	28
33	Sartoni	5	5	5	4	4	5	28
34	Misran	4	5	5	5	4	4	27
35	Kosim	5	5	5	5	5	5	30
36	Suwardi	4	5	4	4	3	5	25
37	Ida	5	5	3	4	4	4	25
38	Munfarida	3	5	5	5	5	5	28
39	Marsih	3	5	4	5	4	5	26
40	Musriatun	4	5	3	3	4	5	24
41	Eni	5	5	4	5	5	4	28
42	Waghfir	5	5	5	5	5	5	30
43	Erna	5	5	5	5	4	5	29
44	Jumainah	5	5	5	3	4	5	27
45	Khodijah	4	5	5	5	5	4	28
46	Jumanti	4	5	5	5	5	5	29
47	Sulis	5	5	5	4	3	5	27
48	Retno	4	3	5	4	4	4	24
49	Hj. Misnah	3	5	5	5	5	5	28
50	Surti	3	5	5	5	4	5	27
51	Suminah	4	5	5	3	4	5	26
52	Sari	5	5	4	5	5	4	28
53	Jum	5	5	4	5	5	5	29
54	Sulikah	5	5	5	5	4	5	29
55	Kasih	4	5	5	3	4	5	26
56	Kastin	5	3	5	5	5	4	27
57	Rodiah	5	5	5	5	5	5	30
58	Sriati	4	5	5	4	3	5	26
59	Umaimah	5	4	5	4	4	4	26
60	Endang	4	5	5	5	5	5	29

61	Julia	4	5	5	5	4	5	28
62	Nur Azizah	4	5	5	3	4	5	26
63	Antin	4	5	5	5	5	4	28
64	Riska	5	4	5	5	5	5	29
65	Sumini	5	5	5	5	4	5	29
66	Sami	4	4	5	3	4	5	25
67	Sarah	5	5	5	5	5	4	29
68	Hartik	4	5	5	5	5	5	29
69	Gasul	3	5	5	4	3	5	25
70	Anah	5	5	5	4	4	4	27
71	Mar	4	5	5	5	5	5	29
72	Susianah	3	5	5	5	4	5	27
73	Rinawati	4	5	5	3	4	5	26
74	Kurnia	5	3	5	5	5	4	27
75	Mila	4	4	3	5	5	5	26
76	Mim	3	4	3	5	4	5	24
77	Karisa	4	5	5	3	4	5	26
78	Siamah	5	5	5	5	5	4	29
79	Khasanah	4	5	5	5	5	5	29
80	Wigati	3	5	5	4	3	5	25
81	Saripah	4	5	5	4	4	4	26
82	Siti Baniyah	5	5	5	5	5	5	30
83	Rosa Ayu	4	5	5	5	4	5	28
84	Laili	3	5	5	3	4	5	25
85	Sri	4	5	3	5	5	4	26
86	Agnes	5	5	5	5	5	5	30
87	Krisnawati	4	5	5	5	4	5	28
88	Nur Kholifah	5	5	5	3	4	5	27
89	Umamah	5	5	5	5	5	4	29
90	Handayani	5	5	5	5	5	5	30
91	Wasilatul	4	5	5	4	3	5	26
92	Parmini	5	5	5	4	4	4	27
93	Sumini	5	5	5	5	5	5	30
94	Qoiriyah	5	5	5	5	4	5	29
95	Resti	4	5	5	3	4	5	26
96	Satopah	5	5	5	5	5	4	29
97	Rokipah	3	5	3	5	3	5	24
	Jumlah							2608

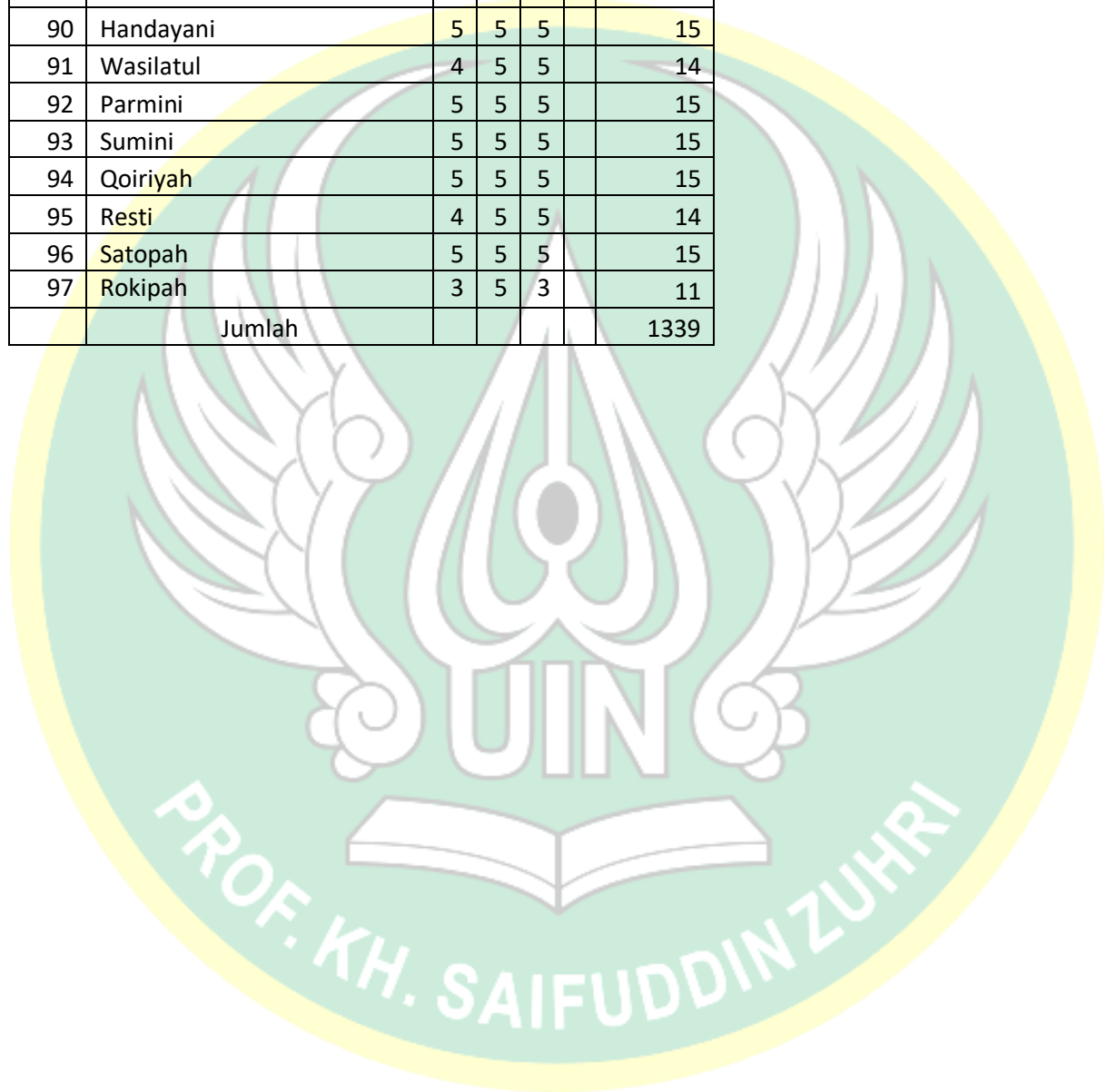
Tabulasi Memilih (Y)

NO	NAMA RESPONDEN	No. Item	JUMLAH
----	----------------	----------	--------

		1	2	3	
1	Abdur Rasyid	4	5	5	14
2	Sarlan	4	5	5	14
3	Sutopo	5	4	4	13
4	Ahmad Hari Irwanto	5	5	5	15
5	Supriyadi	5	5	4	14
6	M. Sulaiman	5	5	3	13
7	Robi Setiawan	3	5	4	12
8	Marzuki	4	5	5	14
9	Ngatimin	3	5	5	13
10	Rengga	5	5	5	15
11	Diamin	4	5	5	14
12	Budi Setiawan	3	5	5	13
13	Mujiono	5	5	4	14
14	Sumar	4	3	5	12
15	Salim	3	5	5	13
16	Khoiri	5	5	5	15
17	Khoirul	5	5	5	15
18	Safi'i	5	5	5	15
19	Dumami	5	5	5	15
20	Ahmad Saunu	5	5	5	15
21	Jikan	4	5	5	14
22	Mardi	4	5	5	14
23	Roni	3	5	5	13
24	Misno	4	5	5	14
25	Darmaji	5	3	5	13
26	Jazuli	4	3	5	12
27	Mufidz	5	5	5	15
28	M. Soleh	4	5	4	13
29	Sutijo	4	5	3	12
30	Siswo	3	5	4	12
31	Karim	3	5	5	13
32	Marto	4	5	5	14
33	Sartoni	5	5	5	15
34	Misran	4	5	5	14
35	Kosim	5	5	5	15
36	Suwardi	4	5	4	13
37	Ida	5	5	3	13
38	Munfarida	3	5	5	13
39	Marsih	3	5	4	12
40	Musriatun	4	5	3	12

41	Eni	5	5	5	15
42	Waghfir	5	5	5	15
43	Erna	5	5	5	15
44	Jumainah	5	5	5	15
45	Khodijah	4	5	5	14
46	Jumanti	4	5	5	14
47	Sulis	5	5	5	15
48	Retno	4	3	5	12
49	Hj. Misnah	3	5	5	13
50	Surti	3	5	5	13
51	Suminah	4	5	5	14
52	Sari	5	5	4	14
53	Jum	5	5	4	14
54	Sulikah	5	5	5	15
55	Kasih	4	5	5	14
56	Kastin	5	3	5	13
57	Rodiah	5	5	5	15
58	Sriati	4	5	5	14
59	Umaimah	5	4	5	14
60	Endang	4	5	5	14
61	Julia	4	5	5	14
62	Nur Azizah	4	5	5	14
63	Antin	4	5	5	14
64	Riska	5	4	5	14
65	Sumini	5	5	5	15
66	Sami	4	4	5	13
67	Sarah	5	5	5	15
68	Hartik	4	5	5	14
69	Gasul	3	5	5	13
70	Anah	5	5	5	15
71	Mar	4	5	5	14
72	Susianah	3	5	5	13
73	Rinawati	4	5	5	14
74	Kurnia	5	3	5	13
75	Mila	4	4	3	11
76	Mim	3	4	3	10
77	Karisa	4	5	5	14
78	Siamah	5	5	5	15
79	Khasanah	4	5	5	14
80	Wigati	3	5	5	13
81	Saripah	4	5	5	14
82	Siti Banyah	5	5	5	15

83	Rosa Ayu	4	5	5		14
84	Laili	3	5	5		13
85	Sri	4	5	3		12
86	Agnes	5	5	5		15
87	Krisnawati	4	5	5		14
88	Nur Kholifah	5	5	5		15
89	Umamah	5	5	5		15
90	Handayani	5	5	5		15
91	Wasilatul	4	5	5		14
92	Pardini	5	5	5		15
93	Sumini	5	5	5		15
94	Qoiriyah	5	5	5		15
95	Resti	4	5	5		14
96	Satopah	5	5	5		15
97	Rokipah	3	5	3		11
	Jumlah					1339



Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas X1

Correlations																
		S01	S02	S03	S04	S05	S06	S07	S08	S09	S10	S11	S12	S13	S14	TOTAL
S01	Pearson Correlation	1	.380**	-0,096	0,166	-0,161	0,077	0,050	0,161	0,073	0,095	0,015	0,076	0,179	0,018	.408**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,350	0,105	0,115	0,456	0,625	0,115	0,476	0,354	0,884	0,458	0,080	0,861	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S02	Pearson Correlation	.380**	1	-.353**	0,141	-0,021	-0,008	-0,024	0,107	0,194	0,086	-0,071	0,089	.327**	-0,023	.331**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,167	0,838	0,942	0,814	0,299	0,057	0,401	0,490	0,388	0,001	0,825	0,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S03	Pearson Correlation	-0,096	-.353**	1	-0,067	.284	.467**	-0,075	-0,078	0,087	0,134	0,005	-0,188	-0,129	0,072	0,194
	Sig. (2-tailed)	0,350	0,000		0,515	0,005	0,000	0,464	0,446	0,399	0,190	0,961	0,065	0,207	0,482	0,057
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S04	Pearson Correlation	0,166	0,141	-0,067	1	.243	-0,015	.471**	0,134	0,024	.210	-0,015	0,146	0,091	.267**	.512**
	Sig. (2-tailed)	0,105	0,167	0,515		0,017	0,886	0,000	0,189	0,818	0,039	0,881	0,154	0,375	0,008	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S05	Pearson Correlation	-0,161	-0,021	.284	.243	1	.386**	0,000	-0,122	0,064	0,148	0,108	0,053	-0,160	0,096	.325**
	Sig. (2-tailed)	0,115	0,838	0,005	0,017		0,000	1,000	0,232	0,535	0,147	0,295	0,608	0,117	0,349	0,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S06	Pearson Correlation	0,077	-0,008	.467**	-0,015	.386**	1	0,115	-0,022	0,172	0,181	0,117	-0,078	-0,080	0,182	.464**
	Sig. (2-tailed)	0,456	0,942	0,000	0,886	0,000		0,262	0,831	0,092	0,076	0,255	0,446	0,434	0,075	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S07	Pearson Correlation	0,050	-0,024	-0,075	.471**	0,000	0,115	1	0,079	0,084	.201	-0,154	-0,009	0,055	0,073	.362**
	Sig. (2-tailed)	0,625	0,814	0,464	0,000	1,000	0,262		0,439	0,414	0,048	0,133	0,929	0,590	0,479	0,000

	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S08	Pearson Correlation	0,161	0,107	-0,078	0,134	-0,122	-0,022	0,079	1	.425**	.360**	0,162	0,006	0,096	-0,154	.334**
	Sig. (2-tailed)	0,115	0,299	0,446	0,189	0,232	0,831	0,439		0,000	0,000	0,113	0,950	0,351	0,131	0,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S09	Pearson Correlation	0,073	0,194	0,087	0,024	0,064	0,172	0,084	.425**	1	.735**	-0,213	.204	-0,005	-0,157	.417**
	Sig. (2-tailed)	0,476	0,057	0,399	0,818	0,535	0,092	0,414	0,000		0,000	0,036	0,045	0,960	0,125	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S10	Pearson Correlation	0,095	0,086	0,134	.210	0,148	0,181	.201	.360**	.735**	1	-0,218	0,187	-0,003	-0,046	.457**
	Sig. (2-tailed)	0,354	0,401	0,190	0,039	0,147	0,076	0,048	0,000	0,000		0,032	0,067	0,978	0,657	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S11	Pearson Correlation	0,015	-0,071	0,005	-0,015	0,108	0,117	-0,154	0,162	-.213	-0,218	1	.233	0,175	.219	.220
	Sig. (2-tailed)	0,884	0,490	0,961	0,881	0,295	0,255	0,133	0,113	0,036	0,032		0,021	0,086	0,031	0,030
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S12	Pearson Correlation	0,076	0,089	-0,188	0,146	0,053	-0,078	-0,009	0,006	.204	0,187	.233	1	0,090	.241	.354**
	Sig. (2-tailed)	0,458	0,388	0,065	0,154	0,608	0,446	0,929	0,950	0,045	0,067	0,021		0,380	0,018	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S13	Pearson Correlation	0,179	.327**	-0,129	0,091	-0,160	-0,080	0,055	0,096	-0,005	-0,003	0,175	0,090	1	0,142	.322**
	Sig. (2-tailed)	0,080	0,001	0,207	0,375	0,117	0,434	0,590	0,351	0,960	0,978	0,086	0,380		0,165	0,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
S14	Pearson Correlation	0,018	-0,023	0,072	.267**	0,096	0,182	0,073	-0,154	-0,157	-0,046	.219	.241	0,142	1	.346**
	Sig. (2-tailed)	0,861	0,825	0,482	0,008	0,349	0,075	0,479	0,131	0,125	0,657	0,031	0,018	0,165		0,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.408**	.331**	0,194	.512**	.325**	.464**	.362**	.334**	.417**	.457**	.220	.354**	.322**	.346**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,057	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,030	0,000	0,001	0,001	

N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																

### Uji Validitas (X2)

		Correlations						
		S01	S02	S03	S04	S05	S06	TOTAL
S01	Pearson Correlation	1	-.082	.102	-.014	.234*	-.152	.439**
	Sig. (2-tailed)		.425	.320	.890	.021	.138	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
S02	Pearson Correlation	-.082	1	.037	-.004	-.076	.186	.332**
	Sig. (2-tailed)	.425		.720	.970	.462	.068	.001
	N	97	97	97	97	97	97	97
S03	Pearson Correlation	.102	.037	1	.033	.152	.214*	.528**
	Sig. (2-tailed)	.320	.720		.747	.136	.036	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
S04	Pearson Correlation	-.014	-.004	.033	1	.516**	-.043	.577**
	Sig. (2-tailed)	.890	.970	.747		.000	.673	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
S05	Pearson Correlation	.234*	-.076	.152	.516**	1	-.173	.636**
	Sig. (2-tailed)	.021	.462	.136	.000		.090	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
S06	Pearson Correlation	-.152	.186	.214*	-.043	-.173	1	.273**
	Sig. (2-tailed)	.138	.068	.036	.673	.090		.007
	N	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.439**	.332**	.528**	.577**	.636**	.273**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.007	
	N	97	97	97	97	97	97	97
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

### Uji Validitas Y

		S01	S02	S03	TOTAL
S01	Pearson Correlation	1	-.090	.110	.687**
	Sig. (2-tailed)		.382	.285	.000
	N	97	97	97	97
S02	Pearson Correlation	-.090	1	.006	.420**

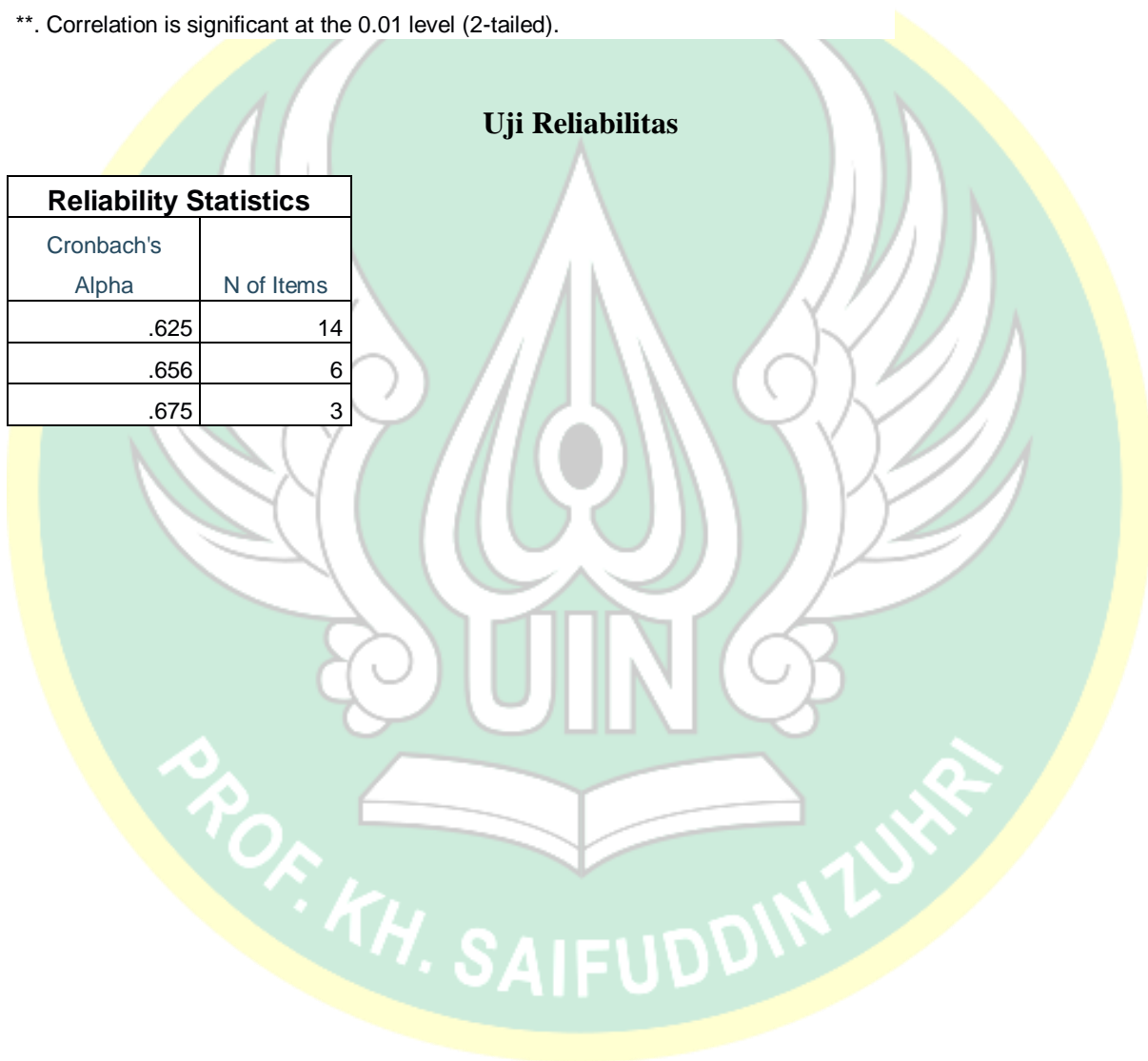


	Sig. (2-tailed)	.382		.956	.000
	N	97	97	97	97
S03	Pearson Correlation	.110	.006	1	.623**
	Sig. (2-tailed)	.285	.956		.000
	N	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.687**	.420**	.623**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.625	14
.656	6
.675	3





**IAIN PURWOKERTO**  
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id)

**SERTIFIKAT**

Nomor: In.17/UPT.MAJ/12031/04/2019

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA : ANGGINA DWI NASWATI**  
**NIM : 1817202092**

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

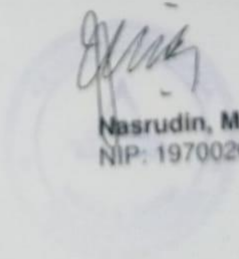
# Tes Tulis	:	76
# Tartil	:	80
# Imla'	:	70
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	75





Purwokerto, 04 Jul 2019  
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,



ValidationCode



**Nasrudin, M.Ag**  
NIP: 197002051 99803 1 001

# SERTIFIKAT

Nomor: 128/K.LPPM/KKN.47/05/2021

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menyatakan bahwa :**

**Nama : ANGGINA DWI NASWATI**  
**NIM : 1817202092**  
**Fakultas / Prodi : FEBI/PS**

## TELAH MENGIKUTI

**Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-47 IAIN Purwokerto Tahun 2021  
dan dinyatakan LULUS dengan Nilai 95 (A).**

Purwokerto, 11 Mei 2021  
Ketua LPPM,  
**Dr. H. Ansori, M.Ag.**  
NIP.19650407 199203 1 004



KEMENTERIAN AGAMA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-636624, Fax : 0281-636653, [www.febi.iainpurwokerto.ac.id](http://www.febi.iainpurwokerto.ac.id)

## Sertifikat

Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**Nama : Anggina Dwi Naswati**  
**NIM : 1817202092**

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :

**BMT UGT Sidogiri KCP Semboro Kabupaten Jember Jawa Timur**

Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Kepala Laboratorium FEBI



**H. Sochimim, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

## Sertifikat

Nomor : 872/Un.19/D.FEBI/PP.009/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Anggina Dwi Naswati  
NIM : 1817202092

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **90 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022.

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



*[Signature]*  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 4 April 2022

Kepala Laboratorium FEBI

**H. Sochim, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001





وزارة الشؤون الدينية  
الجامعة الإسلامية الحكومية بورووكرتو  
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد باتي رقم: ٤٠ بورووكرتو ٥٣١٣٦ هاتف ٠٢٨١ - ٦٣٥٦٤٤ www.iainpurwokerto.ac.id

## الشهادة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠٢١/١٠٩٠١

منحت الى

الاسم

: أعينا دوي ناسواتي

المولودة

: بجيمبير، ١٧ يوليو ١٩٩٩

الذي حصل على

٥٠ : فهم المسموع

٤٨ : فهم العبارات والتراكيب

٥١ : فهم المقروء

٤٩٦ : النتيجة



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١١  
ديسمبر ٢٠١٨

بورووكرتو، ١٠ نوفمبر ٢٠٢١  
رئيس الوحدة لتنمية اللغة.

الدكتورة أدي روسواتي، الماجستير  
رقم التوظيف: ١٩٨٦٠٧٠٤٢٠٢٥٠٣٢٠٠٤



ValidationCode



**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS**  
**INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, [www.iaipurwokerto.ac.id](http://www.iaipurwokerto.ac.id)

---

---

## CERTIFICATE

---

*Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/10901/2021*

This is to certify that :

Name : **ANGGINA DWI NASWATI**  
Date of Birth : **JEMBER, July 17th, 1999**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 52
2. Structure and Written Expression	: 53
3. Reading Comprehension	: 53

---

**Obtained Score** : **527**



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, November 10th, 2021  
Head of Language Development Unit,

**Dr. Ade Ruswatie, M. Pd.**  
NIP: 198607042015032004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

---

### **REKOMENDASI SEMINAR PROPOSAL**

Dengan ini kami Dosen Pembimbing Skripsi Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Anggina Dwi Naswati  
NIM : 1817202092  
Semester : VIII  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022  
Judul Proposal Skripsi : Pengaruh persepsi dan perilaku pedagang pasar memilih pembiayaan murabahah (studi kasus nasabah BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar seminar proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 04 Maret 2022  
Dosen Pembimbing



**Rahmini Hadi, S.E., M.Si.**

---



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Anggina Dwi Naswati  
NIM : 1817202092  
Prodi/semester : Perbankan syariah/8  
Dosen Pembimbing : Rahmini Hadi S.E., M. Si  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan <sup>(*)</sup>	Tanda Tangan <sup>(**)</sup>	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Oktober	5	Konsultasi jadwal bimbingan		
2	Oktober	7	Ibu dosen mengarahkan bagaimana cara menyusun Latar Belakang Masalah		
3	Oktober	18	Cara menentukan hipotesis		
4	November	1	Konsultasi masalah data pembiayaan murabahah yang perlu dicantumkan di Latar Belakang Masalah		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

5	November	5	1. Perbaiki latar belakang (menambah data pembiayaan murabahah yang disajikan di BMT) 2. Bagaimana cara menarik hipotesis		
6	November	11	Mencari alasan mengapa pembiayaan murabahah banyak diminati oleh nasabah		
7	November	29	Menentukan jumlah sampel dan populasi, serta menentukan margin of error 10% dalam perhitungan		
8	Desember	2	Melanjutkan bimbingan tanggal 29 November		
9	Januari	13	1. Mengubah judul yang semula "Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Terhadap Minat Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Nasabah BMT UGT SIDOGIRI KCP SEMBORO)" menjadi "Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)." 2. Menambah kajian teori 3. Landasan teori menghubungkan antara dua variabel		





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

10	Januari	26	1. Memperbaiki teori yang menjelaskan hubungan antar variabel sebagai penyusunan hipotesis 2. Memperbaiki tabel		
11	Februari	2	Menambahkan grand theory		

\*) diisi pokok-pokok bimbingan;  
\*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 8 Maret 2022  
Pembimbing,

Ibu Rahmini Hadi S.E., M.Si

NIP.19701224 200501 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Anggina Dwi Naswati  
NIM : 1817202092  
Prodi/semester : Perbankan Syariah/ 8 (Delapan)  
Dosen Pembimbing : Rahmini Hadi S.E., M.Si.  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Nasabah BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Maret	29/ Selasa	Bimbingan berita acara sempro		
2	Mei	31/ Selasa	Bimbingan alat analisis		
3	Juni	3/ Jum'at	Bimbingan tentang skala yang harus digunakan dalam penelitian		

OF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624, Fax. 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

4	Juni	7/Selasa	Bimbingan uji SPSS bagian fitting information dan goodness of fit		
5	Juni	12/Minggu	Bimbingan keseluruhan skripsi serta acc		

\*) diisi pokok-pokok bimbingan;  
\*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 12 Juni 2022  
Pembimbing,

Rahmini Hadi S.E., M.Si.  
NIP.19790323 201101 1 007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1564/Un.19/FEBIJ.PS/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa

mahasiswa atas nama:

Nama : Anggina Dwi Naswati

NIM : 1817202092

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 03/06/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **73 / B**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar  
ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal **6 Juni 2022**  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP. 19920613 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT PERNYATAAN  
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 599/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/02/2022 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Anggina Dwi Naswati NIM 1817202092  
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI DAN PERILAKU PEDAGANG PASAR  
SEMBORO MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH (STUDI KASUS  
NASABAH BMT UGT SIDOGIRIKCP SEMBORO)

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ \*) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 14 Februari 2021

Ibu Rahmini Hadi S.E., M. Si  
NIP. 19701224 200501 2 001

Catatan: \*Coret yang tidak perlu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 878/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/02/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Anggina Dwi Naswati  
NIM : 1817202092  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Pembimbing : Rahmini Hadi, S.E., M.Si  
Judul : Pengaruh Persepsi dan Perilaku Pedagang Pasar Semboro Memilih Pembiayaan Murabahah ( Studi Kasus Nasabah BMT UGT Sidogiri KCP Semboro)

Pada tanggal 28/03/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 4 April 2022  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

**REKOMENDASI MUNAQOSAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP : 19920613 201801 2 001  
Jabatan : Koordinator Prodi Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Anggina Dwi Naswati  
NIM : 1817202092  
Semester/ SKS : VIII/ 143 SKS  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 13 Juni 2022  
Dosen Pembimbing



**Rahmini Hadi, S.E., M.Si.**

PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Anggina Dwi Naswati
2. NIM : 1817202092
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Jember, 17 Juli 1999
4. Alamat Rumah : Jl. Gumukgong RT 13/ RW 13 Dusun Sidomulyo,  
Desa Umbulrejo, Kec. Umbulsari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur
5. Nama Orang Tua  
Ayah : Sarmat  
Ibu : Siti Jaitun

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK Dewi Masyitoh 74 : 2004-2005
  - b. SDN Umbulrejo 2 : 2005-2011
  - c. SMPN 01 Semboro : 2011-2014
  - d. SMK Negeri 06 Jember : 2014-2017
  - e. S.I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto : Tahun Masuk 2018
2. Pendidikan Non Formal
  - a. TPQ Darussodiq
  - b. Pondok Pesantren Nurussyifa Purwokerto

### C. Prestasi Akademik

1. -

### D. Karya Ilmiah

1. -

### E. Pengalaman Organisasi

1. Laskar Desain Grafis
2. Futsal Girl SMKN 06 Jember
3. Pramuka
4. KMPS UIN Saizu
5. Karawitan Setya Laras
6. KMPA Faktapala

Purwokerto, 12 Juni 2022



Anggina Dwi Naswati