

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BPR SYARIAH BANGUN
DRAJAT WARGA**



SKRIPSI

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

DISUSUN OLEH:

Ulul Azmi M

05390101

PEMBIMBING:

- 1. H. Syafiq M.Hanafi, S.Ag, M.Ag .**
- 2. Joko Setyono, SE, M.Si.**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2011

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya produk-produk perbankan syariah yang bermunculan di kalangan masyarakat pada saat ini, sehingga menimbulkan persaingan produk baik persaingan antara perbankan syariah maupun perbankan konvensional. Hal ini memunculkan berbagai pertimbangan nasabah dalam mengambil keputusan untuk membeli produk perbankan yang diinginkan. Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah motivasi, persepsi, dan sikap sebagai salah satu pengaruh pengambilan keputusan pembelian produk perbankan Syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap terhadap keputusan pembelian produk BPR Syariah BDW Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Pengambilan Sampel dilakukan dengan metode *Accidental Sampling*, sebanyak 100 nasabah BPR Syariah BDW aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk BPR Syariah BDW Yogyakarta.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Motivasi, Persepsi, dan Sikap Nasabah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Ulul Azmi Mustofa
Lamp : -

Kepada
**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta**

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ulul Azmi Mustofa
NIM : 05390101
Judul : **Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Terhadap
Keputusan Pembelian Produk BPR Syariah Bangun Drajat
Warga.**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syariah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Rabi'ul Awal 1432 H
16 Februari 2011 M

Pembimbing I,



H. Syafiq M. Hanafi, S.Ag, M.Ag.
NIP. 196705181997031003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Ulul Azmi Mustofa
Lamp : -

Kepada
**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ulul Azmi Mustofa
NIM : 05390101
Judul : **Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Terhadap
Keputusan Pembelian Produk BPR Syariah Bangun Drajat
Warga.**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syariah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Rabi'ul Awal 1432 H
17 Februari 2011 M

Pembimbing II,

Joko Setyono, SE, M.Si.
NIP. 197307022002121003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Ulul Azmi Mustofa**
NIM : **05390101**
Jurusan-Prodi : **Muamalah – Keuangan Islam**

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk BPR Syariah Bangun Drajat Warga**” 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. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 14 Rabi'ul Awal 1432 H


17 Februari 2011 M

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Mengetahui,

Ka. Prodi Keuangan Islam

Penyusun


Dr. M. Fakhri Husein, S.E., M.Si
NIP. 19711129200501 1 003


Ulul Azmi Mustofa
NIM. 05390101



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP.00.9/092/2011

Skripsi/tugas akhir dengan judul : **Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk BPR Syariah Bangun Drajat Warga.**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Nama : **Ulul Azmi Mustofa**
NIM : **05390101**
Telah dimunaqasyahkan pada : **03 Maret 2011**
Nilai : **B+**

Dan dinyatakan sudah dapat diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Joko Setyono, SE, M.Si.

NIP. 197307022002121003

Penguji I

Dra. Hj. Widyarini, M.M
NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji II

Drs. Slamet Khilmi M.SI
NIP. 19631014 199203 1 002

Yogyakarta, 05 Rabi'ul Akhir 1432 H
10 Maret 2011 M

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D

NIP. 19600417 198903 1 001

PERSEMBAHAN



*Untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta
Kakakku Asnawi Malik dan Khilwi Isti'ana & Adikku Fahri Auliya
Untuk tambatan hatiku, peri cintaku dan teman-teman seperjuangan
di UIN SUKA, Ma'had Nurul Ummah dan anak-anak Kost Babadan
Untuk semua sahabat-sahabat baik di dunia maya ataupun nyata
Untuk almamaterku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

MOTTO

If you fall, stumble down, I'll pick you up off the ground.
If you lose faith in you, I'll give you strength to pull through.
Tell me you won't give up, cause I'll be waiting here if you fall.
You know I'll be there for you.
(*Simple Plan – Save You*)



KATA PENGANTAR

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء
والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين أشهد أن لا إله إلا
الله وحده لا شريك له وأشهد أن محمدا عبده ورسوله

Laka al-hamdu wa asy-syukru ya Allah, kepada-Mu hamba bersimpuh, bersyukur atas segala nikmat dan karunia, atas limpahan rahman dan rahim yang tiada pernah terputus Engkau berikan, sehingga menjadi kekuatan tiada habisnya bagi penyusun dalam menyelesaikan tugas ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada *Habibina* Muhammad SAW, figur manusia sempurna yang harus kita jadikan teladan dalam mengarungi hidup. Semoga kesejahteraan senantiasa menyelimuti keluarga dan sahabat Nabi beserta seluruh umat Islam.

Penyusunan skripsi ini merupakan penelitian tentang faktor Motivasi, Persepsi, dan Sikap, terhadap pembelian produk BPRS . Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya doa, bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Musa Asy'arie, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga.
2. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. M. Fakhri Husein, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi dan Bapak M. Yazid Affandi, S.Ag, M.Hum selaku Sekertaris Prodi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. H. Syafiq M.Hanafii, S.Ag, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Joko Setyono, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak waktu untuk bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu alm. Muyassarotussolichah, S. Ag., SH, M.Hum selaku Dosen Penasihat Akademik selama penulis menempuh studi di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
6. Segenap Dosen dan Karyawan di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan jasa.
7. Ayahanda Mudzakir dan Ibunda Mujayanah yang telah mendidiku, untuk sujud panjang, setiap doa yang terlantun, harap yang tersimpan, peluh yang tertetes untukku.
8. Kakak-kakakku Asnawi Malik dan Khilwi Isti'anah serta adikku Fahri Auliya yang selalu mengingatkanku untuk menjadi lebih dewasa. Keluarga besar di Lampung yang selalu memberikan dukungan.
9. Sahabat-sahabat spesial yang selalu berbagi, mewarnai hari-hariku dan memberikan motivasi tiada henti: Yusni Damayanti, Agnes Irawati N, Desy Dezzonk, Miftahul Fuad, dan teman-teman yang tidak bisa aku sebutkan.

10. Teman-teman seperjuangan KUI 2005: sidik Koconagoro, miftahul fuad, m. abidin, muhammad sudrajat, lutfi, yandi, dan teman-teman yang tidak bisa aku sebutkan.
11. Kawan-kawan *Ma'had* Nurul Ummah Kota Gede, Inul, Syamsul Sani, Gendut jenggot, Alim, Syahid dan lain-lain.
12. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan tugas ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Kepada mereka semua penyusun hanya dapat mengucapkan *jazakumullahu khairan katsira*. Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah dan ampunan-Nya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penyusun dan bagi para pembacanya. Amin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 13 Rabi'ul Awal 1432 H
16 Februari 2011 M

Ulul Azmi Mustofa
NIM. 05390101

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	b	be
ت	Ta'	t	te
ث	sa'	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	sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)

ط	ta'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة عدّة	ditulis ditulis	<i>Muta'addidah</i> 'iddah
----------------	--------------------	-------------------------------

C. *Ta' marbutah*

Semua *ta' marbutah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>hikmah</i>
عَلَّة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----	Fathah	ditulis	<i>a</i>
-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----	Dammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>a</i>
جاهليَّة	ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	ditulis	<i>a</i>
تَنَسَى	ditulis	<i>tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>i</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karim</i>
4. D{ammah + wawu mati	ditulis	<i>u</i>
فُرُوض	ditulis	<i>furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>ai</i>
بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
قَوْل	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآنِ	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الْقِيَاسِ	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءِ	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشَّمْسِ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

DAFTAR ISI

A. HALAMAN JUDUL	i
B. ABSTRAK	ii
C. PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
D. SURAT PERNYATAAN	v
E. HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
F. MOTTO	viii
G. KATA PENGANTAR.....	ix
H. PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
I. DAFTAR ISI.....	xvi
J. DAFTAR GAMBAR.....	xviii
K. TABEL/GRAFIK	xviii
L. DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Sistemika Penulisan Skripsi	7
BAB II. LANDASAN TEORI.....	9
A. Telaah Pustaka	9
B. Kerangka Teoritik	12
C. Hipotesis	27

BAB III. METODE PENELITIAN	31
A. Jenis dan Sifat Penelitian	31
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	33
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
F. Pengembangan Instrumen Penelitian.....	34
G. Uji Validitas dan Reliabelitas	36
H. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV. HASIL PENELITIAN.....	45
A. Analisis Deskripsi	45
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
C. Analisis Data Penelitian dan Kesimpulan.....	49
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran-saran dan Harapan	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Tahapan Konsumen dalam Pembelian Suatu Jasa	18
Gambar 2.3 Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow	22
Gambar 3.4 Diagram Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen.....	34

TABEL/GRAFIK

Tabel 3.1 Pengembangan Instrumen Kuesioner	35
Tabel 4.2 Pengelompokan Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.3 Pengelompokan Nasabah Berdasarkan Tempat Tinggal.....	46
Tabel 4.4 Pengelompokan Nasabah Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	46
Tabel 4.5 Pengelompokan Nasabah Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.6 Pengelompokan Nasabah Berdasarkan Penghasilan.....	47
Tabel 4.7 Modus Profil Responden BPR Syariah BDW	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas	50
Tabel 4.11 Nilai Tolerance dan VIF.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis Signifikansi Parsial.....	56
Grafik 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatter Plot</i>).....	53

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran A: Kuesioner.....	65
2. Lampiran B: Data Mentah Kuesioner.....	68
3. Lampiran C: Tabel Frekuensi	72
4. Lampiran D: Uji Validitas.....	77
5. Lampiran E: Uji Realibilitas	82
6. Lampiran F: Uji Asumsi Klasik	84
7. Lampiran G: Uji Hipotesis.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, upaya memperkenalkan sistem keuangan berdasarkan pandangan Islam mulai digalakkan oleh beberapa pelaku ekonomi baik dari segi pemantapan pondasi teoritis maupun praktis. Hal itu dilakukan dalam rangka meyakinkan kelompok pelaku utama keuangan internasional dan negara maju, bahwa sistem keuangan yang berbasis pada prinsip ekonomi Islam dapat menjamin terselenggaranya perekonomian dunia yang lebih adil dan membawa kesejahteraan umat manusia, sesuai dengan konsep Islam “*Rahmatan Lil Alamin*”.

Bank Syariah adalah bank tidak beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. bank Islam atau selanjutnya disebut bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Alqur’an dan Hadist Nabi saw.¹

Dalam menjalankan peran bank sebagai perantara keuangan, maka penghimpunan dana merupakan aktivitas utama yang dilakukan sebelum menyalurkan dana kepada masyarakat. Keberhasilan bank dalam menghimpun dana dari masyarakat ditentukan oleh faktor internal dan eksternal bank.²

1 Abu abdirrahman, hidup bahagia tanpa riba. hlm 14

² M. Faisal Abdullah, *Manajemen Perbankan Teknis Analisis Kinerja Keuangan Bank*, (Malang: UMM Press, 2003), hlm. 20

Di Indonesia, sistem keuangan berbasis prinsip ekonomi Syariah telah diatur dalam undang-undang No.21 tahun 2008 dengan semua ketentuan yang telah diatur oleh pemerintah dalam pelaksanaannya. Baik berupa peraturan pemerintah, keputusan menteri keuangan, maupun edaran Bank Indonesia. Sehingga kondisi ini memungkinkan untuk didirikannya lembaga-lembaga keuangan syariah berdasarkan sistem bagi hasil, seperti bank syariah, asuransi syariah, reksadana syariah, modal ventura, pegadaian syariah, dan BPR Syariah.

Nasabah memiliki sikap yang berbeda-beda di dalam menilai atribut-atribut produk yang menonjol. Atribut yang paling menonjol bukan berarti merupakan atribut penting bagi nasabah. Untuk dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah, BPR Syariah perlu memahami perilaku nasabah. Nasabah akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi yang baik serta memiliki keistimewaan tertentu, karena itu BPR Syariah harus mencurahkan perhatiannya secara terus-menerus dalam perbaikan produk. Para manajer BPR Syariah pada umumnya memusatkan perhatian untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing dalam jangka waktu panjang. Hal ini disebabkan nasabah dalam pilihan jasa mudah berubah. Seorang manajer pemasaran harus mengetahui dengan seksama tentang perilaku konsumennya, agar mampu mendefinisikan pasar yang baik untuk mengikuti perubahan secara terus-menerus.

Pembelian Produk yang ditawarkan oleh BPR Syariah secara umum dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, dan sikap dalam melakukan

pengambilan keputusan pembelian. Sehingga peneliti memilih BPR Syariah sebagai studi kasus dalam penelitian ini karena produk-produk yang ditawarkan oleh BPR Syariah sangat potensial untuk diminati oleh sebagian masyarakat, terutama masyarakat kelas bawah. Karena untuk memenuhi kebutuhannya baik kredit maupun tabungan kepada petani, nelayan, pengusaha dan pedagang kecil.

Disamping itu, kemudahan untuk mendapatkan jasa perbankan syariah telah bisa dijangkau oleh setiap golongan masyarakat, untuk itu berkembang pulalah strategi yang harus dijalankan BPR Syariah khususnya di bidang pemasaran. Guna memenangkan persaingan perusahaan perlu memahami dan mempelajari perilaku nasabah dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh nasabah tersebut. Dalam menentukan pilihan jenis produk nasabah selalu mempertimbangkan banyak hal, yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal, yang dimaksud dengan faktor eksternal antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sedangkan faktor internal antara lain motivasi persepsi dan sikap.

Pengambilan keputusan pembelian suatu produk merupakan bagian dari perilaku konsumen. Untuk mengetahui perilaku konsumen harus mampu menjawab seperti apa (*what*) yang dibeli, dimana (*where*) membeli, bagaimana kebiasaan (*how often*) membeli dan dalam keadaan apa (*under what condition*) produk dibeli. Jika hal ini diketahui oleh manajer, maka strategi yang tepat bisa direncanakan untuk memenangkan persaingan.

Keberhasilan BPR Syariah dalam pemasaran perlu didukung pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumennya. Untuk memahami perilaku konsumen BPR Syariah tersebut manajer perlu melakukan penelitian tentang keinginan calon nasabahnya. Sehubungan dengan keberadaan nasabah dan beraneka ragam perilakunya, maka manajer harus melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginannya secara terus-menerus dalam periode tertentu. Jadi pada dasarnya manajer mempunyai kewajiban untuk memenuhi dan memuaskan nasabah melalui produk yang ditawarkan.

Didalam penelitian ini pengaruh keputusan pembelian dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, dan sikap. Faktor tersebut sebagai alat bagi nasabah untuk mengenali perasaan mereka mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat, dan pengambilan tindakan.³ Motivasi mendasari seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini wajar karena munculnya ketidakpuasan nasabah akan produk Perbankan konvensional sehingga nasabah akan mencari kepuasan dengan melakukan pembelian pada produk Perbankan Syariah.

Persepsi masyarakat Yogyakarta yang sudah terbangun dengan mayoritas masyarakatnya yang religius sangat memungkinkan terdapatnya berbagai persepsi yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih produk perbankan Syariah. Namun demikian, faktor persepsi yang hanya didasari oleh alasan keagamaan saja belum tentu mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap keputusan dalam menggunakan produk perbankan

³ Lamb, hair, Mcdaniel, *Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat. 2000.) I: 244.

Syariah. Selain itu aspek-aspek non-ekonomis diduga juga dapat mempengaruhi interaksi masyarakat terhadap dunia perbankan. Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh yang menyebabkan nasabah untuk melakukan pembelian suatu produk. Melalui tindakan dan proses pembelajaran, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian akan mempengaruhi perilaku pembelian produk. Jika nasabah puas dan peraya pada satu produk jasa, nasabah akan yakin untuk mengambil sikap pembelian produk perbankan syariah tersebut.

Dalam masyarakat yang hidup teratur adanya sistem lapisan sosial merupakan ciri yang tetap dan teratur.⁴ Perilaku konsumen antara lain dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin, tempat tinggal, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan pendapatan. Perilaku nasabah terhadap keputusan pembelian produk BPR Syariah sudah menjadi faktor penentu terhadap peluang untuk memenangkan pasar dan persaingan di bidang produk perbankan Syariah. Perilaku nasabah akan mempengaruhi nasabah terhadap keputusannya dalam memilih pembelian produk BPR Syariah atau tidak.

Perusahaan yang menjadi tempat penelitian adalah BPR Syariah Bangun Drajat Warga (BDW) yang beralamat di jalan Gedong kuning Selatan No. 131 Yogyakarta. PT BPR Syariah BDW ini adalah salah satu dari dua BPR Syariah yang ada di Yogyakarta. Peneliti memilih perusahaan ini sebagai objek penelitian, karena BPR Syariah BDW adalah BPR Syariah tertua di Yogyakarta. Beberapa bulan kemudian disusul dengan berdirinya PT

⁴ Basu Swastha dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPF. 2000) hlm. 62

BPR Syariah Margi Rizky Bahagia, serta satu-satunya tempat yang menjadi barometer/tempat informasi bagi bank syariah yang hendak masuk ke Yogyakarta.

Atas dasar uraian pada latar belakang masalah tersebut, maka judul penelitiannya adalah: **“Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Terhadap Keputusan pembelian Produk BPR Syariah Bangun Drajat Warga”**.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk BPR Syariah BDW ?
2. Apakah faktor persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk BPR Syariah BDW ?
3. Apakah faktor sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk BPR Syariah BDW ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap terhadap pengambilan keputusan pembelian produk BPR Syariah BDW.

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran khususnya tentang motivasi, persepsi, dan sikap nasabah sebagai pengaruh pengambilan keputusan pembelian produk BPR Syariah.

D. Sistematika Penulisan Skripsi

Secara umum, pembahasan dalam penyusunan skripsi ini dibagi menjadi lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang permasalahan dimana permasalahan dalam penelitian ini berasal dari produk BPRS BDW yang dibingkai melalui perumusan masalah dan diuraikan pada tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan tentang beberapa teori mengenai variabel-variabel yang diteliti seperti perilaku konsumen, motivasi, persepsi, sikap. Serta diuraikan pada penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis, dan dimensional variabel.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan variabel-variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, penentuan jumlah sampel, jenis dan sumber data,

metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data dari pembahasannya sehingga dapat diketahui hasil analisa yang diteliti mengenai hasil pembuktian hipotesis sampai dengan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran-saran kepada pihak-pihak terkait mengenai dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden melalui penyebaran kuisioner. Responden Pria sebanyak 54% mayoritas bertempat tinggal di daerah bantul 84%. Tingkat pendidikan nasabah mayoritas lulusan SLTA berjumlah 50%. Sedangkan dari jenis pekerjaan responden nasabah yang berwiraswata 56%, mayoritas tingkat pendapatan nasabah berasal dari kelas bawah, dengan pendapatan dibawah Rp 1.000.000 berjumlah 38 orang (38%).
2. Variabel independen Motivasi, Persepsi, Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk BPR Syariah BDW Yogyakarta. Dengan persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,401 + 0,328X_1 + 0,346X_2 + 0,210X_3$. Hasil Uji Model F Anova adalah: 37,127 (dengan signifikansi 0,000^a). Hasil Uji Parsial variabel motivasi =3,780 (dengan nilai signifikansi 0,000), persepsi =3,332 (dengan nilai signifikansi 0,001), dan sikap = 2,276 (dengan nilai signifikansi 0,025).

B. Saran – Saran dan Harapan

1. Bagi Manajemen Perusahaan BPR Syariah BDW

Bagi manajemen harus selalu memperhatikan perilaku Nasabah yang setiap saat akan berubah-ubah karena tuntutan kebutuhan, keinginan, kenyamanan dan keamanan serta citra pemakainya. Kepuasan nasabah pada pasca pengambilan keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan adalah sesuatu yang harus diperhatikan oleh manajemen BPR Syariah BDW agar dapat diterima masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat harus jeli melihat dan memperhatikan produk-produk yang ditawarkan BPR Syariah supaya bisa memilih produk mana yang lebih bisa memberikan hasil yang memuaskan.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel penelitian dengan variabel lain yang secara teoritik berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk BPR Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Surabaya: Mekar Surabaya, 2004.

Kelompok Ekonomi dan Manajemen

Abdullah, M. Faisal, *Manajemen Perbankan Teknis Analisis Kinerja Keuangan Bank*, Malang: UMM Press, 2003

Amirullah, *Perilaku Konsumen*, Yogya: Graha Ilmu. 2002.

Kotler, Philip, *Pemasaran*, Alih bahasa, Herujati Purwoto, Jakarta: Erlangga, 1999.

----- dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-8, Alih bahasa Damos Sihombing, Jakarta: Erlangga.2001.

Lamb, Carles W, dkk, *Pemasaran, Jilid I*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Mowen, Jhon C, dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen, Jilid I*, alih bahasa Lina Salim, Jakarta: Erlangga, 2002.

Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia; Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.

Sciffman, Leon G, dan Leslie Larar Kanuk, *Consumer Behavior*, edisi ke-7, New Jersey: Prentice hall, 2000.

Sigit, Soehardi, *Pemasaran Praktis*, edisi Ke-3, Yogyakarta: BPFE. 2002

Swastha, Basu dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, cet, ke-3, Yogyakarta: BPFE. 2000.

Tjiptono, Fandy, *Service, Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007.

Kelompok Statistik dan Metodologi Penelitian

Djarwanto, *Statistic Induktif*, Yogyakarta : BPFE, 1993.

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009.

Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2003.

Santosa, Singgih *SPSS Statistik Multivariat*, Jakarta: PT elex Media Komputindo, 2002.

Sigit, Suhardi *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial Bisnis-Manajemen*, Yogyakarta: Lukman Offset, 1999.

Sujarweni, Wiratna, *Panduan Mudah Menggunakan SPSS dan Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*, Yogyakarta: ardana Media, 2007.

Tika, Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Widarjono, Agus *Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Ekonesia, 2005.

Skripsi dan Jurnal Penelitian

Ad'hasari, Luluk, "faktor-faktor Psikologis yang Mempengaruhi keputusan menabung pada Bank Syariah (survey pada Anggota Sie Kerohanian Islam (SKI) dan unit aktivitas kerohanian islam (UAKI) Universitas Brawijaya yang menjadi nasabah tabungan mudharabah BNI Syariah).", *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Fak. Ilmu Administrasi UNIBRAW. Malang, 2003.

Kristianto, Whenny, dkk. " faktor-faktor Psikologis Konsumen yang Berpengaruh pada Pengambilan Keputusan Nasabah untuk Menjadi anggota Baitul Mal dan Tamwil di Natar, Lampung selatan, lampung.", *Laporan Penelitian*, Bandar Lampung, Unila, 2003

Wahyuni, Dewi urip, "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek HONDA di Kawasan Surabaya Barat". *Jurnal manajemen dan Kewirausahaan*, vol.10.NO.1.Maret 2008.

Lain-lain

Ilyda, dkk." <http://jurnalmepekonomi.blogspot.com/>" , akses 13 januari 2011.

"<http://www.bprs-bdw.co.id/index.php>". akses 13 januari 2011.