

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
BELI PRODUK PEMBIAYAAN PADA BAITUL MAAL WAT-  
TAMWIL**

**(STUDI KASUS PADA BMT GHIFARI YOGYAKARTA)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU  
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**Muhammad Dikyah Salaby Maarif**

**0239 1284**

**PEMBIMBING:**

- 1. Sunarsih, S.E, M. Si.**
- 2. Joko Setyono, S.E, M. Si**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM  
MUAMALAH  
FAKULTAS SYARI'AH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2007**

**Sunarsih, SE, M.Si.**

Dosen Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

**Nota Dinas**

Hal : Skripsi

Saudara M. Dikyah Salaby Maarif

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : M. Dikyah Salaby Maarif

NIM : 02391284

Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Beli Produk  
Pembiayaan Pada Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus Pada  
Baitul Maal Wat Tamwil Ghifari Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam jurusan Muallamat program studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 9 Muharram 1428 H

28 Januari 2007 M

Pembimbing I/



Sunarsih, SE., M. Si.

NIP. 150 292 259

**Joko Setyono, SE, M.Si.**

Dosen Fakultas Syari'ah  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

**Nota Dinas**

Hal : Skripsi  
Saudara M. Dikyah Salaby Maarif

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : M. Dikyah Salaby Maarif

NIM : 02391284

Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Beli Produk  
Pembiayaan Pada Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus Pada  
Baitul Maal Wat Tamwil Ghifari Yogyakarta)

sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam jurusan Muallamat program studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

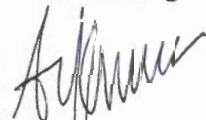
Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 9 Muharram 1428 H

28 Januari 2007 M

Pembimbing II



Joko Setyono, SE, M.Si.

NIP.150 321 647

## PENGESAHAN

### Skripsi berjudul

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Beli Produk Pembiayaan Pada  
Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus Pada Baitul Maal Wat Tamwil Ghifari  
Yogyakarta)

Yang disusun oleh:

**M. Dikyah Salaby Maarif**  
**NIM: 02391284**

Telah dimunaqasyahkan di depan sidang munaqasyah pada hari Rabu, tanggal  
31 Januari 2007 M / 12 Muharram 1428 H, dan dinyatakan telah dapat diterima  
sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu  
Ekonomi Islam.

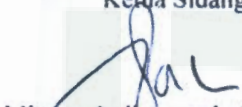
Yogyakarta, 14 Rabi'ul Awwal 1428 H  
2 April 2007 M

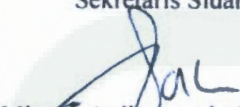


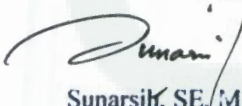
### Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua Sidang

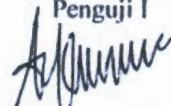
Sekretaris Sidang,

  
Misnen Ardiyansyah, SE, MS.i.  
NIP. 150 300 993  
Pembimbing I

  
Misnen Ardiyansyah, SE, MS.i.  
NIP. 150 300 993  
Pembimbing II

  
Sunarsi, SE, M.Si.  
NIP. 150 253 887  
Penguji I

  
Joko Setyono, SE, M.Si.  
NIP. 150 321 647  
Penguji II

  
Joko Setyono, SE, M.Si.  
NIP. 150 321 647

  
Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag, M.Ag.  
NIP. 150 282 018

## ABSTRAK

Skripsi ini meneliti pengaruh kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT. Objek yang diambil pada penelitian ini adalah nasabah pembiayaan BMT Ghifari Yogyakarta. BMT Ghifari adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang berdiri di Yogyakarta sejak tahun 1994.

Penelitian ini mengajukan beberapa hipotesis yang diambil dari teori-teori yang telah dikaji. Pertama, kebutuhan modal nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta. Kedua, sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta. Ketiga, kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta. Keempat, kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta.

Total jumlah nasabah pembiayaan BMT Ghifari adalah 34 orang. Jenis pembiayaan yang dimanfaatkan oleh para nasabah ialah pembiayaan mudharabah, pembiayaan musyarakah, pembiayaan ijarah, pembiayaan murabahah, dan pembiayaan bai' bithaman 'ajil. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh, yaitu seluruh populasi dalam objek penelitian dijadikan responden. Kemudian seluruh responden diteliti dengan cara mengisi kuisioner yang telah disediakan.

Untuk mengetahui hasil penelitian dari hipotesis yang telah diajukan, alat analisa yang digunakan adalah regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kedua dari variabel independen yaitu faktor kebutuhan modal nasabah dan faktor sikap nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan. Sedangkan faktor kemudahan akses tidak berpengaruh secara signifikan. Secara bersama-sama seluruh variabel independen berpengaruh secara signifikan sebesar 63%, sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor lain.

## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : M. Dikyah Salaby Maarif  
NIM : 02391284  
Jurusan-Prodi : Mu'amalah – Keuangan Islam

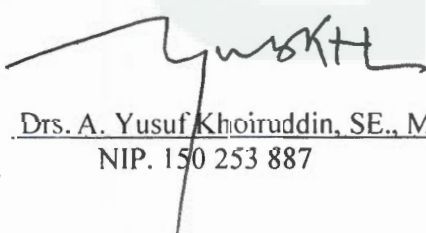
Menyatakan **Bahwa Skripsi Yang Berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Beli Produk Pembiayaan Pada Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus Pada BMT Ghifari Yogyakarta)** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penjiplakan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

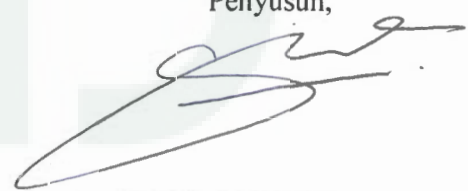
Yogyakarta, 14 Rabi'ul Awwal 1428 H  
2 April 2007 M

Mengetahui,  
Ka. Prodi Keuangan Islam



Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.  
NIP. 150 253 887

Penyusun,



M. Dikyah Salaby Maarif  
NIM. 02391284

## PERSEMBAHAN

**Bismillaahirrahmaanirrahim**  
**Skripsi ini saya persembahkan untuk :**

*Keluarga yang saya cintai; bapak dan ibu, terimakasih atas pengertian dan kepercayaan atas apa yang kuputuskan dan kulakukan termasuk untuk masa studiku*

*Teman-teman BEM PS KUI yang telah berjuang bersama memantapkan eksistensi KUI ditingkat akademisi dan praktisi*  
*Seluruh aktivfis da'wah kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

## MOTTO

Wahai masa lalu yang telah berlalu dan selesai,  
tenggelamlah seperti mataharimu  
Wahai masa depan, engkau masih dalam kegaiban dan aku  
tidak akan pernah bermain dengan khayalan dan menjual  
diri hanya untuk sebuah dugaan



## KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم  
الحمد لله هدانا لهذا وما كنا لنهتدى لولا أن هدانا الله,  
أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن محمدا عبده  
ورسوله. اللهم صل وسلم على هذا النبي الكريم سيدنا محمد  
وعلى آله وأصحابه ومن اتبع هداه

Segala puji bagi Allah, penyusun panjatkan kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, pembawa kebenaran dan petunjuk, sehingga manusia terlepas dari ikatan kejahiliahan menuju cahaya islam.

Atas pertolongan Allah dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dalam kesempatan ini penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. A. Malik Madany, M.A selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga.
2. Bapak Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si. selaku ketua Program Studi Keuangan Islam.
3. Ibu Sunarsih, SE, M.Si. selaku pembimbing I dan bapak Joko Setyono, SE, M.Si. selaku pembimbing II, yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ibnu Qizam, SE, Akt. M.Si. selaku Penasehat Akademik penyusun selama menempuh pendidikan jenjang S-1 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Pimpinan dan staff BMT Ghifari Yogyakarta terutama Mas Arif dan Mbak Yati yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya bagi penyusun sehingga dapat melakukan penelitian.
6. Bapak dan Ibunda tercinta, atas doa dan bantuan moril dan materiil kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Sahabat-sahabat sejawat di KUI yang kita sering duduk bersama meluangkan sebagian besar waktu untuk juga memikirkan orang lain dan kemajuan Program Studi Keuangan Islam. Ada Mukhtar, Aji, Fajar, Lilis dan Dewi semoga setiap ide dan gagasan akan selalu berkembang menjadi karya-karya besar.
8. Adik-adik penerus generasi KUI; ingat gerak adalah penanda sebuah kehidupan.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan guna terselesaikannya skripsi ini, yang mana tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tiada sesuatu yang sempurna, demikian juga dengan skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif terhadap skripsi ini. Akhirnya penyusun berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 9 Muharram 1428 H  
28 Januari 2007 M

Penyusun

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam penelitian ini menggunakan pedoman transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 Tahun 1987 dan no. 0543b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Keterangan                  |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan          |
| ب          | ba'  | b                  | be                          |
| ت          | ta'  | t                  | te                          |
| ث          | Śa'  | S                  | es (dengan titik di atas)   |
| ج          | Jim  | j                  | je                          |
| ح          | ha   | h}                 | ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | Kha' | kh                 | ka dan ha                   |
| د          | dal  | d                  | de                          |
| ذ          | zal  | z                  | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | ra'  | r                  | er                          |
| ز          | zai  | z                  | zet                         |
| س          | sin  | s                  | es                          |
| ش          | syin | sy                 | es dan ye                   |
| ص          | s}ad | s}                 | es (dengan titik di bawah)  |
| ض          | dad  | d}                 | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | t}a' | t}                 | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | za'  | z}                 | zet (dengan titik di bawah) |
| ع          | 'ain | '                  | koma terbalik               |

|    |        |   |                                                                     |
|----|--------|---|---------------------------------------------------------------------|
| غ  | Gain   | g | ge                                                                  |
| ف  | Fā'    | f | ef                                                                  |
| ق  | qāf    | q | qi                                                                  |
| ك  | kāf    | k | ka                                                                  |
| ل  | lām    | l | el                                                                  |
| م  | mim    | m | em                                                                  |
| ن  | Nūn    | n | en                                                                  |
| و  | wawu   | w | we                                                                  |
| هـ | Ha'    | h | ha                                                                  |
| ء  | hamzah | , | apostrof (tetapi tidak dilambangkan apabila ter-letak di awal kata) |
| ي  | Ya'    | y | ye                                                                  |

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| —     | Fathah | a           | a    |
| —     | Kasrah | i           | i    |
| —     | Dammah | u           | u    |

Contoh:

كتب - kataba

يذهب - yaḏhabu

سئل - su'ila

ذكر - ḏukira

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama            | Huruf Latin | Nama    |
|-------|-----------------|-------------|---------|
| يَ    | Fathah dan ya   | ai          | a dan i |
| وَ    | Fathah dan wawu | au          | a dan u |

Contoh:

كيف - kaifa

حول - ḥaula

## C. Ma>ddah

Ma>ddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

| Tanda    | Nama                      | Huruf Latin | Nama                   |
|----------|---------------------------|-------------|------------------------|
| يَ اَ    | Fathah dan alif atau alif | ā           | a dengan garis di atas |
| Maksūrah |                           |             |                        |
| يِ       | Kasrah dan ya             | ī           | i dengan garis di atas |
| وِ       | dammah dan wawu           | ū           | u dengan garis di atas |

Contoh:

قال - qāla

قيل - qīla

رمى - ramā

يقول - yaqūlu

#### D. Ta' Marbuṭah

Transliterasi untuk ta' marbuṭah ada dua:

##### 1. Ta Marbuṭah hidup

Ta' marbuṭah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah (t).

##### 2. Ta' Marbuṭah mati

Ta' marbuṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h)

Contoh: طلحة - Ṭalh}ah

##### 3. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbuṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al" serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbuṭah itu ditransliterasikan dengan ha' atau h

Contoh: روضة الجنة - raud}ah al-Jannah

#### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: رَبَّنَا - rabbanā

نَعَمْ - nu‘imma

#### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ال”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh qamariyyah.

##### 1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Cotoh : الرَّجُل - ar-rajulu

السَّيِّدَةُ - as-sayyidatu

##### 2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Bila diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung (-)

Contoh: الْقَلَم - al-qalamu

الْجَلال - al-jalālu

الْبَدِيع - al-badī‘u

## G. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

|                  |                     |
|------------------|---------------------|
| شيء - syai'un    | أمرت - umirtu       |
| النوء - an-nau'u | تأخذون - ta'khuzūna |

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين - Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn  
atau

Wa innallāha lahuwa khairur- rāziqīn

- I. Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu

didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap harus awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

وما محمد إلا رسول - wa mā Muhammadun illā Rasūl  
إنَّ أوَّلَ بيتٍ وُضِعَ للنَّاسِ - inna awwala baitin wud}i'a linnāsi

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

نصر من الله وفتح قريب - naṣrun minallāhi wa fath}un  
qarīb  
لله الأمر جميعاً - lillāhi al-amru jamī'an

- J. Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transiterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

## DAFTAR ISI

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL .....         | i     |
| NOTA DINAS .....            | ii    |
| PENGESAHAN .....            | iv    |
| ABSTRAK .....               | v     |
| SURAT PERNYATAAN .....      | vi    |
| PERSEMBAHAN .....           | vii   |
| MOTTO .....                 | viii  |
| KATA PENGANTAR .....        | ix    |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ..... | xi    |
| DAFTAR ISI .....            | xviii |
| DAFTAR TABEL .....          | xxii  |
| DAFTAR GAMBAR .....         | xxiv  |

### BAB I PENDAHULUAN

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah ..... | 1  |
| B. Pokok Masalah .....          | 5  |
| C. Tujuan Penelitian .....      | 5  |
| D. Kegunaan Penelitian .....    | 6  |
| E. Telaah Pustaka .....         | 6  |
| F. Kerangka Teoretik .....      | 10 |
| G. Hipotesis .....              | 16 |
| H. Metode Penelitian .....      | 16 |
| I. Sistematika Pembahasan ..... | 28 |

## BAB II

## LANDASAN TEORI

|                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| A. Perilaku Konsumen.....                                                                                    | 30 |
| 1. Pengertian Perilaku konsumen .....                                                                        | 30 |
| 2. Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Konvensional ..                                                           | 32 |
| 3. Sudut Pandang Kajian Ilmu Ekonomi Islam .....                                                             | 37 |
| 4. Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam .....                                                               | 41 |
| 5. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Psikologi.....                                                         | 44 |
| 6. Model Perilaku Konsumen.....                                                                              | 48 |
| B. Keputusan Beli .....                                                                                      | 51 |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian .....                                                                      | 51 |
| 2. Prinsip Konsumsi Dalam Islam .....                                                                        | 52 |
| 3. Proses Pembelian Sebuah Produk.....                                                                       | 55 |
| C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Beli Produk<br>Pembiayaan Pada Baitul al-Maal Wat-Tamwiil ..... | 62 |
| 1. Kebutuhan Modal .....                                                                                     | 62 |
| 2. Sikap Nasabah .....                                                                                       | 68 |
| 3. Kemudahan Akses .....                                                                                     | 70 |
| 4. Kebutuhan Modal,Sikap Nasabah dan kemudahan akses                                                         | 72 |
| D. Produk Pembiayaan .....                                                                                   | 73 |
| 1. Pengertian Pembiayaan .....                                                                               | 73 |
| 2. Macam-macam Produk Pembiayaan .....                                                                       | 74 |

|                |                                                                            |            |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB III</b> | <b>GAMBARAN UMUM BMT GHIFARI YOGYAKARTA</b>                                |            |
|                | A. Sejarah Berdirinya BMT Ghifari .....                                    | 79         |
|                | B. Identifikasi Perusahaan .....                                           | 81         |
|                | C. Produk-produk BMT Ghifari .....                                         | 81         |
|                | D. Struktur dan Organisasi BMT Ghifari .....                               | 84         |
|                | E. Perkembangan Pola Pembiayaan BMT Ghifari .....                          | 87         |
| <b>BAB IV</b>  | <b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>                                        |            |
|                | A. Gambaran Umum Responden .....                                           | 92         |
|                | B. Analisis Kuantitatif .....                                              | 99         |
|                | 1. Hasil Uji Coba Instrumen .....                                          | 99         |
|                | 2. Uji Asumsi Regresi .....                                                | 103        |
|                | 3. Analisis Linear Berganda .....                                          | 106        |
|                | 4. Uji Hipotesis .....                                                     | 108        |
|                | C. Analisis Kualitatif .....                                               | 111        |
| <b>BAB V</b>   | <b>PENUTUP</b>                                                             |            |
|                | A. Kesimpulan .....                                                        | 116        |
|                | B. Saran .....                                                             | 117        |
|                | <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                | <b>118</b> |
|                | <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                                   |            |
|                | Terjemah Al-Qur'an                                                         |            |
|                | Daftar Pertanyaan (Kuisisioner)                                            |            |
|                | Surat Ijin Penelitian                                                      |            |
|                | Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kebutuhan Modal Nasabah (X1) |            |

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap Nasabah (X2)

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemudahan Akses (X3)

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Beli

Produk Pembiayaan (Y)

Hasil Uji Asumsi Regresi

Regresi

*Curriculum Vitae*

Lain-lain

## DAFTAR TABEL

|             |                                                                                           |     |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1. 1  | Variabel, Alternatif Jawaban dan Skor .....                                               | 21  |
| Tabel 1. 2  | Kisi-kisi Pembuatan dan Pengembangan Angket .....                                         | 22  |
| Tabel 4. 1  | Jenis Kelamin Responden.....                                                              | 92  |
| Tabel 4. 2  | Usia Responden.....                                                                       | 93  |
| Tabel 4. 3  | Pendidikan Terakhir Responden . ....                                                      | 95  |
| Tabel 4. 4  | Penghasilan Responden .....                                                               | 96  |
| Tabel 4. 5  | Jumlah Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....                                       | 97  |
| Tabel 4. 6  | Responden Berdasar Jenis Pembiayaan.....                                                  | 98  |
| Tabel 4. 7  | Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kebutuhan Modal Nasabah<br>(X1) .....             | 99  |
| Tabel 4. 8  | Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap Nasabah (X2) .                              | 100 |
| Tabel 4. 9  | Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemudahan Akses (X3)                              | 101 |
| Tabel 4. 10 | Uji Reliabilitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Beli Produk<br>Pembiayaan (X1) ..... | 102 |
| Tabel 4. 11 | Koefisien Korelasi Antar Variabel .....                                                   | 105 |
| Tabel 4. 12 | Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Beli                                   | 106 |

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

*Baitul-Māl Wat-Tamwīl* (BMT) adalah sebuah lembaga keuangan *non bank* yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan aktifitasnya. Secara terminologi, *Baitul-Māl Wat-Tamwīl* terdiri dari dua istilah yaitu *Baitu al-Māl* yang lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang *non profit* dan *Baitu at-Tamwīl* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.<sup>1</sup> Dalam perjalanannya, pertumbuhan jumlah BMT begitu pesat dari tahun ke tahun. Dari data yang diperoleh, pada tahun 2001 BMT di Indonesia telah berjumlah 2939 lembaga.<sup>2</sup> Kemudian pada dua tahun berikutnya jumlah BMT yang tersebar di seluruh pelosok tanah air ini telah mencapai sekitar 4000 lembaga.<sup>3</sup>

Pertumbuhan yang pesat ini secara tersirat menggambarkan respon yang positif dari masyarakat terutama masyarakat muslim terhadap lembaga keuangan syariah. Kemunculan BMT sesungguhnya merupakan jembatan untuk mengatasi hambatan kesulitan operasionalisasi kepada

---

<sup>1</sup> Heri sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta : EKONESIA, 2005), hlm. 96.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 99.

<sup>3</sup> Amril Arief, "Kebijakan Perbankan Syariah dan Problematika Pengembangannya", sebuah makalah yang disampaikan dalam *studium generale* Program Studi Keuangan Islam, IAIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, April 2003, hlm. 8.

usaha kecil dan menengah pasca berdirinya bank syariah sebagai institusi resmi di Indonesia.<sup>4</sup> Revisi Undang-Undang Pokok Perbankan No. 13/1967 menjadi Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang pelaksanaan perbankan dengan prinsip bagi hasil yang kemudian diubah lagi dengan Undang-Undang No. 10 tahun 1998, membuat landasan hukum bank syariah menjadi lebih jelas dan kuat baik dari segi kelembagaan maupun landasan operasional syariahnya.<sup>5</sup>

Adanya perubahan payung hukum pada dunia perbankan syariah secara langsung dan tidak langsung semakin memperkuat posisi BMT sebagai lembaga keuangan syariah *non-bank*. BMT seringkali dijadikan mitra oleh bank syariah untuk bekerjasama baik itu dalam bentuk *channelling* ataupun yang lainnya dalam menyalurkan dana kepada pihak ketiga.

Terkait dengan kegiatan utamanya, BMT berfungsi sebagai lembaga *intermediary* antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. BMT mengumpulkan dana dari pihak yang berlebih tersebut melalui produk pendanaan/*funding* yang dapat berupa tabungan, deposito ataupun titipan. Untuk penyaluran kepada pihak yang membutuhkan BMT menawarkan kepada masyarakat dalam bentuk produk pembiayaan/*financing* dapat berupa pembiayaan yang berbasis akad *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah* ataupun *ijāroh*. Selain aktifitas

---

<sup>4</sup> Heri sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, hlm. 97.

<sup>5</sup> Amril Arif, "Dinamika Perbankan Syariah dalam Sistem Perbankan Nasional," sebuah makalah yang disampaikan dalam *studium generale* Program Pasca Sarjana IAIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, September 2003, hlm. 2-3.

utama diatas, karena tidak sepenuhnya didirikan atas dasar *profit motive*, BMT masih mendapatkan beban tambahan untuk mengelola menghimpun serta menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah, sebagaimana yang telah melekat pada namanya.

Eksistensi BMT ini menggambarkan respon yang positif dari masyarakat untuk menggunakan atau mengajukan pembiayaan pada lembaga tersebut. Theodore Levitt (2003) menyatakan bahwa suatu industri sesungguhnya bermula dari konsumen dan kebutuhan-kebutuhannya.<sup>6</sup> Modal merupakan kebutuhan pokok dan sangat penting bagi para pelaku usaha. Semakin lancar kegiatan bisnis di suatu wilayah akan diimbangi dengan penambahan jumlah lembaga keuangan.

Islam menganjurkan bagi para pemeluknya untuk tidak memilah-milah antara perbuatan yang bersifat duniawi dengan perbuatan yang bersifat *ukhrowi*. Seluruh aktivitas, termasuk hutang piutang, yang dilakukan oleh seorang muslim sudah seharusnya menggunakan aturan yang ditetapkan oleh ajaran Islam. BMT hadir untuk memudahkan bagi para pelaku bisnis yang berskala mikro dan terutama yang beragama Islam untuk melakukan transaksi keuangan dengan aturan Islam.

Kebutuhan terhadap modal serta tingkat keyakinan seseorang terhadap sebuah produk pembiayaan tidak serta merta menjadikan

---

<sup>6</sup> A.Usmara dan Budiningsih (ed.), *Marketing Classic*, (Jogjakarta: Amara Books, 2003), hlm. 42.

nasabah<sup>7</sup> untuk mengambil pembiayaan pada setiap BMT yang ada. Logika-logika bisnis, seperti strategi pemasaran, pelayanan purna jual dan lain sebagainya tetap berlaku. Sehingga tidak setiap BMT akan dapat eksis berdiri sekalipun berada ditengah komunitas pengusaha/pedagang muslim jika tidak memperhatikan aspek logika bisnis ini.

BMT Ghifari yang didirikan pada tahun 1994 adalah salah satu BMT yang masih bertahan sampai saat ini. Jika dibandingkan dengan BMT-BMT yang berdiri pada tahun-tahun tersebut seperti BMT Al Ikhlas dan BMT Beringharjo, secara asset BMT Ghifari tertinggal sangat jauh. Namun eksistensi lembaga ini sampai saat ini menjadi bahan kajian yang sangat menarik terutama jika dilihat dari perspektif konsumen. Pengamatan dilapangan, banyak nasabah akan melakukan pembiayaan terhadap suatu produk jika sedang sangat membutuhkan dana.

Dalam kesempatan ini penyusun tertarik untuk meneliti **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BELI PRODUK PEMBIAYAAN PADA BMT”** dengan mengambil objek pada BMT Ghifari Yogyakarta.

---

<sup>7</sup> Istilah yang digunakan bagi pihak peminjam dana dari BMT dalam penelitian ini adalah nasabah bukan anggota. Pemilihan istilah ini didasarkan pada kebiasaan para pelaku bisnis BMT lebih sering menggunakannya dalam bahasa sehari-hari. Istilah anggota digunakan oleh BMT sering kali hanya terkait dengan bahasa formal atau jika sedang berurusan dengan pemerintah (dinas koperasi )

## **B. Pokok Masalah**

1. Bagaimakah pengaruh kebutuhan modal nasabah terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari?
2. Bagaimakah pengaruh sikap nasabah terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari?
3. Bagaimakah pengaruh kemudahan akses terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari?
4. Bagaimakah pengaruh kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses secara bersama-sama terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menjelaskan pengaruh kebutuhan modal nasabah terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari.
2. Menjelaskan pengaruh sikap nasabah terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari.
3. Menjelaskan pengaruh kemudahan akses terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari.
4. Menjelaskan pengaruh kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses secara bersama-sama terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara personal, penelitian ini dilaksanakan sebagai prasyarat kelulusan penyusun dalam menempuh Program Strata 1 pada Program Studi Keuangan Islam.
2. Secara ilmiah, penelitian ini merupakan lanjutan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah berkonsentrasi kepada studi preferensi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Penelitian ini lebih spesifik pada produk pembiayaan sehingga diharapkan dapat mempertajam kajian yang ada terkait dengan preferensi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.
3. Secara praksis dilapangan, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang optimal secara khusus bagi BMT Ghifari Yogyakarta dalam memahami perilaku nasabah/masyarakat terkait dengan pemilihan produk pembiayaan sebagai salah satu sumber modal.

#### **E. Telaah Pustaka**

Pembahasan yang terkait dengan preferensi konsumen telah banyak dihasilkan, terlebih pada era kedaulatan konsumen seperti saat ini. Selain dibahas pada buku-buku teori ekonomi mikro, buku-buku manajemen pemasaran, dan perilaku konsumen, juga penelitian-penelitian telah banyak dihasilkan. Dalam kaitannya pemilihan konsumen terhadap

sebuah produk, setidaknya penyusun telah menemukan beberapa penelitian baik bersifat literatur maupun lapangan yang mengupas hal ini.

Akbar Susanto dan Dyah dalam tulisan *Will Every Moslem Choose Islamic Banking* yang meneliti secara teoritis terhadap dampak fatwa haram bunga bank yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia kaitannya dengan pendekatan model manusia ekonomi muslim (*Homo Islamicus*) didapati kesimpulan bahwa muslim (di Indonesia) dalam memilih menggunakan bank syariah dipengaruhi kuat oleh fatwa yang telah dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.<sup>8</sup> Penelitian ini merupakan kajian teoritik tentang model manusia ekonomi islam dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan jasa perbankan. Dengan demikian kajian ini hanya membahas perilaku manusia muslim dalam memutuskan sebuah pilihan dengan pendekatan teori-teori tanpa melalui penelitian ditingkatan lapangan.

Hasil penelitian lainnya, berjudul “Ilmu Ekonomi Islami : Tes Eksperimental Tentang Kemauan Konsumen Muslim Membayar Makanan Halal” yang dilaksanakan oleh tim peneliti mahasiswa Universitas Gajah Mada pada tahun 2004. Penelitian ini menguji preferensi konsumen muslim terhadap makanan halal. Penelitian ini menggunakan kerangka kerja ilmu ekonomi Islami tentang perilaku konsumen muslim yang dipadukan dengan metode pasar lelang.

---

<sup>8</sup> Akhmad Akbar Susanto dan Dyah Yuni Zaenartin, “Will Every Moslem Choose Islamic Banking,” makalah disampaikan dalam Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islami II, diselenggarakan oleh PPBEI – Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang, 28-29 Mei 2004, hlm. 17.

Eksperimen ini diselenggarakan untuk mendapatkan kemauan konsumen muslim untuk membayar makanan dengan derajat keyakinan halal yang berbeda dan hubungannya dengan harga pasar makan tersebut dan selera. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar peserta lebih memilih makanan yang berlabel halal (yang dicetak secara resmi) dengan sertifikat halal dari MUI, dari pada makanan yang berlabel halal (yang dicetak secara tidak resmi) tanpa sertifikat halal dari MUI, makanan tanpa label halal, dan makanan haram.<sup>9</sup>

Hal yang membedakan dengan penelitian penyusun adalah pada objek keputusan pembelian. Objek keputusan pembelian yang dilakukan oleh tim peneliti UGM tersebut berupa barang. Sedang dalam penelitian ini penyusun mengkonsentrasikan diri pada produk jasa (produk pembiayaan) yang mempunyai karakteristik yang berbeda dengan produk barang.

Selanjutnya, Hasil penelitian “Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah : Studi Pada Wilayah Propinsi Jawa Timur” yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia bekerjasama dengan Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya pada salah satu kesimpulan didapati bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat individual untuk memilih bank syariah adalah: (1) Informasi dan Penilaian, (2) Humanisme dan Dinamis, (3) Ukuran dan

---

<sup>9</sup> Tim Peneliti Mahasiswa FE UGM, “Ilmu Ekonomi Islami : Tes Eksperimental Tentang Kemauan Konsumen Muslim Membayar Makanan Halal”, Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, 2003/2004.

Fleksibilitas Pelayanan, (4) Kebutuhan, (5) Lokasi, (6) Keyakinan dan Sikap, (7) Materialisme (8) Keluarga, (9) Peran dan Status, (10) Kepraktisan dalam menyimpan kekayaan, (11) Perilaku Paca Pembelian, (12) Promosi Langsung dan (13) Agama.<sup>10</sup>

Dalam sebuah skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Atribut BMT Al-Ghifari” didalamnya mengkaji validitas variabel-variabel syariah, jenis produk, bagi hasil dan pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Didapati bahwa variabel pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah sehingga berakibat kepada loyalitas nasabah untuk tetap mengadopsi produk-produk BMT Al-Ghifari.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi loyalitas untuk mengambil produk-produk BMT masih belum spesifik, dalam arti produk masih global yang mencakup produk pembiayaan dan produk pendanaan.

Skripsi lainnya yang disusun oleh Hilmy Yunan yang berjudul “Pengaruh Pola Bagi Hasil (*Profit Sharing*) Pada Produk Pembiayaan *Mud{Arabah* Terhadap Perilaku Nasabah Pada *Baituttamwil* Tamzis Cabang Yogyakarta” didapati kesimpulan bahwa Besarnya pengaruh penerapan pola bagi hasil pada perilaku nasabah untuk mengadopsi produk pembiayaan dapat dilihat dari nilai R square sebesar 0,208. Ini berarti

---

<sup>10</sup> Tim Peneliti Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, “Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah : Studi Pada Wilayah Propinsi Jawa Timur”, Bank Indonesia, 2000.

<sup>11</sup> Siti Maryam, “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Atribut BMT Al-Gifari Yogyakarta”, STIS, 2000.

penerapan pola bagi hasil memberikan kontribusi sebesar 20,8% terhadap perilaku nasabah sedangkan 79,2% dipengaruhi faktor-faktor lain.<sup>12</sup> Penelitian ini juga berkonsentrasi pada preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan, tetapi dilihat dari sudut pandang stimulus pasar yaitu pola bagi hasil.

Dari literatur dan sumber-sumber lain sebagaimana telah diungkap, penelitian ini merupakan kajian lanjutan dan berkonsentrasi kepada preferensi nasabah BMT terhadap produk pembiayaan. Dalam hal ini BMT Al-Ghifari Yogyakarta sebagai objek kajian.

#### **F. Kerangka Teoritik**

Sebuah produk akan dikeluarkan secara terus menerus apabila terdapat permintaan yang konsisten atau meningkat. Permintaan menunjukkan tingkat upaya pemenuhan kebutuhan bagi konsumen terhadap sebuah produk barang dan jasa. Selain hal tersebut, faktor lain yang membuat permintaan menjadi meningkat adalah sikap seorang konsumen terhadap sebuah produk yang berupa barang atau jasa. Sebagai contoh, Pakistan, sebuah negara yang sebelumnya cukup sukses mengeksport produk peralatan olah raga Adidas dibawah lisensi perusahaan utama tiba-tiba mengalami penurunan omset penjualan yang sangat drastis. Hal ini terjadi karena sikap para pembeli berubah total

---

<sup>12</sup> Hilmy Yunan, Pengaruh Pola Bagi Hasil (*Profit Sharing*) Pada Produk Pembiayaan *Mud{Arabah* Terhadap Perilaku Nasabah Pada Baituttamwil Tamzis Cabang Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2005.

sementak mengetahui bahwa perusahaan Adidas yang didirikan di Pakistan mempekerjakan karyawan dibawah usia.

Seiring perkembangan zaman, faktor kemudahan akses merupakan pendukung yang cukup penting mengingat dinamika kehidupan modern sering kali menyita hampir seluruh waktu yang dimiliki oleh manusia. Terkadang seorang konsumen tidak lagi memiliki waktu yang cukup untuk sekedar jalan-jalan mencari beberapa hal yang ia butuhkan. Kondisi seperti ini menjadikan faktor kemudahan akses menjadi sangat penting bagi seorang konsumen.

Dalam perspektif lembaga keuangan syariah, tiga faktor tersebut yaitu kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses juga relevan bagi nasabah untuk digunakan sebagai pertimbangan dalam menggunakan atau meninggalkan sebuah produk pembiayaan yang ditawarkan. Adapun keterangannya adalah sebagai berikut :

#### 1. Kebutuhan Modal Nasabah

Manusia akan selalu berusaha memenuhi segala kebutuhan pribadinya. Dalam teori ekonomi konvensional, diyakini bahwa kebutuhan manusia itu tidak terbatas. Namun dalam kajian-kajian kontemporer, dinyatakan bahwa kebutuhan manusia itu terbatas (*needs*). Sedangkan yang tidak terbatas adalah keinginan (*wants*).

Kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan oleh manusia sehingga dapat mencapai kesejahteraan, bila terdapat diantara kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka manusia akan merasa

tidak sejahtera.<sup>13</sup> Dengan kata lain, pemenuhan kebutuhan adalah suatu hal yang harus dicapai oleh manusia. Sedangkan pemenuhan keinginan adalah suatu tambahan atas kebutuhan yang diharapkan dapat dipenuhi sehingga manusia tersebut dapat lebih puas. Namun bila keinginan tidak terpenuhi maka sesungguhnya kesejahteraannya tidak berkurang.

Dalam kaitannya dengan dunia bisnis, modal merupakan kebutuhan pokok bagi para pengusaha. Modal diartikan sebagai sesuatu yang diharapkan pemiliknya akan memberikan penghasilan padanya.<sup>14</sup> Dengan modal yang mencukupi diharapkan usaha yang dilakukan akan berjalan lancar dan memperoleh profit dari aktifitas tersebut.

## 2. Sikap Nasabah

Sikap merupakan faktor yang mempengaruhi pandangan dan perilaku pembelian konsumen. Dengan bahasa lain, sikap merupakan kesukaan seseorang (konsumen) terhadap suatu produk yang didasarkan atas kriteria memilih. Sikap akan terkait erat dengan kepercayaan, karena sikap akan mempengaruhi kepercayaan dan kepercayaan juga mempengaruhi sikap. Secara definitif, sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk

---

<sup>13</sup> Ahmad Ghazali, "Kebutuhan Vs Keinginan", [http:// www. Perencana keuangan.com](http://www.Perencana.keuangan.com), akses 12 April 2006.

<sup>14</sup> M.A. Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Alih Bahasa M. Nastangin, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), hlm. 59.

bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsisten.<sup>15</sup>

Konsumen akan selalu menginginkan suatu tingkat kenyamanan dengan mengkonsumsi barang atau jasa sesuai dengan apa yang terdapat dalam pikirannya atau menginginkan sesuatu sesuai dengan apa yang ia persepsikan. Kemudian dari sesuatu yang dipersepsikan, konsumen akan menentukan sikapnya untuk menjadikan keinginan tersebut nyata sesuai dengan kondisi dan kemampuannya.

Studi yang terkait dengan sikap seseorang tentang sebuah produk baik berupa barang maupun jasa sangat penting untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan terdapat kecenderungan bahwa pengetahuan tentang sikap akan mampu meramalkan perilaku yang akan datang bagi seorang konsumen dalam membeli sebuah produk. Praktik bisnis dan pemasaran pada saat ini mengalami pergeseran dan transformasi dari level intelektual, ke emosional, dan akhirnya ke spiritual.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, cet ke-12 (Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm. 114.

<sup>16</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, cet. Ke-2, (Bandung : Mizan Media Utama, 2006), hlm. 4.

### 3. Kemudahan Akses

Pertimbangan utama masyarakat dalam memilih bank umumnya didasarkan oleh kemudahan dalam menjangkau (aksesibilitas).<sup>17</sup> Baik lokasi bank yang dekat/mudah dijangkau dari tempat tinggal atau dari tempat aktifitas ekonominya. Bagi pedagang/pengusaha berskala mikro, terutama lokasi yang mudah dicapai, fleksibilitas transaksi serta kecepatan pelayanan merupakan bahan pertimbangan tersendiri. Hal ini disebabkan mereka masih sangat jarang menggunakan fasilitas teknologi mutakhir sebagaimana pebisnis berskala besar.

Pola interaksi nasabah dengan Lembaga Keuangan terdapat beberapa model.<sup>18</sup> Pertama, konsumen mendatangi pemberi jasa. Kedua, pemberi jasa mendatangi konsumen. Ketiga, pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung. Para nasabah dalam berinteraksi dengan BMT untuk melakukan pembiayaan paling sering menggunakan model yang kedua yaitu BMT mendatangi nasabah. Dengan pola interaksi semacam ini para nasabah tidak lagi direpotkan dengan aktifitas tambahan selain kegiatan rutin setiap hari. Selain itu nasabah lebih dimudahkan dalam bertransaksi.

---

<sup>17</sup> Tim Peneliti Lembaga Penelitian IPB, "Bank Syariah: Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat di Wilayah Jawa Barat", Bank Indonesia, 2000, hlm. 11.

<sup>18</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 61-63.

#### 4. Produk Pembiayaan

Pembiayaan merupakan sebuah aktifitas yang sangat penting bagi sebuah lembaga keuangan mikro syariah (BMT). Karena dari pembiayaan inilah lembaga tersebut akan tetap eksis secara internal dan dapat memberdayakan pedagang/pengusaha mikro secara eksternal. Produk-produk yang tergabung dalam pembiayaan ini bertujuan untuk membiayai kebutuhan masyarakat.<sup>19</sup> Muhammad (2002) dalam arti luas mendefinisikan pembiayaan sebagai pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Sedang dalam konteks lembaga keuangan, pembiayaan dimaknai sebagai pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah.<sup>20</sup>

Jika dilihat dari pengelompokan penggunaan pembiayaan, secara garis besar dapat dibagi menjadi dua:<sup>21</sup>

- a. Pembiayaan konsumtif, yakni pembiayaan yang diberikan untuk pembelian maupun pengadaan barang-barang tertentu yang tidak digunakan untuk kepentingan usaha.

---

<sup>19</sup> Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), hlm. 60.

<sup>20</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hlm. 260.

<sup>21</sup> Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, hlm. 61.

- b. Pembiayaan produktif, yakni pembiayaan yang diberikan untuk kepentingan usaha. Termasuk dalam pembiayaan ini adalah pembiayaan investasi dan modal kerja.

## **G. Hipotesis**

1. Kebutuhan modal nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta.
2. Sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta.
3. Kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta.
4. Kebutuhan modal, Sikap Nasabah dan kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta.

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian lapangan. Penelitian ini data utama didapat melalui aktifitas langsung turun lapangan. Dalam hal ini adalah BMT Ghifari Yogyakarta.

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu dilakukan dengan penilaian terhadap obyek yang diteliti seputar perilaku nasabah dalam memutuskan menggunakan produk pembiayaan BMT Ghifari.

## 2. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.<sup>22</sup> Dalam skripsi ini populasinya adalah semua nasabah pembiayaan pada BMT Ghifari.

Sedangkan sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Nasabah pembiayaan yang ada di BMT Ghifari adalah sekitar 34 orang dari berbagai macam produk pembiayaan. Sehingga teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh. Teknik ini digunakan karena jumlah populasi kurang dari 100 orang.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Yaitu sebuah proses memperoleh keterangan dan data dengan jalan berdialog dengan pengelola BMT Ghifari. Hasil wawancara akan digunakan sebagai bahan pelengkap bagi analisa hasil penelitian.

---

<sup>22</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003), hlm. 103.

b. Observasi

Yaitu peneliti mengamati secara langsung aktivitas atau kejadian di lapangan terkait dengan kegiatan pembiayaan pada BMT Ghifari dan mencatatnya secara sistematis terhadap masalah yang diteliti. Observasi ini berfungsi untuk mengetahui secara riil di lapangan perilaku membeli nasabah terhadap produk pembiayaan pada BMT Ghifari.

c. Kuisioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan menyebarkan angket yang berisikan pertanyaan kepada responden yang terlibat. Hasil dari kuisioner yang terkumpul kemudian akan dijadikan bahan untuk dianalisa secara kuantitatif .

4. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuisioner yang telah disebar dan hasil dari wawancara dengan para karyawan BMT Ghifari.

5. Definisi Operasional Variabel

Penelitian pada skripsi ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh

variabel independen.<sup>23</sup> Dalam penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu tiga variabel independen dan satu variabel dependen.

Variabel independen terdiri dari kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses. Variabel dependen terdiri dari keputusan beli produk pembiayaan.

a. Kebutuhan Modal Nasabah

Kebutuhan modal nasabah adalah sesuatu yang harus dipenuhi oleh nasabah berupa dana/kas untuk memperlancar transaksi bisnis yang dijalankannya. Kebutuhan modal nasabah sebagai variabel independen dalam penelitian ini akan diukur dari:

- 1) kebutuhan stabilitas usaha
- 2) kebutuhan ekspansi usaha

b. Sikap Nasabah

Sikap nasabah adalah suatu keadaan internal nasabah yang mempengaruhi pilihannya terhadap produk penbiayaan BMT Ghifari. Sikap nasabah sebagai variabel independen dalam penelitian ini akan diukur dari:

- 1) keyakinan terhadap haramnya riba
- 2) keinginan menjalankan syariat islam

c. Kemudahan Akses

Kemudahan akses adalah fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah BMT bagi masuknya informasi untuk pemenuhan

---

<sup>23</sup> Djarwanto, *Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam Penelitian*, (Yogyakarta : Liberty, 1996), hlm. 7.

kebutuhan modal. Kemudahan akses sebagai variabel independen dalam penelitian ini akan diukur dari :

- 1) kedekatan lokasi
- 2) fleksibilitas transaksi
- 3) kecepatan pelayanan

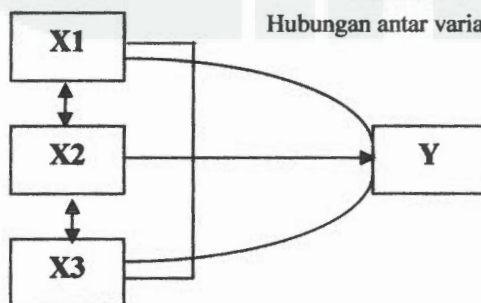
d. Keputusan Beli Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Keputusan beli produk pembiayaan sebagai variabel dependen akan dilihat dari keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan pada BMT Ghifari.

6. Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses merupakan variabel independen. Variabel ini akan mempengaruhi keputusan beli produk pembiayaan sebagai variabel dependen.

Gambar 1  
Hubungan antar variabel



Keterangan:

X1= Kebutuhan Modal Nasabah

X2= Sikap Nasabah

X3= Kemudahan Akses

Y = Keputusan Beli Produk Pembiayaan BMT Ghifari

7. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diisi oleh responden, yaitu nasabah pembiayaan BMT Al-Ghifari. Pengukuran dari pertanyaan/kuisisioner yang telah dijawab oleh responden menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengetahui data dalam bentuk kuantitatif. Pada setiap pertanyaan terdapat beberapa alternatif jawaban dengan pemberian skor pada setiap jawaban.

Tabel 1.1  
Variabel, alternatif jawaban, dan skor

| No | Variabel        | Alternatif Jawaban  | Skor |
|----|-----------------|---------------------|------|
| 1  | Kebutuhan Modal | Sangat Setuju       | 5    |
|    |                 | Setuju              | 4    |
|    |                 | Ragu-Ragu           | 3    |
|    |                 | Tidak Setuju        | 2    |
|    |                 | Sangat Tidak Setuju | 1    |
| 2  | Sikap Nasabah   | Sangat Setuju       | 5    |
|    |                 | Setuju              | 4    |
|    |                 | Ragu-Ragu           | 3    |
|    |                 | Tidak Setuju        | 2    |
|    |                 | Sangat Tidak Setuju | 1    |
| 3  | Kemudahan Akses | Sangat Setuju       | 5    |
|    |                 | Setuju              | 4    |

|   |                             |                     |   |
|---|-----------------------------|---------------------|---|
|   |                             | Ragu-Ragu           | 3 |
|   |                             | Tidak Setuju        | 2 |
|   |                             | Sangat Tidak Setuju | 1 |
| 4 | Pembelian produk pembiayaan | Sangat Setuju       | 5 |
|   |                             | Setuju              | 4 |
|   |                             | Ragu-Ragu           | 3 |
|   |                             | Tidak Setuju        | 2 |
|   |                             | Sangat Tidak Setuju | 1 |

Agar diperoleh gambaran yang utuh tentang angket variabel yang akan diteliti, berikut kisi-kisi pembuatan serta pengembangannya:

Tabel 1.2

**Kisi-kisi Pembuatan dan Pengembangan Angket**

| No | Variabel                         | Indikator                           | No. Pertanyaan |
|----|----------------------------------|-------------------------------------|----------------|
| 1  | Kebutuhan Modal                  | Kebutuhan Stabilitas Usaha          | 1-4            |
|    |                                  | Kebutuhan Ekspansi Usaha            | 5-8            |
| 2  | Sikap Nasabah                    | Keyakinan Terhadap Haramnya riba    | 1-4            |
|    |                                  | Keinginan Menjalankan Syariat Islam | 5-8            |
| 3  | Kemudahan Akses                  | Kedekatan Lokasi                    | 1-3            |
|    |                                  | Fleksibilitas Transaksi             | 4-6            |
|    |                                  | Kecepatan Pelayanan                 | 7-8            |
| 4  | Keputusan Beli Produk Pembiayaan | Penggunaan Produk Pembiayaan        | 1-8            |

## 8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

### a. Analisis Kualitatif

Yaitu dengan cara menganalisis data tanpa menggunakan perhitungan angka-angka melainkan menggunakan informasi yang relevan untuk melengkapi data yang dibutuhkan.

Dalam analisis kualitatif ini tercakup karakteristik responden, yang termasuk didalamnya usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, penghasilan rata-rata perbulan dan lain sebagainya. Selain itu juga penafsiran terhadap hasil analisis sehingga didapati temuan penelitian yang bermakna.

### b. Analisis Kuantitatif

Analisis ini merupakan uraian dari jawaban kuisioner yang telah terkumpul dengan menggunakan angka/perhitungan statistik. Analisis kuantitatif ini merupakan pengujian hipotesis untuk mencari pengaruh terhadap pemilihan produk pembiayaan BMT. Karena pengumpulan data menggunakan kuisioner maka validitas dan reliabilitas data harus dapat terpenuhi.

#### 1) Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas kuisioner adalah kemampuan pertanyaan dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi *Product moment* dari Karl Pearson.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$r_{xy}$  = koefisien korelasi x dan y

N = Jumlah Subjek

$\sum XY$  = jumlah perkalian X dan Y

$\sum X$  = jumlah nilai X

$\sum Y$  = jumlah nilai Y

$\sum X^2$  = jumlah  $X^2$

$\sum Y^2$  = jumlah  $Y^2$

Berdasarkan taraf signifikansi 5 % dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS for Windows release 10.0*, suatu pengujian dikatakan valid atau sah apabila :<sup>24</sup>

- a) Jika r hasil positif, serta r hasil > r tabel , maka butir atau variabel valid.
- b) Jika r hasil tidak positif, serta r hasil < r tabel, maka butir atau variabel tidak valid

Reliabilitas adalah kemampuan kuisioner dalam menunjukkan kestabilan dari tahun ke tahun. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronbach* sebagai berikut :

<sup>24</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), hlm. 277.

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} \left( 1 - \frac{V_x}{V_t} \right)$$

$r_{tt}$  = koefisien korelasi alpha

$V_t$  = Variasi total

$M$  = jumlah butir

$V_x$  = varian butir-butir

Hasil perhitungan rumus diatas diinterpretasikan dengan tingkat keandalan koefisiensi korelasi. Kriteria pengambilan keputusan adalah:<sup>25</sup>

- a) Jika  $r_{\text{Alpha}}$  positif dan  $r_{\text{Alpha}} > r_{\text{tabel}}$ , maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b) Jika  $r_{\text{Alpha}}$  tidak positif dan  $r_{\text{Alpha}} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir atau variabel tidak reliabel.

## 2) Uji Asumsi Regresi

### a) Memenuhi asumsi normalitas

Uji normalitas ditujukan guna mengetahui apakah dalam sebuah model regresi , variable dependen, variable independen atau kedua-duanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>26</sup> Asumsi normalitas terjadi apabila data dalam model regresi

<sup>25</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, hlm. 280.

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 212.

menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.<sup>27</sup>

b) Tidak memenuhi Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Yaitu tidak terjadinya kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi adanya heteroskedastisitas dilihat dengan ada atau tidaknya titik-titik membentuk suatu pola tertentu yang teratur, jika terdapat pola tertentu maka telah terjadi heteroskedastis. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>28</sup>

c) Tidak memenuhi Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen, jika terjadi maka disebut dengan multikolinearitas. Deteksi adanya multiko pada penelitian ini dengan melihat besaran korelasi antar variabel independen. Koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (di bawah

---

<sup>27</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, hlm. 214.

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 210.

0,5). Jika korelasi kuat, maka terjadi problem multiko.<sup>29</sup>

### 3) Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda didasarkan pada hubungan fungsional antara dua variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel-variabel independen secara individual.

Analisa ini dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan turunnya variabel dependen dilakukan dengan menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen.<sup>30</sup> Persamaan regresi berganda adalah:<sup>31</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$Y$  = Keputusan Beli terhadap produk pembiayaan

$a$  = konstanta

$b$  = koefisien regresi

$e$  = adalah error atau sisa

$X_1$  = Kebutuhan Modal

$X_2$  = Sikap Nasabah

$X_3$  = Kemudahan Akses

<sup>29</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, hlm. 207.

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 211.

<sup>31</sup> Freddy Ranguti, *Riset Pemasaran*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm.162.

## I. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini memuat lima bab yaitu :

Bab pertama berisi tentang gambaran umum isi dari skripsi. Pada bab ini dibahas latar belakang masalah yang diangkat pada penelitian. Di samping itu juga dipaparkan metode penelitian yang menjadi kerangka dasar pelaksanaan penelitian dari awal sampai akhir. Secara sistematis bab pertama terdiri dari latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan

Bab kedua berisi tentang landasan teoritik tentang teori-teori perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional dan Islam, kaitannya dengan pemilihan sebuah produk jasa. Alur pembahasan pada bab ini dimulai dari teori-teori perilaku konsumen dalam disiplin ilmu ekonomi dan manajemen konvensional. Kemudian diungkap berbagai sudut pandang kajian ekonomi Islam untuk lebih memperjelas posisi studi yang digunakan untuk penelitian.

Ilmu ekonomi islam *Mazhab Mainstream* menjadi aliran yang digunakan dalam pendekatan teori dalam penelitian ini. Alasan kuat penggunaan *mazhab* ini dikarenakan teori-teori yang dihasilkan lebih jamak dipakai oleh para praktisi maupun akademisi diseluruh dunia. Selain ini pendekatan keilmuan dengan aliran ini lebih “mendunia” dibanding aliran lainnya.

Bab ketiga berisi tentang profil lembaga BMT Al-Ghifari, perkembangan dan berbagai macam produknya terutama pada produk pembiayaan. Profil lembaga akan memberikan gambaran yang lebih utuh

terhadap kondisi BMT Ghifari. Posisi yang telah dicapai lembaga akan memberikan arah serta bahan pertimbangan tersendiri dalam proses penelitian. Bab ini terdiri dari kelengkapan struktur, mekanisme kerja, perkembangan lembaga, dan produk-produk yang dimiliki BMT Ghifari sebagai acuan pendeskripsian masalah dengan objek penelitian.

Bab keempat berisi tentang analisis data secara kualitatif dan kuantitatif terhadap data-data yang telah diperoleh dari lapangan. Analisa yang dilakukan untuk menjawab pokok permasalahan sebagaimana telah diungkapkan sebelumnya. Analisa dilakukan secara komprehensif untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kebutuhan modal, sikap nasabah, dan kemudahan akses terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari.

Bab kelima adalah penutup yang berisi kesimpulan dari permasalahan yang diangkat dalam skripsi serta ditambah beberapa saran. Pada bab ini disusun suatu kesimpulan terhadap pokok masalah yang telah dibahas sebelumnya. Sedangkan saran diperuntukkan bagi pembaca dan BMT Ghifari. Diharapkan dari kesimpulan dan saran yang disampaikan dapat menjadi bahan kajian yang penting bagi BMT Ghifari. Sedangkan secara akademik, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi suatu kajian yang bermanfaat dan dapat dijadikan bahan kajian untuk ditindaklanjuti.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pengetahuan yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan beli produk pembiayaan pada lembaga keuangan syariah sangat mutlak diperlukan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada BMT Ghifari Yogyakarta dengan menggunakan variabel bebas kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses terhadap keputusan beli produk pembiayaan, setelah melalui berbagai macam tahapan penelitian didapati kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kebutuhan modal nasabah dengan keputusan beli produk pembiayaan pada nasabah pembiayaan BMT Ghifari Yogyakarta. Ditunjukkan dalam hasil analisis regresi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Dengan demikian semakin mendesak seorang nasabah terhadap kebutuhan modal, semakin besar pula peluang untuk mengajukan pembiayaan.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara sikap nasabah dengan keputusan beli produk pembiayaan pada nasabah pembiayaan BMT Ghifari Yogyakarta. Ditunjukkan dalam hasil analisis regresi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,028. Maka semakin positif sikap nasabah terhadap BMT Ghifari semakin besar pula peluang untuk mengajukan pembiayaan.

3. Faktor kemudahan akses terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari. Ditunjukkan dalam hasil analisis regresi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,686. Dalam kasus penelitian pada BMT Ghifari, ternyata faktor kemudahan akses tidak berpengaruh terhadap keputusan beli produk pembiayaan.
4. Secara bersama-sama faktor kebutuhan modal nasabah, sikap nasabah, dan kemudahan akses mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan beli produk pembiayaan pada BMT Ghifari. Ditunjukkan dalam hasil analisis regresi dengan nilai F sebesar 17.041. Selain itu juga didapati nilai  $R^2$  sebesar 0.630 yang menunjukkan bahwa keputusan beli produk pembiayaan dapat dijelaskan oleh variabel kebutuhan modal, sikap nasabah, dan kemudahan akses secara keseluruhan sebesar 63 % dan sisanya 37% dijelaskan oleh variabel lain.

## **B. Saran**

1. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa faktor kebutuhan modal yang menjadi motivator utama nasabah melakukan pembiayaan. Kondisi ini disatu sisi tepat pada sasaran pemberdayaan, namun disisi lain cukup rentan bagi BMT Ghifari jika tidak segera ditambah dengan suatu nilai tambah tersendiri/*value added* dimata nasabah. Untuk itu aspek ikatan emosional antara nasabah dengan BMT/pengelola perlu dijadikan agenda utama sehingga ketika nasabah membutuhkan suntikan dana

akan segera mengajukan pembiayaan ke BMT Ghifari, bukan lembaga lain.

2. Pelayan terhadap nasabah harus ditingkatkan dengan jalan memberikan berbagai macam tawaran kemudahan baik dalam hal mengakses dana (pembiayaan) ataupun dalam mekanisme angsuran. Dengan kemudahan ini diharapkan loyalitas nasabah terbangun dan menjadikan BMT Ghifari sebagai rujukan utama dalam pembiayaan.
3. Perlu dilakukannya penyadaran secara terus menerus oleh pengelola ataupun pihak-pihak terkait kepada nasabah akan pentingnya berinteraksi dengan institusi-institusi Islam terutama lembaga keuangan. Kesadaran bahwa aktifitas pembiayaan dengan model syariah merupakan bagian dari ibadah kepada Allah akan membawa kepada persepsi yang positif sehingga terbangun sikap yang positif terhadap lembaga keuangan syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Al-Qur'an

Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Jaya Sakti, 1997

### B. Fiqh

Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional*, cet ke-2, (Jakarta : 2003)

### C. Ekonomi

Hendrie Anto, M.B, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, Cet ke-1 Yogyakarta : Penerbit Ekonesia, 2003.

Kahf, Monzer, *Ekonomi Islam*, Alih Bahasa Machnun Husein, edisi II cet. Ke-1, Yogyakarta: Aditya Media, 2000.

Karim, Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2002.

Mannan, M.A., *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Alih Bahasa M. Nastangin, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.

Salvatore, Dominick, *Teori Mikro Ekonomi*, Alih bahasa Rudy Sitompul, cet. Ke-4, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1992.

Sugiarto, dkk, *Ekonomi Mikro Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Suharto, Ugi "Paradigma Ekonomi Konvensional Dalam Sosialisasi Ekonomi Islam", sebuah makalah yang disampaikan dalam *Studium Generale Forum Studi Ekonomi Islam*, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 9 April 2005.

### D. Manajemen

Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, cet ke-7, Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 2001.

Kertajaya, Hermawan dan Sula, Syakir, *Syariah Marketing*, cet ke-2, Bandung : Penerbit Mizan, 2006

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Alih Bahasa Jaka Wasana, edisi VI, Jakarta: Penerbit Erlangga, tt.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Hendra Teguh, dkk., edisi X, Jakarta: PT. Indeks, 2004.

Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori Dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Mangkunegara, Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, Bandung : Refika Aditama, 2005.

Rangkuti, Freddy, *Riset Pemasaran*, cet ke-5, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Utama, 2004.

Syahyunan, "Analisis Modal Kerja",  
<http://library.usu.ac.id/download/fe/manajemen-syahyunan3.pdf>, akses tanggal 8 Juni 2006.

#### **E. Perbankan**

Akbar Susanto, Akhmad dan Zaenartin, Dyah Yuni, "Will Every Moslem Choose Islamic Banking," makalah disampaikan dalam Smposium Nasional Sistem Ekonomi Islami II, diselenggarakan oleh PPBEI – Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang, 28-29 Mei 2004

Antonio, M. Syafi'i, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Arief, Amriel, *Dinamika Perbankan Syariah Dalam System Perbankan Nasional*, makalah studium generale program pasca sarjana IAIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, September 2003

Arief, Amril, "Kebijakan Perbankan Syariah dan Problematika Pengembangannya", sebuah makalah yang disampaikan dalam *studium generale* Program Studi Keuangan Islam, IAIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, April 2003

Karim, Adiwarmar, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta : The International Institute of Islamic Thought, 2003.

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002.

Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta : Liberty, 2002.

Zulkifli, Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta : Zikrul Hakim, 2003.

## F. Statistik

Djarwanto, *Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam Penelitian*, Yogyakarta : Liberty, 1996.

Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2000.

## G. Lain-lain

Erwin Garnida, "Attitude is Everything", [http://www.mail-archive.com/alumni\\_pkc@yahoogroups.com/msg00085.html](http://www.mail-archive.com/alumni_pkc@yahoogroups.com/msg00085.html), akses 28 Maret 2006.

Ghozali, Ahmad, "Kebutuhan Vs Keinginan", [http:// www. Perencana keuangan.com](http://www.PerencanaKeuangan.com), akses 12 April 2006.

Hilmy Yunan, Pengaruh Pola Bagi Hasil (*Profit Sharing*) Pada Produk Pembiayaan *Mud{Arabah* Terhadap Perilaku Nasabah Pada Baituttamwil Tamzis Cabang Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2005.

Rahmawati, Anny dkk., "Executive Summary Potensi Preferensi & Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Barat," laporan penelitian Lembaga Penelitian IPB, 2000.

Siti Maryam, Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Atribut BMT Al-Gifari Yogyakarta, STIS, 2000.

"Shatibi's Objectives Of Shari' ah And Some Implications For Consumer Theory", <http://www.irtipms.org/opensave.asp?pub90.pdf>, akses pada 8 maret 2006.

Tim Peneliti Mahasiswa FE UGM, Ilmu Ekonomi Islami : Tes Eksperimental Tentang Kemauan Konsumen Muslim Membayar Makanan Halal, Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, 2003/2004.

Tim Peneliti Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah : Studi Pada Wilayah Propinsi Jawa Timur*, Bank Indonesia, 2000.

Wiloejo Wirjo Wijono, "Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional: Upaya Konkrit Memutus Mata Rantai Kemiskinan", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan*, edisi khusus November tahun 2005.

"Business Buying Behavior", <http://www.knowthis.com/tutorials/principles-of-marketing/consumer-buying-behavior/11.htm>. akses tanggal 8 Juli 2006.

"Decision Making", <http://ccat.sas.upenn.edu/~sstumpf/cbdecisionmaking.html>. Akses tanggal 8 Juli 2006.

"Perubahan Sikap Anggota Bawa Kejayaan Koperasi", <http://www.angkasa.coop/pelancar/Arkib/julai05/>, akses tanggal 18 juni 26.

"Pembelajaran yang Menumbuhkan Sikap Wirausahawan", <http://www.ekofeum.or.id/artikel.php?cid=51&display=0&entry=4>, akses 18 juli 2006.

## Lampiran I.

## TERJEMAHAN

| FN | HLM. | Terjemahan                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |      | BAB II                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 21 | 42   | Dialah yang menjadikan kamu bumi yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan                                                                                   |
| 36 | 51   | Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu.                                                                                                |
| 38 | 53   | Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkainya ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Maha Luas, Maha Mengetahui                             |
| 39 | 53   | Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan yang pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta) mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.                                                                                                   |
| 60 | 72   | ..... Dia mengetahui bahwa akan ada orang diantara kamu orang-orang yang sakit, dan yang lain berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah.....                                                                                                                          |
| 61 | 72   | Hadis Riwayat Ibnu Majah dari Suhaib; Bahwa Nabi Bersabda : "Ada tiga hal yang mengandung berkah; jual beli tidak secara kontan, mudharabah, dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga bukan untuk dijual" (al-hadis)                                    |
| 64 | 74   | .....Memang banyak diantara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan dan hanya sedikitlah mereka yang begitu.....                                                                              |
| 65 | 75   | Hadis Riwayat Abu Daud dari Abu Hurairah Rasulullah berkata; Allah SWT berfirman: "Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat aku keluar dari mereka".(al-hadis) |
| 67 | 76   | Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah                                                |

|    |    |                                                                                                                                                                                       |
|----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 69 | 77 | <p>Maha Penyayang kepadamu.</p> <p>...Dan jika kamu menginginkan menyusukan anakmu kepada orang lain, maka tidak ada dosa bagimu memberikan pembayaran dengan cara yang patut....</p> |
|----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



## Lampiran II

**Kuisisioner penelitian**

Dimohon untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar – benarnya dengan memberikan tanda “X” pada kotak atau kolom yang telah disediakan

- Nama :  
 Alamat :  
 Jenis Kelamin :  
 Agama :  
 Usia : ☐ < 20 tahun ☐ 31- 40 tahun  
           ☐ 21 – 30 tahun ☐ > 40 tahun
- pendidikan : ☐ SMA dan Sederajat ☐ SD  
                  ☐ D3 ☐ SMP  
                  ☐ S1 ☐ lainnya, sebutkan .....
- pendapatan  
 rata – rata per bulan  
                  ☐ Rp. 0,- s/d Rp. 500.000,00  
                  ☐ Rp. 500.000,- s/d Rp. 1.000.000,-  
                  ☐ Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 1.500.000,-  
                  ☐ Rp. 1.500.000,00 keatas

Pengetahuan responden terhadap BMT Ghifari :

1. Dari mana anda mengenal BMT Ghifari  
☐ radio dan televisi ☐ pegawai BMT  
☐ surat kabar dan majalah ☐ saudara/teman/ tetangga  
☐ papan iklan ☐ lainnya, sebutkan.....
2. sudah berapalama anda menjadi nasabah BMT Ghifari  
☐ kurang dari 1 tahun ☐ 4 – 6 tahun  
☐ 1 – 3 tahun ☐ lebih dari 6 tahun
3. jenis produk pembiayaan apa yang anda gunakan  
☐ pembiayaan Mudharabah ☐ Pembiayaan Bai Bithaman Ajil  
☐ pembiayaan Musyarakah ☐ Pembiayaan Qordul Hasan  
☐ pembiayaan Murabahah

Untuk pertanyaan/pernyataan berikut, anda dimohon untuk memilih salah satu jawaban yang paling tepat menurut keyakinan anda, sesuai dengan kriteria jawaban berikut :

- |               |      |                     |       |
|---------------|------|---------------------|-------|
| Sangat Setuju | = SS | Tidak Setuju        | = TS  |
| Setuju        | = S  | Sangat Tidak Setuju | = STS |
| Ragu – Ragu   | = R  |                     |       |

## 1. Faktor Kebutuhan Modal

| No | Pertanyaan                                                                                              | jawaban |   |   |    |     |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|----|-----|
| 1  | BMT Ghifari memberikan modal untuk usaha saya                                                           | SS      | S | R | TS | STS |
| 2  | BMT Ghifari segera menolong saya dengan pembiayaan ketika kondisi bisnis saya sedang kepepet            | SS      | S | R | TS | STS |
| 3  | BMT Ghifari membantu saya dalam pengembangan usaha/bisnis saya                                          | SS      | S | R | TS | STS |
| 4  | Pembiayaan yang diberikan BMT Ghifari membantu saya dalam pengembangan usaha/bisnis saya                | SS      | S | R | TS | STS |
| 5  | Pembiayaan yang diberikan BMT Ghifari membantu saya dalam memenuhi pesanan pelanggan.                   | SS      | S | R | TS | STS |
| 6  | Pembiayaan yang diberikan BMT Ghifari membantu saya dalam memperbesar kapasitas dan variasi bisnis saya | SS      | S | R | TS | STS |

## 2. Faktor Sikap Nasabah

| No | Pertanyaan                                                                                                               | jawaban |   |   |    |     |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|----|-----|
| 1  | Tujuan dari pembiayaan yang dilakukan oleh BMT Ghifari tidak semata-mata untuk mencari keuntungan                        | SS      | S | R | TS | STS |
| 2  | Sistem bagi hasil yang diterapkan oleh BMT Ghifari lebih baik dari pada sistem bunga                                     | SS      | S | R | TS | STS |
| 3  | Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Ghifari karena menghindari rentenir                                                  | SS      | S | R | TS | STS |
| 4  | Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Ghifari karena adanya kondisi yang nyaman bagi diri saya                             | SS      | S | R | TS | STS |
| 5  | Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Ghifari karena pelaksanaannya sesuai dengan prinsip hidup dalam agama yang saya anut | SS      | S | R | TS | STS |
| 6  | Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Ghifari karena untuk mencari keberkahan dalam rejeki yang diperoleh                  | SS      | S | R | TS | STS |
| 7  | Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Ghifari karena merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT                         | SS      | S | R | TS | STS |

## 3. Faktor Kemudahan Akses

| No | Pertanyaan                                                               | jawaban |   |   |    |     |
|----|--------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|----|-----|
| 1  | Lokasi BMT Ghifari dekat dengan rumah/tempat kerja saya                  | SS      | S | R | TS | STS |
| 2  | Lokasi BMT Ghifari mudah dijangkau dengan kendaraan umum                 | SS      | S | R | TS | STS |
| 3  | Lokasi BMT Ghifari dekat dengan pasar atau pusat perbelanjaan            | SS      | S | R | TS | STS |
| 4  | Saya melakukan pembiayaan dengan didatangi oleh petugas dari BMT Ghifari | SS      | S | R | TS | STS |
| 5  | Pembayaran angsuran di BMT Ghifari tidak harus pada saat jam kerja       | SS      | S | R | TS | STS |
| 6  | Pembiayaan yang diberikan kepada BMT Ghifari tidak                       | SS      | S | R | TS | STS |

|   |                                                                                 |    |   |   |    |     |
|---|---------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
|   | harus menggunakan jaminan                                                       |    |   |   |    |     |
| 7 | Petugas dari BMT Ghifari segera mencairkan dana bila saya mengajukan pembiayaan | SS | S | R | TS | STS |
| 8 | Petugas dari BMT Ghifari sangat tanggap dan paham dengan kondisi nasabah        | SS | S | R | TS | STS |

#### 4. Faktor Keputusan Beli Produk Pembiayaan

| No | Pertanyaan                                                                        | jawaban |   |   |    |     |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|----|-----|
| 1  | Saya Meminjam uang di BMT Ghifari karena untuk mempertahankan kelancaran bisnis   | SS      | S | R | TS | STS |
| 2  | Saya Meminjam uang di BMT Ghifari karena untuk menambah variasi barang dagangan   | SS      | S | R | TS | STS |
| 3  | Saya Meminjam uang di BMT Ghifari karena lebih sesuai dengan agama yang saya anut | SS      | S | R | TS | STS |
| 4  | Saya Meminjam uang di BMT Ghifari karena untuk menghindari riba                   | SS      | S | R | TS | STS |
| 5  | Saya Meminjam uang di BMT Ghifari karena lokasinya dekat dengan tempat kerja      | SS      | S | R | TS | STS |
| 6  | Saya Meminjam uang di BMT Ghifari karena angsurannya tidak menyulitkan            | SS      | S | R | TS | STS |
| 7  | Saya Meminjam uang di BMT Ghifari karena pelayanannya cepat                       | SS      | S | R | TS | STS |
| 8  | Saya Meminjam uang di BMT Ghifari karena dapat menyesuaikan dengan kondisi saya   | SS      | S | R | TS | STS |

\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*



# RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

|    |      | Mean   | Std Dev | Cases |
|----|------|--------|---------|-------|
| 1. | X1_1 | 4.0882 | .7535   | 34.0  |
| 2. | X1_2 | 4.0588 | .6486   | 34.0  |
| 3. | X1_3 | 3.8824 | .7288   | 34.0  |
| 4. | X1_4 | 3.9412 | .9192   | 34.0  |
| 5. | X1_5 | 3.8824 | .9460   | 34.0  |
| 6. | X1_6 | 4.1471 | .7836   | 34.0  |

| Statistics for | Mean    | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|---------|----------|---------|----------------|
| SCALE          | 24.0000 | 11.0303  | 3.3212  | 6              |

## Item-total Statistics

|   | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| 1 | 19.9118                    | 8.2041                         | .5232                            | .7463                 |
| 2 | 19.9412                    | 8.8449                         | .4574                            | .7620                 |
| 3 | 20.1176                    | 9.3797                         | .2508                            | .8046                 |
| 4 | 20.0588                    | 6.7237                         | .7262                            | .6870                 |
| 5 | 20.1176                    | 6.5312                         | .7455                            | .6799                 |
| 6 | 19.8529                    | 8.3111                         | .4659                            | .7598                 |

## Reliability Coefficients

N of Cases = 34.0

N of Items = 6

Alpha = .7786

## Reliability

\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

|    |      | Mean   | Std Dev | Cases |
|----|------|--------|---------|-------|
| 1. | X2_1 | 4.0588 | .7762   | 34.0  |
| 2. | X2_2 | 4.1765 | .7576   | 34.0  |
| 3. | X2_3 | 4.2941 | .6755   | 34.0  |
| 4. | X2_4 | 4.2941 | .6291   | 34.0  |
| 5. | X2_5 | 4.3235 | .6840   | 34.0  |
| 6. | X2_6 | 4.1471 | .9577   | 34.0  |
| 7. | X2_7 | 4.0588 | .9829   | 34.0  |

| Statistics for | Mean    | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|---------|----------|---------|----------------|
| SCALE          | 29.3529 | 10.3565  | 3.2182  | 7              |

Item-total Statistics

|   | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| 1 | 25.2941                    | 8.1533                         | .3611                            | .6441                 |
| 2 | 25.1765                    | 8.2103                         | .3621                            | .6438                 |
| 3 | 25.0588                    | 8.9055                         | .2467                            | .6713                 |
| 4 | 25.0588                    | 8.5419                         | .3859                            | .6403                 |
| 5 | 25.0294                    | 7.9688                         | .4971                            | .6109                 |
| 6 | 25.2059                    | 7.0169                         | .4775                            | .6078                 |
| 7 | 25.2941                    | 7.3654                         | .3795                            | .6439                 |

Reliability Coefficients

Number of Cases = 34.0                      N of Items = 7  
Alpha = .6733

Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

# RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

|    |      | Mean   | Std Dev | Cases |
|----|------|--------|---------|-------|
| 1. | X3_1 | 4.1176 | .8077   | 34.0  |
| 2. | X3_2 | 4.0294 | .7582   | 34.0  |
| 3. | X3_3 | 4.3235 | .7675   | 34.0  |
| 4. | X3_4 | 4.1471 | .8921   | 34.0  |
| 5. | X3_5 | 3.7647 | 1.0747  | 34.0  |
| 6. | X3_6 | 4.0000 | .9535   | 34.0  |
| 7. | X3_7 | 4.2059 | .9138   | 34.0  |
| 8. | X3_8 | 4.2647 | .7904   | 34.0  |

| Statistics for | Mean    | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|---------|----------|---------|----------------|
| SCALE          | 32.8529 | 13.7656  | 3.7102  | 8              |

## Item-total Statistics

|   | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| 1 | 28.7353                    | 11.4733                        | .2997                            | .6090                 |
| 2 | 28.8235                    | 11.3619                        | .3578                            | .5956                 |
| 3 | 28.5294                    | 11.2870                        | .3664                            | .5933                 |
| 4 | 28.7059                    | 11.1836                        | .2993                            | .6096                 |
| 5 | 29.0882                    | 9.7193                         | .4315                            | .5687                 |
| 6 | 28.8529                    | 11.3414                        | .2359                            | .6289                 |
| 7 | 28.6471                    | 10.9020                        | .3361                            | .5994                 |
| 8 | 28.5882                    | 11.4617                        | .3137                            | .6057                 |

## Reliability Coefficients

Number of Cases = 34.0                      N of Items = 8

Cronbach's Alpha = .6334

## Reliability

\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

|    | Mean   | Std Dev | Cases |
|----|--------|---------|-------|
| Y1 | 4.2353 | .6541   | 34.0  |
| Y2 | 4.2059 | .8801   | 34.0  |
| Y3 | 4.2353 | .7410   | 34.0  |
| Y4 | 4.2059 | .6866   | 34.0  |
| Y5 | 4.0882 | .9001   | 34.0  |
| Y6 | 4.2647 | .8637   | 34.0  |
| Y7 | 4.2647 | .8279   | 34.0  |
| Y8 | 4.3529 | .5971   | 34.0  |

| Statistics for | Mean    | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|---------|----------|---------|----------------|
| SCALE          | 33.8529 | 13.8262  | 3.7184  | 8              |

Item-total Statistics

| Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| 29.6176                    | 10.8494                        | .5916                            | .6943                 |
| 29.6471                    | 10.1141                        | .5248                            | .6999                 |
| 29.6176                    | 10.7282                        | .5252                            | .7021                 |
| 29.6471                    | 11.2656                        | .4532                            | .7162                 |
| 29.7647                    | 10.9733                        | .3426                            | .7403                 |
| 29.5882                    | 11.0374                        | .3560                            | .7359                 |
| 29.5882                    | 11.1586                        | .3584                            | .7343                 |
| 29.5000                    | 11.6515                        | .4460                            | .7197                 |

Reliability Coefficients

Cases = 34.0 N of Items = 8

Alpha = .7444

Regression

Descriptive Statistics

|        | Mean  | Std. Deviation | N  |
|--------|-------|----------------|----|
| TOTAL  | 33.85 | 3.718          | 34 |
| _TOTAL | 24.00 | 3.321          | 34 |
| _TOTAL | 29.35 | 3.218          | 34 |
| _TOTAL | 32.85 | 3.710          | 34 |

### Correlations

|                     |          | Y_TOTAL | X1_TOTAL | X2_TOTAL | X3_TOTAL |
|---------------------|----------|---------|----------|----------|----------|
| Pearson Correlation | Y_TOTAL  | 1.000   | .751     | .660     | .495     |
|                     | X1_TOTAL | .751    | 1.000    | .612     | .674     |
|                     | X2_TOTAL | .660    | .612     | 1.000    | .482     |
|                     | X3_TOTAL | .495    | .674     | .482     | 1.000    |
| Sig. (1-tailed)     | Y_TOTAL  | .       | .000     | .000     | .001     |
|                     | X1_TOTAL | .000    | .        | .000     | .000     |
|                     | X2_TOTAL | .000    | .000     | .        | .002     |
|                     | X3_TOTAL | .001    | .000     | .002     | .        |
| N                   | Y_TOTAL  | 34      | 34       | 34       | 34       |
|                     | X1_TOTAL | 34      | 34       | 34       | 34       |
|                     | X2_TOTAL | 34      | 34       | 34       | 34       |
|                     | X3_TOTAL | 34      | 34       | 34       | 34       |

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

| Model | Variables Entered                              | Variables Removed | Method |
|-------|------------------------------------------------|-------------------|--------|
| 1     | X3_TOTAL,<br>X2_TOTAL <sup>a</sup><br>X1_TOTAL | .                 | Enter  |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y\_TOTAL

### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .794 <sup>a</sup> | .630     | .593              | 2.372                      |

### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | Change Statistics |          |     |     |               | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|---------------|
|       | R Square Change   | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |               |
| 1     | .630              | 17.041   | 3   | 30  | .000          | 1.631         |

a. Predictors: (Constant), X3\_TOTAL, X2\_TOTAL, X1\_TOTAL

b. Dependent Variable: Y\_TOTAL

### ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
|       | Regression | 287.535        | 3  | 95.845      | 17.041 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 168.730        | 30 | 5.624       |        |                   |
|       | Total      | 456.265        | 33 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), X3\_TOTAL, X2\_TOTAL, X1\_TOTAL

b. Dependent Variable: Y\_TOTAL

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 8.872                       | 4.346      |                           | 2.042 | .050 |
|       | X1_TOTAL   | .663                        | .188       | .592                      | 3.528 | .001 |
|       | X2_TOTAL   | .379                        | .163       | .328                      | 2.317 | .028 |
|       | X3_TOTAL   | -.062                       | .152       | -.062                     | -.408 | .686 |

Coefficients<sup>a</sup>

| Model      | 95% Confidence Interval for B |             |
|------------|-------------------------------|-------------|
|            | Lower Bound                   | Upper Bound |
| (Constant) | -.003                         | 17.747      |
| X1_TOTAL   | .279                          | 1.046       |
| X2_TOTAL   | .045                          | .712        |
| X3_TOTAL   | -.372                         | .248        |



Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Correlations |         |       | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|--------------|---------|-------|-------------------------|-------|
|       |            | Zero-order   | Partial | Part  | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) |              |         |       |                         |       |
|       | X1_TOTAL   | .751         | .542    | .392  | .438                    | 2.283 |
|       | X2_TOTAL   | .660         | .390    | .257  | .616                    | 1.623 |
|       | X3_TOTAL   | .495         | -.074   | -.045 | .538                    | 1.858 |

a. Dependent Variable: Y\_TOTAL

Coefficient Correlations<sup>a</sup>

| Model |              | X3_TOTAL | X2_TOTAL | X1_TOTAL |
|-------|--------------|----------|----------|----------|
| 1     | Correlations |          |          |          |
|       | X3_TOTAL     | 1.000    | -.118    | -.547    |
|       | X2_TOTAL     | -.118    | 1.000    | -.445    |
|       | X1_TOTAL     | -.547    | -.445    | 1.000    |
|       | Covariances  |          |          |          |
|       | X3_TOTAL     | .023     | -.003    | -.016    |
|       | X2_TOTAL     | -.003    | .027     | -.014    |
|       | X1_TOTAL     | -.016    | -.014    | .035     |

a. Dependent Variable: Y\_TOTAL

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions |          |          |          |
|-------|-----------|------------|-----------------|----------------------|----------|----------|----------|
|       |           |            |                 | (Constant)           | X1_TOTAL | X2_TOTAL | X3_TOTAL |
| 1     |           | 3.981      | 1.000           | .00                  | .00      | .00      | .00      |
| 2     |           | .009       | 20.703          | .48                  | .39      | .01      | .02      |
| 3     |           | .006       | 25.610          | .04                  | .01      | .64      | .45      |
| 4     |           | .004       | 32.123          | .47                  | .60      | .35      | .53      |

a. Dependent Variable: Y\_TOTAL

Residuals Statistics<sup>a</sup>

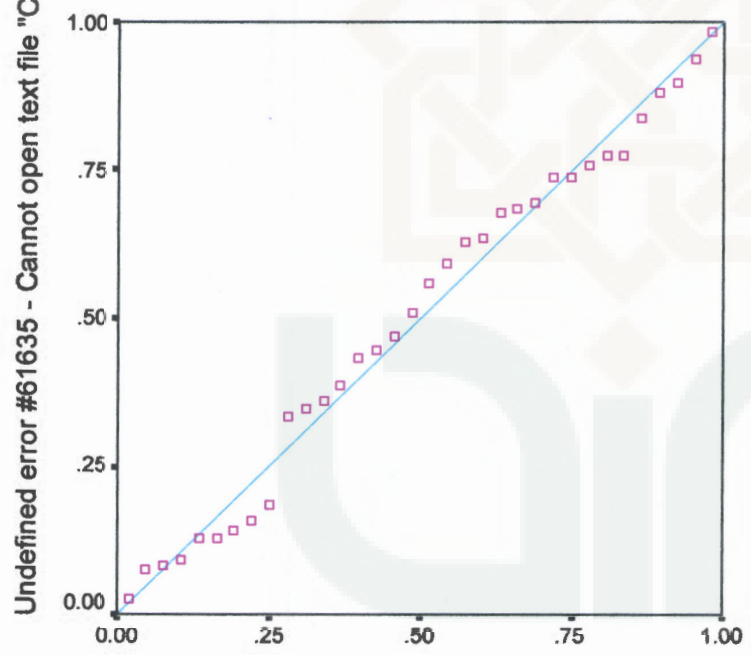
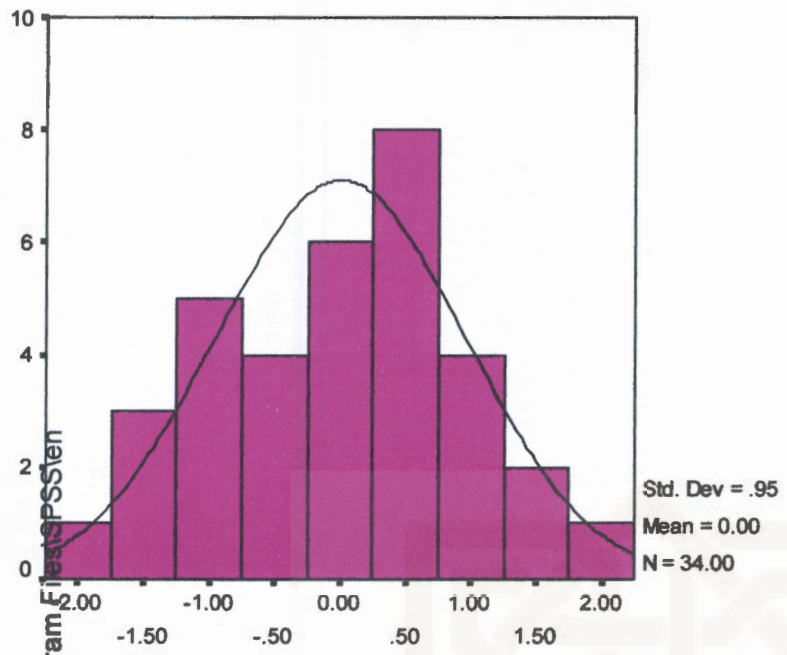
|                                   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation | N  |
|-----------------------------------|---------|---------|-------|----------------|----|
| Predicted Value                   | 27.93   | 39.65   | 33.85 | 2.952          | 34 |
| Std. Predicted Value              | -2.006  | 1.963   | .000  | 1.000          | 34 |
| Standard Error of Predicted Value | .449    | 1.359   | .785  | .216           | 34 |
| Adjusted Predicted Value          | 27.36   | 39.59   | 33.83 | 3.063          | 34 |
| Residual                          | -4.53   | 5.13    | .00   | 2.261          | 34 |
| Std. Residual                     | -1.910  | 2.165   | .000  | .953           | 34 |
| Std. Residual                     | -1.956  | 2.641   | .004  | 1.035          | 34 |
| Deleted Residual                  | -4.75   | 7.64    | .02   | 2.686          | 34 |
| Std. Deleted Residual             | -2.059  | 2.964   | .008  | 1.075          | 34 |
| Mahal. Distance                   | .211    | 9.858   | 2.912 | 2.241          | 34 |
| Cook's Distance                   | .000    | .852    | .051  | .145           | 34 |
| Centered Leverage Value           | .006    | .299    | .088  | .068           | 34 |

a. Dependent Variable: Y\_TOTAL

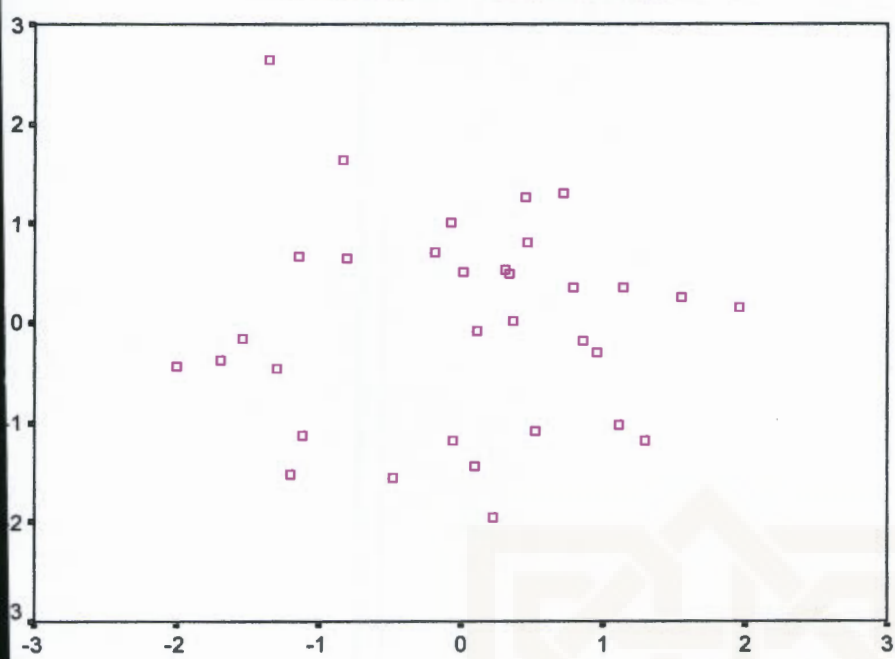
arts

Undefined error #61625 - Cannot open text file "C:\Program Files\SPSS\en

Undefined error #61644 - Cannot open text file "C:\Program Files\SPSS\en



Undefined error #61634 - Cannot open text file "C:\Program Files\SPSS\en





PEMERINTAH PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
**BADAN PERENCANAAN DAERAH**  
**( B A P E D A )**

Kepatihan, Danurejan, Yogyakarta - 55213  
Telepon : (0274) 589583, (Psw. : 209 - 217), 562811 (Psw. : 243 - 247)  
Fax. : (0274) 586712 E-mail : bappeda\_diy@plasa.com

**SURAT KETERANGAN / IJIN**

Nomor : 07.0 / 1846

Membaca Surat : Dekan Fak. Syari'ah - UIN "SUKA" Yk No : UIN.02/KUI/PP.00.9/951/2006  
Tanggal : 5 April 2006 Perihal : Ijin Penelitian

Mengingat : 1. Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 61 Tahun 1983 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri.  
2. Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta No. 38 / I 2 / 2004 tentang Pemberian Izin Penelitian di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dijijinkan kepada :

Nama : MUHAMMAD DIKYAH SALABY MAARIF No. MHSW : 02391284-01

Alamat Instansi : Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BELI PRODUK PEMBIAYAAN PADA BAITUL MAAL WA TAMWIL (Studi Kasus Terhadap Nasabah Pembiayaan BMT Ghifari Yogyakarta)

Lokasi : Kab. Sleman

Waktunya : Mulai tanggal 6 April 2006 s/d 6 Juli 2006

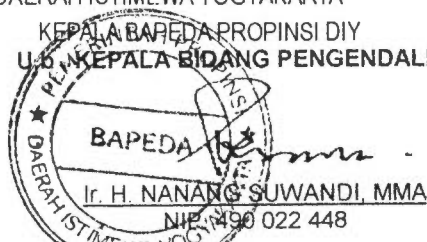
1. Terlebih dahulu menemui / melaporkan diri Kepada Pejabat Pemerintah setempat ( Bupati / Walikota ) untuk mendapat petunjuk seperlunya;
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat;
3. Wajib memberi laporan hasil penelitiannya kepada Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta ( Cq. Kepala Badan Perencanaan Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta );
4. Ijin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah;
5. Surat ijin ini dapat diajukan lagi untuk mendapat perpanjangan bila diperlukan;
6. Surat ijin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan - ketentuan tersebut diatas.

Tembusan Kepada Yth. :

1. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta  
( Sebagai Laporan )
2. Bupati Sleman c.q. Ka. Bappeda;
3. Ka. Kanwil Dep. Agama Prop. DIY;
4. Dekan Fak. Syari'ah - UIN "SUKA" Yk;
5. Peringgal

Dikeluarkan di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 6 April 2006

A.n. GUBERNUR  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
KEPALA BAPPEDA PROPINSI DIY  
U.S. KEPALA BIDANG PENGENDALIAN



## CURRICULUM VITAE

Nama : Muhammad Dikyah Salaby Maarif  
Tempat Tanggal Lahir : Bantul, 20 Maret 1982  
Jurusan : Muamalah Prodi Keuangan Islam  
Alamat Asal : Tempel no.114 Rt. 04, Baturetno, Banguntapan,  
Bantul, Yogyakarta 55197  
E-mail : salaby\_maarif@yahoo.com  
No Hp : 0815 7872 1487

Nama Orang Tua :  
Ayah : Syamsuri  
Pekerjaan : Pensiunan PNS

Ibu : Marsiti  
Pekerjaan : Pedagang

Alamat Orang Tua : Tempel no.114 Rt. 04, Baturetno, Banguntapan,  
Bantul, Yogyakarta 55197

Hobby : Membaca, Olah raga  
Ketrampilan : Manajemen Organisasi  
Pendidikan Formal :

| Periode   | Sekolah                                         |
|-----------|-------------------------------------------------|
| 1988-1994 | SDN Baturetno                                   |
| 1994-1997 | MTS M Muallimin<br>Yogyakarta                   |
| 1997-2000 | SMUN I Banguntapan                              |
| 2001-2002 | PAI IAIN Sunan Kalijaga                         |
| 2002-2007 | Keuangan Islam UIN Sunan<br>Kalijaga Yogyakarta |

**Pengalaman Organisasi :**

| <b>Tahun</b> | <b>Organisasi</b>                               | <b>Jabatan</b>                    |
|--------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 1998         | OSIS SMUN 1 Banguntapan                         | Ketua Rohis                       |
| 1999-2000    | Pimpinan Cabang Remaja Muhammadiyah             | Ketua                             |
| 2000-2002    | Pimpinan Cabang Remaja Muhammadiyah Kab. Bantul | Bidang Kaderisasi                 |
| 2000         | Corp Da'wah Sekolah                             | Ketua Region Bantul Utara         |
| 2000         | Gerakan Muda – Mudi Ngipik                      | Ketua                             |
| 2001         | Buletin rakyat PAHAM                            | Wartawan                          |
| 2002         | Lembaga Independen Pemantau BPD Banguntapan     | Anggota                           |
| 2004         | Forum Studi Ekonomi Islam                       | Ketua Departemen Riset dan kajian |
| 2004         | BEMJ MU / KUI Fak Syariah                       | Bend. Jurnal Share                |
| 2005-2007    | Badan Eksekutif Mahasiswa Prodi Keuangan Islam  | Ketua Umum                        |

**Kepanitiaan**

| <b>Tahun</b> | <b>Kegiatan</b>                                                                    | <b>Jabatan</b> |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 2001         | Training Metode Penulisan Ilmiah jurusan PAI                                       | Co. Danus      |
| 2002         | Sekolah Akuntansi ForSEI                                                           | Direktur       |
| 2003         | Asistensi Mikro & Makro Ekonomi Islam Forum Studi Ekonomi Islam UIN Sunan Kalijaga | Direktur       |
| 2003         | Seminar Nasional Kontruksi Pasar Modal Syariah                                     | Sie. Danus     |
| 2003         | Achivement Motivation training ForSEI                                              | SC             |
| 2004         | Seminar Regional Dampak Fatwa Haram Bunga Bank                                     | SC & Moderator |
| 2004         | Short Course On Islamic Finance Faculty test                                       | Ketua          |
| 2005         | Talk Show “Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan” JPMI DIY                                | Bendahara      |

### **Pengalaman Kerja:**

1. Marketer Susu Bendera Tahun 2001
2. Petugas Lapangan sosialisasi SLTP terbuka Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah tahun 2001
3. Lead Surveyor Proyek pemantauan BBM – PT. Surveyor Indonesia tahun 2004
4. Relawan tim Distribusi Logistik pada Musibah Gempa dan Tsunami Aceh tahun 2005
5. Koordinator tim lapangan Penelitian “Aksesibilitas Pedagang Kecil Terhadap Lembaga Keuangan Mikro” oleh TIM Peneliti Dosen KUI tahun 2005
6. Data Collector pada proyek “Promosi dan Pemasaran Produk KUKM Berpotensi Ekspor ke Mancanegra Secara Terpadu” PT. Marktech Indonesia tahun 2005
7. Asisten Proyek Manajer Yayasan Griya Rakyat, Tim Recovery Gempa DIY-Jateng tahun 2006
8. Lead Collector, “In House Training UKM” PT. Marktech Indonesia tahun 2006