



---

## Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan *Musyarakah* Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto Di Kota Jambi

**Widodo**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: [widodojambi26@gmail.com](mailto:widodojambi26@gmail.com)

**Bambang Kurniawan**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: [bambangkurniawan@uinjambi.ac.id](mailto:bambangkurniawan@uinjambi.ac.id)

**Refky Fielnanda**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Korespondensi penulis: [widodojambi26@gmail.com](mailto:widodojambi26@gmail.com)

**Abstract.** *This thesis aims to reveal the Factors Influencing Customer Decisions in Using Musyarakah Financing Products at Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto in jambi city. This thesis uses a quantitative approach using a multiple regression statistical analysis method partially and simultaneously with a sample of 75 customers. The research carried out obtained the following results and conclusions: Partially the independent variable Psychological Factor (X1) affects customer decisions (Y) because the musyarakah financing product is in accordance with customer needs, the terms offered are relatively easy and increase customer confidence in Allah and the products offered better; Situational factors (X2) affect customer decisions (Y) because the place is easy to reach in the city center, using musyarakah financing because the time given is so disciplined and musyarakah financing is due to the use of products that suit their needs and uses and the employees are kind and considerate to customers; Social factors (X3) affect customer decisions (Y) because anyone can apply for this financing and provide benefits to the community. The public has also believed in BSI and customers have also seen the advertisements promoted on the banners. Simultaneously (F test) shows that F count (74,679) > F table (2,73) and significant value (0.000) < a (0.05), then Ho is rejected and Ha is accepted, meaning that Psychological Factors (X1), Situational Factors (X2) and Social Factors (X3) simultaneously or simultaneously influence the customer's decision to use the Musyarakah financing product at Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto because a sense of trust has been created and the distance traveled by the customer is close to home and the information provided received accurately and reliably.*

**Keywords:** *Psychological Factors, Situational Factors and Social Factors, customer decisions*

**Abstract.** Skripsi ini bertujuan untuk mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *musyarakah* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto di Kota Jambi. Skripsi ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan metode analisis statistik regresi berganda secara parsial dan secara simultan dengan sampel berjumlah 75 nasabah. Penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: Secara parsial variabel independen Faktor Psikologis (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dikarenakan produk pembiayaan *musyarakah* sesuai dengan kebutuhan nasabah, syarat yang ditawarkan relatif mudah dan menambah keyakinan nasabah pada Allah serta produk yang ditawarkan lebih baik; Faktor Situasional (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dikarenakan tempatnya mudah dijangkau di pusat kota, dengan menggunakan pembiayaan *musyarakah* karena waktu yang diberikan begitu disiplin dan pembiayaan *musyarakah* karena penggunaan produk yang sesuai kebutuhan dan kegunaanya serta pegawainya baik dan perhatian kepada nasabah; Faktor Sosial (X<sub>3</sub>) berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dikarenakan siapapun bisa mengajukan pembiayaan ini dan memberikan

---

Received Agustus 30, 2023; Revised September 2, 2023; Oktober 23, 2023

\* *Widodo*, [widodojambi26@gmail.com](mailto:widodojambi26@gmail.com)

manfaatnya kepada masyarakat. Masyarakat juga sudah percaya pada BSI dan nasabah juga melihat iklan yang dipromosikan di spanduk. Secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (74.679) > F_{tabel} (2,73)$  dan nilai signifikan  $(0.000) < \alpha (0.05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan musyarakah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto dikarenakan rasa kepercayaan telah timbul dan juga jarak yang ditempuh nasabah dekat dari rumah serta informasi yang diterima secara akurat dan dapat dipercaya.

**Kata Kunci :** Faktor Psikologis, Faktor Situasional dan Faktor Sosial, keputusan nasabah

## LATAR BELAKANG

Pembiayaan yang sehat merupakan tujuan utama yang hendak dicapai oleh setiap lembaga keuangan syariah, penyelenggaraan administrasi dapat didefinisikan sebagai rancangan untuk pengajuan pembiayaan yang lengkap efisien dan sesuai dengan syariat Islam. Namun keanekaragaman produk pembiayaan pada perbankan syariah berbanding terbalik dengan keputusan masyarakat mengajukan pembiayaan pada bank syariah. Keputusan adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Keputusan pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang diluar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.

Pada wilayah Kecamatan pasar kota Jambi terdapat bank syariah Indonesia (BSI) yaitu BSI Gatot Subroto yang beralamat di jalan Gatot Subroto No.29a, Sungai Asam, pasar kota Jambi, pada daerah tersebut tingkat ekonomi bawah dan menengah yang memiliki banyak potensi usaha yang bisa dikembangkan baik dari sektor industri rumah tangga, jika dilihat dari kegiatan usaha yang dilakukan masyarakat, banyak warga yang mempunyai usaha berupa usaha manis dan sayuran yang telah dirintis masyarakat sejak lama, dan beberapa masyarakat berprofesi sebagai buruh dan adapula masyarakat yang memiliki usaha kecil berupa warung, yaitu warung kebutuhan sehari-hari maupun warung makanan. Melihat potensi usaha yang ada masyarakat mampu mengembangkan usaha yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan perekonomian keluarga.

Dari sekian banyak produk pembiayaan dibank syariah, tiga produk pembiayaan utama yang mendominasi portfolio pembiayaan BSI Gatot Subroto adalah pembiayaan modal usaha, pembiayaan investasi, dan pembiayaan aneka barang dan properti. Akad yang digunakan dalam aplikasi penerapan pembiayaan tersebut sangat bervariasi dari pola bagi hasil (*mudharabah, musyarakah*), pola jual beli (*murabahah, salam, dan istishna*) ataupun pola sewa (ijarah dan ijarah mutahiyah bittamlik). Namun pembiayaan *musyarakah* lebih mendominasi dikarenakan risiko relatif kecil dibandingkan dengan pembiayaan jenis lain. Risiko yang kecil ini mendorong bank syariah untuk lebih menggunakan pembiayaan dengan akad *musyarakah*. Selanjutnya pada pembiayaan *musyarakah* yang bergulir khususnya di ambil diarea jambi ini seusai berdasarkan tabel data di bawah ini yang mana didapat berdasarkan riset di Bank Syariah Indonesia oleh relationship manager pada bagian pembiayaan *musyarakah* di BSI tersebut .

**Table 1.1 Jumlah Pembiayaan Musyarakah Khusus di Area Jambi Per Desember 2021**

Total Pembiayaan Musyarakah OS (Outstanding) Bulan Desember 2021	Persentase Pembiayaan
Total OS Musyarakah Se-Indonesia	Rp. 57,554,436,000 100%
Total OS di Area Jambi	Rp. 1,438,850,000 4%

Sumber: BSI Gatot Subroto, 2022

Dapat dilihat dari tabel 1.1 total *outstanding* pembiayaan *musyarakah* se-indonesia mencakup Rp. 57,554,436,000 yang memiliki *value* pembiayaan 100% sedangkan yang

diturunkan oleh Bank Syariah Indonesia Pusat kepada Bank Syariah Indonesia Area Jambi yang mempunyai persentase value 4% dari 100% se-indonesia yaitu mencakup *total outstanding* Rp. 1,438,850,000 khusus di area jambi per desember 2021. Menurunnya piutang yang diberikan selaras dengan menurunnya jumlah nasabah yang diberikan pembiayaan masyarakat, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

**Table 1.2 Data Masyarakat Yang Mendapatkan Pembiayaan *Musyarakah* Pada BSI Gatot Subroto tahun 2017-2021**

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Tidak Konsisten
1	2017	231	49
2	2018	216	44
3	2019	391	72
4	2020	301	59
5	2021	294	62
	<b>Total</b>	<b>1433</b>	<b>286</b>

Sumber: BSI Gatot Subroto, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa dari lima tahun terakhir tepatnya di tahun 2022 terjadi penurunan yang signifikan jumlah nasabah yang mendapatkan pembiayaan *musyarakah*, ini dikarenakan masyarakat yang melakukan Usaha Mikro Kecil Menganah (UMKM) tidak mendapatkan keuntungan yang signifikan, sehingga berpotensi usaha yang dijalankan mengalami kerugian dan tidak konsisten. Dampak dari tidak berjalannya UMKM tersebut menyebabkan pendapatan bagi hasil turut dialami pihak bank BSI. Sehingga pihak BSI meningkatkan kehati-hatian dalam memberikan bantuan dana dalam pembiayaan *musyarakah*.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu produk, diantaranya faktor pribadi, sosial, situasional dan budaya, ini disebabkan setiap individu memiliki persepsi terhadap suatu produk yang menurutnya baik atau buruk, selain itu juga keadaan saat menggunakan produk tersebut turut serta dalam melakukan sebuah tindakan. Selain itu, faktor keluarga, kelas sosial dan budaya juga mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu produk yang dapat dirasakan di dalam lingkungan keluarga. Hasil temuan Fitri Amalia menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk adalah faktor sosial dimana lingkungan yang membuat konsumen tertarik ingin menggunakan produk yang sama dengan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen tersebut.

Faktor psikologis menjadi salah satu penyebab menurunnya penggunaan produk pembiayaan *musyarakah* dimana perilaku masyarakat yang kurang bertanggungjawab dalam menjalankan usahanya sehingga keuntungan yang dijalankan tidak maksimal. Selain itu, faktor situasional yang menyebabkan terjadi penurunan minat belanja masyarakat dan faktor sosial pula turut mempengaruhi menurunnya pembiayaan *musyarakah* dikarenakan kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank yang terbilang minim, dalam menawarkan pembiayaan kepada masyarakat, banyak masyarakat masih belum mengetahui manfaat dari pembiayaan itu sendiri. Dengan berbagai jenis pembiayaan yang ada pada bank syariah, seharusnya masyarakat lebih memilih mengajukan pembiayaan pada bank syariah untuk meningkatkan perekonomian keluarganya dan dapat mengembangkan kegiatan usahanya, karena selain pembiayaan pada bank syariah memiliki berbagai macam pilihan dan menerapkan kegiatan operasionalnya sesuai dengan syariat Islam

## KAJIAN TEORITIS

### 1. Pengeritan Pembiayaan

Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I believe, I Trust*, saya percaya" atau saya menaruh kepercayaan. Perkataan pembiayaan artinya kepercayaan (*trust*) berarti lembaga pembiayaan selaku sahibul mal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanahnya yang diberikan, dana tersebut harus digunakan dengan jelas,

adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang direncanakan.

## 2. Tujuan Pembiayaan

Tujuan dari pembiayaan yang mencakup secara umum pada dasarnya terdapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan, yaitu sebagai berikut :

- a. *Profitability* yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari dunia usaha yang dikelola bersama nasabah
- b. *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin agar tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.

## 3. Jenis-Jenis Pembiayaan Pada Bank Syariah

Pembiayaan pada perbankan syariah menurut Al-harran di bagi menjadi tiga yaitu :

- a. *Return bearing financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan, ketika pemilik modal mau menanggung resiko kerugian nasabah juga memberikan keuntungan.
- b. *Return free financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditunjukan kepada orang yang membutuhkan (*poor*), sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.
- c. *Charity financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan sehingga tidak ada klaim terhadap produk dan keuntungan.

Secara umum pengajuan pembiayaan pada bank syariah dapat dilakukan masyarakat dalam tiga bentuk pembiayaan yaitu sebagai berikut :

- 1) Pembiayaan modal kerja, Kebutuhan pembiayaan modal kerja dapat dipenuhi dengan berbagai cara. diantaranya bagi hasil dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah* dan jual beli dengan akad *murabahah*, *salam*. Pembiayaan modal kerja memberikan manfaat dalam kegiatan usaha bisnis masyarakat, dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*.
- 2) Pembiayaan investasi, Kebutuhan pembiayaan investasi dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain, bagi hasil dengan akad *mudharabah*, *musyarakah*, jual beli dengan akad *murabahah*, *istisnah*, sewa dengan akad *ijarah* dan *ijarah mutahiyah bittamlik*.
- 3) Pembiayaan aneka barang, perumahan, dan properti, Kebutuhan pembiayaan aneka barang dapat dipenuhi dengan berbagai cara antara lain, bagi hasil dengan akad *musyarakah mutanaqisah*, jual beli *murabahah* dan sewa dengan akad *ijarah muntahiyah bittamlik*

## 4. Pembiayaan Musyarakah

*Musyarakah* adalah kerjasama antar kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan. Ada beberapa pendapat para ulama fiqh dalam mengartikan *musyarakah*, Menurut Sayyid Sabiq dalam Abdul Rahman Ghazali *musyarakah* merupakan perjanjian atau akad antara dua pihak yang mengikat kerjasama dalam sebuah permodalan dan keuntungan yang berlandaskan pada mazhab Hanafiah. Menurut Habib Nazir Hasanudin dijelaskan bahwa mazhab Syafi'ie menjelaskan bahwa *musyarakah* adanya hak bertindak hukum bagi kedua pihak dalam sebuah kesepakatan, sedangkan menurut Maliki *musyarakah* merupakan pemberian wewenang dalam melakukan tindakan hukum pada pihak yang berkerjasama dan menurut mazhab Hambali *musyarakah* merupakan

pencampuran kepemilikan dan wewenang.

#### 5. Dasar Hukum *Musarakah*

- a. Al-Quran, Hadits, Ijma' , Qiyas

#### 6. Rukun dan Syarat *Musarakah*

*Musarakah* memiliki beberapa rukun, antara lain:

- a. Ijab dan Kabul

Ijab dan Kabul harus dinyatakan dengan jelas dalam akad dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Penawaran dan permintaan harus jelas dituangkan dalam tujuan akad.
- 2) Penerimaan dan penawaran dilakukan pada saat kontrak.
- 3) Akad dituangkan secara tertulis.

- b. Pihak yang Berserikat

- 1) Kompeten, Menyediakan dana sesuai dengan kontrak dan pekerjaan / proyek usaha.
- 2) Memiliki hak untuk ikut mengelola bisnis yang sedang dibiayai atau memberi kuasa kepada mitra kerjanya untuk mengelolanya.

Tidak diizinkan menggunakan dana untuk kepentingan sendiri.

- c. Objek Akad

- 1) Modal dapat berupa uang tunai atau aset yang dapat dinilai. Bila modal tetapi dalam bentuk aset, maka aset ini sebelum kontrak harus dinilai dan disepakati oleh masing-masing mitra.
- 2) Modal tidak boleh dipinjamkan atau dihadiahkan ke pihak lain.
- 3) Pada prinsipnya bank syariah tidak harus minta agunan, akan tetapi untuk menghindari wanprestasi, maka bank syariah diperkenankan meminta agunan dari nasabah/mitra kerja.

- d. Kerja

- 1) Partisipasi kerja dapat dilakukan bersama-sama dengan porsi kerja yang tidak harus sama, atau salah satu mitra memberi kuasa kepada mitra kerja lainnya untuk mengelola usahanya, Keuntungan/Kerugian
- 2) Kedudukan masing-masing mitra harus bertuang dalam kontrak.

#### Macam-macam *Musarakah*

Menurut para ulama membagi *Syirkah* menjadi dua macam yaitu *Syirkah Amlak* (perserikatan dala kepemilikan) dan *Syirkah al-Uqud* (perserikatan berdasarkan aqad). Sebagaimana dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Syirkah Amlak* (perserikatan dala kepemilikan)

*Syirkah amlak* adalah persekutuan kepemilikan dua orang atau lebih terhadap suatu barang tanpa transaksi *Syirkah*. *Syirkah* hak milik dibagi menjadi dua:

- 1) *Syirkah ikhtiyar* (sukarela), yaitu *Syirkah* yang lahir atas kehendak dua pihak yang bersekutu. Contohnya dua orang yang mengadakan kongsi untuk membeli suatu barang, atau dua orang mendapat hibah atau wasiat, dan keduanya menerima, sehingga keduanya menjadi sekutu dalam hak milik.
- 2) *Syirkah jabar* (paksa), yaitu persekutuan yang terjadi di antara dua orang atau lebih tanpa sekehendak mereka. Seperti dua orang yang mendapatkan sebuah warisan, sehingga barang yang diwariskan tersebut menjadi hak milik yang bersangkutan.

- b. *Syirkah al-Uqud* (perserikatan berdasarkan aqad)

*Syirkah uqud* adalah dua orang atau lebih melakukan akad untuk bekerja sama (berserikat) dalam modal dan keuntungan. Artinya, kerja sama ini didahului oleh transaksi dalam penanaman modal dan kesepakatan pembagian keuntungannya. Ulama Hanafiah menetapkan syarat-syarat untuk *Syirkah uqud* .Untuk keabsahan *Syirkah uqud* yang harus dipenuhi antara lain:

- 1) *Tasarruf* yang menjadi objek akad *Syirkah* harus bisa diwakilkan. Dalam *Syirkah*

*uqud* keuntungan yang diperoleh merupakan kepemilikan bersama yang dibagi sesuai dengan kesepakatan. Atas dasar tersebut, maka setiap anggota *musyarakah* memiliki kewenangan kepada anggota serikat lainnya untuk melakukan *tasarruf*. Dengan demikian masing-masing pihak menjadi wakil pihak lainnya.

- 2) Pembagian keuntungan harus jelas. Bagian keuntungan untuk masing-masing anggota *musyarakah* nisbahnya harus ditentukan dengan jelas, misalnya 30%, 20%, atau 10%. Apabila pembagian keuntungan tidak jelas, maka *Syirkah* menjadi *fasid*, karena keuntungan merupakan *mauqud* alaih rukun dari *musyarakah*.
- 3) Keuntungan harus merupakan bagian yang dimiliki bersama secara keseluruhan, bukan dengan penentuan misalnya untuk A 200, B 500. Jika keuntungan telah ditentukan, maka akad *Syirkah* menjadi *fasid*. Karena *Syirkah* mengharuskan adanya penyertaan dalam keuntungan, apabila penentuan kepada orang tertentu maka akan menghilangkan hakikat perkongsiaan.

*Syirkah* ini terbagi dalam beberapa macam:

- a) *Syirkah Inan*, disebut juga akad kerja sama antara dua orang atau lebih yang tubuhnya (atau hartanya) diketahuinya meskipun tidak sama. Setelah salah satu pihak merealisasikan materi akad, sementara itu mayoritas pelaksana akad menerima bagian keuntungan paling besar. Modal kerja berupa uang atau materi harus diketahui selain tingkat untung rugi yang disesuaikan dengan masing-masing modal. sesuai dengan kesepakatan yang saling menguntungkan. Akibatnya, *syirkah* seseorang tidak terbatas pada keuntungan; kerugian juga dikecualikan. Kesetaraan modal, *tasarruf*, serta kelebihan dan kekurangan tidak diperlukan dalam *Syirkah inan*. Pesertanya bisa sama atau berbeda akibat kesimpulan ini, seperti ketika A berinvestasi Rp. Rp. 500.000 diinvestasikan. C melakukan investasi sebesar Rp.300.000. Perhitungan disesuaikan dengan memperhitungkan modal yang diinvestasikan ketika terjadi kerugian.
- b) *Syirkah Wujud*, akad antara dua orang atau lebih yang ahli dalam bisnis, memiliki reputasi yang baik, dan tidak ada modal yang terlibat karena para pengusaha mempercayai mereka. Masing-masing pihak menjadi wakil dari mitra bisnis dan penjamin (kafil), dan kepemilikan keduanya sesuai dengan kesepakatan yang dipersyaratkan sebelumnya. Keuntungan dibagi oleh kedua belah pihak. Keuntungan disesuaikan dengan kesepakatan dan kemauan semua pihak, sedangkan kerugian disesuaikan dengan persentase kepemilikan mereka.
- c) Akad kerja sama antara dua orang atau lebih disebut *syirkah mufawadhah*. Dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi yang sama dalam modal, tanggung jawab, dan hak suara perusahaan. Keuntungan dan kerugian ditanggung bersama oleh semua pihak. Akibatnya, persyaratan utama dalam skenario ini adalah bahwa masing-masing pihak sama-sama berbagi biaya pekerjaan, tanggung jawab, dan utang.
- d) *Syirkah Abdan* adalah akad kerjasama antara dua orang atau lebih yang bekerja di bidang yang sama untuk menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu. Misalnya, ketika dua orang arsitek bekerja sama dalam suatu proyek atau ketika dua orang penjahit bekerjasama untuk menerima pesanan seragam sekolah. *abdan syirkah* dikenal dengan *syirkah al-mal* (pekerjaan).
- e) *Syirkah Mudharabah*, yaitu akad antara pekerja (*mudhorib*) dan pemilik modal (*shohibul mal*) untuk mengelola uang pemilik modal dalam suatu perdagangan tertentu yang keuntungannya dibagi menurut kesepakatan bersama. Pemilik modal bertanggung jawab atas kerugian. Di bawah kontrak wakalah, pemodal mentransfer modal mereka ke pekerja untuk manajemen dan pengembangan menjadi bisnis yang menguntungkan.

## 7. Mekanisme dalam *Muamalah*

Untuk hal-hal yang diperintahkan dalam *muamalah* adalah sebagai berikut:

- a. Objek Barang yang diperjualbelikan harus halal. Artinya adalah melanggar hukum untuk melakukan bisnis ilegal atau kegiatan ekonomi terkait. Misalnya, Islam

melarang penjualan alkohol, najis, perangkat perjudian, dan barang-barang lainnya. Oleh karena itu, berinvestasi dalam bisnis yang menjual barang halal dan haram juga bertentangan dengan syariat Islam

- b. Pihak-pihak yang muamalah memberikan kesenangan. Kalimat antara taradhin minkum (saling rela di antara kamu, QS) menjadi landasan prinsip ini. Nisa29). Menurut prinsip ini, setiap transaksi harus didasarkan pada kemauan masing-masing pihak. Semua transaksi dianggap hanya berhasil jika kedua pihak dalam kontrak bersedia
- c. Pengelolaan dana yang akurat Karena kata amanah, yang berarti keamanan, memiliki akar kata yang sama dengan kata iman, yang berarti pemberi amanah dan penerima amanah, kata "mu'min" berarti orang yang beriman. Orang beriman juga orang yang beriman karena mengalami rasa aman, iman, dan amanah. Jika orang tidak menjalankan amanah, itu menunjukkan bahwa mereka tidak memiliki iman dan tidak akan memberikan rasa aman bagi diri mereka sendiri dan tetangga mereka.. Adapun hal-hal yang dilarang untuk dilakukan adalah

- 1) Riba. Diskursus tentang riba di kalangan umat Islam terdapat dua kecenderungan; 1) yang berpendapat bahwa riba merupakan setiap tambahan dari pinjaman yang berasal dari kelebihan nilai pokok yang dipinjamkan yang diberikan debitur. 2) yang berpendapat bahwa larangan riba dipahami sebagai suatu kegiatan yang menimbulkan eksploitasi dan ketidakadilan yang secara ekonomi menimbulkan dampak yang sangat merugikan masyarakat
- 2) Gharar. Secara bahasa gharar adalah bahaya (*al mukhatarah*), cenderung pada kerusakan (*al ta'ridh li al halak*), penipuan (*alkhida'*), ketidakjelasan (*jahalah*)

## 8. Pengertian Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen merupakan proses pengkombinasian pengetahuan untuk menyeleksi terhadap dua pilihan atau lebih agar mendapatkan solusi dari masalah yang dihadapinya dalam membeli sesuatu. Suatu proses keputusan membeli bukan sekedar mengetahui berbagai factor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dan keputusan untuk membeli. Menurut Mulyadi Nitisusastro merupakan tahapan-tahapan langkah yang ditempuh dan dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

## 9. Indikator Keputusan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller formula AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh, dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Perencanaan ini yang terdiri atas; (*Attention*), membuat ketertarikan produk (*Interest*), membuat keinginan untuk memiliki produk (*Desire*), dan mengajak pelanggan untuk melakukan tindakan dalam penggunaan produk (*Action*). Menurut Kotler dan Keller menjelaskan Teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*) merupakan suatu pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi minat, dan mengambil tindakan. Teori ini menyampaikan akan kualitas dari pesan yang baik.

Definisi di atas dapat diimplikasikan bahwa AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*) merupakan alat penyampaian suatu pesan yang ideal kepada konsumen di mana melalui suatu tahapan yang terdiri dari perhatian (*Attention/Awareness*), ketertarikan (*Interest*), minat (*Desire*), dan mengambil tindakan (*Action*). Hal ini di mana seorang pemasar harus menyadari bahwa pesan yang disajikan tentang AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*)

## 10. tor Keputusan Konsumen

Ada tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan, yaitu (1) faktor psikologis, (2) faktor situasional, dan (3) faktor social.

- a. Faktor Psikologis, mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian.
- b. Faktor Situasional, mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu belanja, penggunaan produk, dan kondisi saat penggunaan. Keadaan sarana dan prasarana tempat seperti tempat parkir, gedung, eksterior dan interior toko, pendingin udara dan lain sebagainya.
- c. Faktor Sosial, mencakup undang-undang atau peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas social dan budaya. Sebekum memutuskan membeli produk, konsumen akan mempertimbangkan apakah penggunaan produk diperbolehkan atau tidak oleh aturan undang-undang yang berlaku.

Ada lima hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk sebagai berikut:

- (1) Pemilihan produk: Pelanggan bertanggung jawab untuk membuat pilihan mengenai produk yang mereka beli. Pilihan merek: Pelanggan bertanggung jawab memilih merek.
- (2) Pelanggan harus memilih dealer mana yang akan dikunjungi karena pemilihan saluran penggunaan. Memilih dealer dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kedekatan dengan rumah, harga murah, inventaris yang luas, kemudahan penggunaan, dan fleksibilitas lokasi, antara lain.
- (3) Pilihan kapan menggunakannya; pelanggan dapat memilih kapan menggunakannya. Akibatnya, bisnis harus menyadari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan waktu konsumen. Hal ini memungkinkan bisnis untuk mengatur operasi pemasaran dan produksinya. Sehingga waktu distribusi produk perusahaan bertepatan dengan waktu waktu penggunaan yang diinginkan konsumen.
- (4) Jumlah kegunaan: Karena konsumen dapat memilih berapa banyak produk yang akan dibeli sekaligus, bisnis harus menyiapkan sejumlah besar produk.

#### **11. Pengambilan Keputusan Dalam Islam**

Didalam Islam pengambilan keputusan bagi pemimpin yang beriman selalu dapat mencari dan menemukan dasarnya didalam firman- firman Allah SWT dan Hadist Rasulullah SAW. Tanpa bertolak dari dasar firman Allah dan hadist Rasul dalam mengambil keputusan, seorang itu akan dikutuk oleh Allah SWT karena bersifat memperturukan hawa nafsu yang dituntun setan. Prinsip pengambilan keputusan dalam sudut pandang Islam bersifat musyawarah dan adil.

Dalam hal ini, Surah Al-Baqarah dari Al-Qur'an, yang membahas masalah kepercayaan atau tanggung jawab: 28

*Artinya: Jika Anda dalam perjalanan dan tidak membayar mu'amalah secara tunai dan tidak dapat menemukan penulis, debitur harus memegang jaminan[180]. Tetapi jika sebagian dari Anda memiliki iman kepada orang lain, biarkan orang yang Anda percayai melakukan pekerjaannya (membayar hutangnya) dan bertakwalah kepada Allah, Tuhanmu; Juga, saksi, jangan menyembunyikan kesaksian Anda. Dan siapa pun yang menyembunyikannya, sebenarnya adalah hati yang berdosa; demikian juga, Allah mengetahui tindakan Anda.*

Dalam Islam keinginan identik dengan sesuatu yang bersumber pada nafsu. Sedangkan nafsu manusia mempunyai dua kecenderungan yang tidak baik. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dari konsumsi dalam ekonomi dalam ekonomi islam didasari atas adanya kebutuhan bukan keinginan

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

#### **B. Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *musyarakah* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto pada UMKM di Kota Jambi. Penelitian ini akan diperkirakan akan dilaksanakan pada bulan

April 2022. Lokasi ini berdasarkan pertimbangan adanya kemudahan untuk mendapatkan data dan informasi dan berbagai keterangan yang diperlukan untuk menyusun proposal skripsi ini.

### C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah termasuk ke dalam jenis data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan diperoleh melalui survei hasil kuesioner yang disebar kepada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *musyarakah* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto pada UMKM di Kota Jambi.

### D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 294 tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *musyarakah* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto pada UMKM di Kota Jambi.

Sampel menggunakan rumus slovin menghasilkan sampel sejumlah 75 orang.

### D. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu pendekatan untuk mengumpulkan informasi yang diharapkan dapat menjawab perincian masalah penelitian. Untuk sebagian besar, metode pengumpulan informasi dapat menggunakan strategi kuesioner (angket), dokumentasi.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

No	Kode Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritik	Ket
1	Faktor Psikologis X <sub>1</sub>	0,616	> 0,60	Reliabel
2	Faktor Situasional X <sub>2</sub>	0,786	> 0,60	Reliabel
3	Faktor Sosial X <sub>3</sub>	0,709	> 0,60	Reliabel
4	Keputusan Nasabah Y	0,870	> 0,60	Reliabel

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2022*

Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien *Alpha* dari variabel-variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam. Akan tetapi, semua item pertanyaan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) tersebut memiliki nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari pada 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

#### b. Uji Validitas

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian**

No	Kode Variabel		r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Ket
1	Faktor Psikologis X <sub>1</sub>	P.1	0.661	0,191	Valid
2		P.2	0.622	0,191	Valid
3		P.3	0.506	0,191	Valid
4		P.4	0.553	0,191	Valid
5		P.5	0.543	0,191	Valid
6		P.6	0.542	0,191	Valid
7		P.7	0.542	0,191	Valid
8		P.8	0.673	0,191	Valid
9	Faktor Situasional X <sub>2</sub>	P.9	0734	0,191	Valid
10		P.10	0.716	0,191	Valid
11		P.11	0.759	0,191	Valid

12		P.12	0.720	0,191	Valid
13	Faktor Sosial X <sub>3</sub>	P.13	0.610	0,191	Valid
14		P.14	0.726	0,191	Valid
15		P.15	0.739	0,191	Valid
16		P.16	0.523	0,191	Valid
17		P.17	0.610	0,191	Valid
18	Keputusan Nasabah Y	P.18	0.822	0,191	Valid
19		P.19	0.820	0,191	Valid
20		P.20	0.860	0,191	Valid
21		P.21	0.830	0,191	Valid

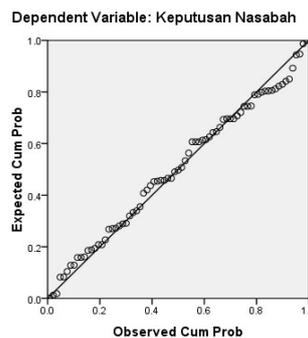
Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung}$  keseluruhan pertanyaan yang diujikan bernilai positif dan lebih besar daripada nilai  $r_{tabel}$ . Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa keseluruhan butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

**Gambar 4.1** Grafik *Normal Probability Plot* Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik *normal probability plot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik terlihat mengikuti garis diagonalnya, sehingga berdasarkan grafik tersebut data yang digunakan berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.8** Hasil Uji Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.710	.408			
	Faktor Psikologis	.552	.114	.360	.610	1.640
	Faktor Situasional	.347	.105	.313	.379	2.637
	Faktor Sosial	.465	.115	.343	.476	2.100

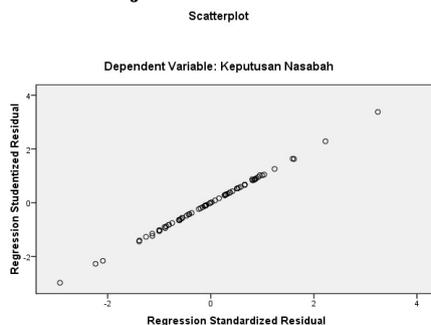
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Dari tabel coefficients, dapat diketahui bahwa nilai tolerance dan nilai VIF dari kelima variabel independen adalah Faktor Psikologis (X<sub>1</sub>) dengan nilai  $a$  hitung (0.552) >  $a$  (0,1) dan  $VIF_{hitung}$  (1.640) < VIF (10). Faktor Situasional (X<sub>2</sub>) dengan nilai  $a$  hitung (0.347) >  $a$  (0,1) dan  $VIF_{hitung}$  (2.637) < VIF (10). Faktor Sosial (X<sub>3</sub>)

dengan nilai  $a$  hitung (0.465) >  $a$  (0,1) dan  $VIF_{hitung}$  (2.100) <  $VIF$  (10). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas, karena nilai tolerance ( $a$ ) masing-masing variabel independen berada di atas 0,1 dan nilai  $VIF$  masing-masing variabel independen di bawah 10.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar grafik *Scatterplots* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, di mana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, jadi model regresi dapat dipakai untuk memprediksi Keputusan nasabah berdasarkan masukan variabel independen Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ) dan Keputusan nasabah.

**3. Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 4.9 Analisis Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.710	.408		4.192	.000
	Faktor Psikologis	.552	.114	.360	4.830	.000
	Faktor Situasional	.347	.105	.313	3.310	.001
	Faktor Sosial	.465	.115	.343	4.062	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan pada hasil yang telah dilakukan, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 1.710 + 0.552 X_1 + 0.347 X_2 + 0.465 X_3 + e$$

Dari persamaan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan sebesar 1.710 menunjukkan bahwa nilai Keputusan nasabah 1.710, jika variable Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ) memiliki nilai = 1 dan faktor-faktor lain dianggap konstan.
- b. Koefisien regresi pada variabel Faktor Psikologis ( $b_1$ ) sebesar 0.552 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan Faktor Psikologis sebesar 1 Keputusan nasabah masih bisa meningkat, di mana faktor-faktor lain dianggap konstan.
- c. Koefisien regresi pada variabel Faktor Situasional ( $b_2$ ) sebesar 0.347 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan Faktor Situasional sebesar 1 Keputusan nasabah masih bisa meningkat, di mana faktor-faktor lain dianggap konstan.
- d. Koefisien regresi pada variabel Faktor Sosial ( $b_3$ ) sebesar 0.465 adalah positif.

Artinya bila terjadi peningkatan Faktor Sosial sebesar 1 Keputusan nasabah masih bisa meningkat, di mana faktor-faktor lain dianggap konstan.

**a. Uji t (t test)**

**Tabel 4.10 Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.710	.408		4.192	.000
Faktor Psikologis	.552	.114	.360	4.830	.000
Faktor Situasional	.347	.105	.313	3.310	.001
Faktor Sosial	.465	.115	.343	4.062	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Nilai  $t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,1/2 = 0,05$  (uji 2 sisi) dengan  $df = n - k - 1$  ( $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah variabel independen) maka didapat  $df = 75 - 3 - 1 = 72$  maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 2.267 Hasil analisis uji t sebagai berikut:

- (1) Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Psikologis ( $X_1$ ) adalah sebesar 4.830 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu ( $4.830 > 2.267$ ) dan nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka variabel Faktor Psikologis ( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap Keputusan nasabah secara parsial.
- (2) Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Situasional ( $X_2$ ) adalah sebesar 3.310 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu ( $3.310 > 2.267$ ) dan nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka variabel Faktor Situasional ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap Keputusan nasabah secara parsial.
- (3) Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Sosial ( $X_3$ ) adalah sebesar 4.062 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu ( $4.062 > 2.267$ ) dan nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka variabel Faktor Sosial ( $X_3$ ) memiliki pengaruh terhadap Keputusan nasabah secara parsial.

**b. Uji F**

**Tabel 4.11 Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.054	3	9.351	74.679	.000 <sup>a</sup>
	Residual	8.891	71	.125		
	Total	36.945	74			

a. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Faktor Situasional

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 74.679 dan nilai signifikansi sebesar 0.000.

Cara menentukan  $F_{tabel}$  adalah:

$$F_{tabel} = F(k; n-k) = 75-3 = 72$$

ket:  $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah variabel independent

Dapat diketahui  $F_{tabel}$  sebesar 2,73. Maka nilai  $F_{hitung}$  ( $74.679$ )  $> F_{tabel}$  ( $2,73$ ) dan nilai signifikan ( $0.000$ )  $< a$  ( $0.05$ ), disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan

Faktor Sosial ( $X_3$ ) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah.

**c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 <sup>a</sup>	.759	.749	.35387

a. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Faktor Situasional

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: SPSS versi 16 diolah, 2022

Berdasarkan tabel, koefisien determinasi memiliki *Adjusted R square* sebesar 0.749. Hal ini berarti 74.9% Keputusan nasabah (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yaitu Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ). Sedangkan sisanya (100% - 74,9% = 25,1%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang dijelaskan dalam penelitian ini

**PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan data primer (angket/kuesioner) yang telah diolah dengan bantuan SPSS versi 16, maka dapat diketahui bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua nilai  $r_{hitung}$  keseluruhan pertanyaan yang diujikan bernilai positif dan lebih besar daripada nilai  $r_{tabel}$  (0,191). Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa keseluruhan butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid.

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien *Alpha* dari variabel- variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam. Akan tetapi, semua item pertanyaan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) tersebut memiliki nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari pada 0.60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

**1. Pengaruh Faktor Psikologis ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan nasabah**

Pengujian hipotesis menunjukkan ada pengaruh yang signifikan pada variabel Faktor Psikologis ( $X_1$ ) terhadap Keputusan nasabah. Dengan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Psikologis ( $X_1$ ) adalah sebesar 4.830 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.001. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu (4.830 > 2.267) dan nilai signifikansi 0.00 < 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka variabel Faktor Psikologis ( $X_1$ ) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan masyarakat di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto dikarenakan terdapat rasa keinginan yang tinggi dalam diri nasabah untuk membesarkan usahanya, produk pembiayaan *masyarakat* sesuai dengan kebutuhan nasabah, syarat yang ditawarkan relatif mudah dan menambah keyakinan nasabah pada Allah serta produk yang ditawarkan lebih baik.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ida Liza (2017), Meida Annisa Tanjung (2019) dan Riska Ridwanti (2018) yang menyatakan bahwa Faktor Psikologis ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Keputusan nasabah.

**2. Pengaruh Faktor Situasional ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan nasabah**

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada variabel Faktor Situasional ( $X_2$ ) terhadap Keputusan nasabah. Dengan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Situasional ( $X_2$ ) adalah sebesar 3.310 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu (3.310 > 2.267) dan nilai signifikansi 0.00 < 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka variabel Faktor

Situasional ( $X_2$ ) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan musyarakah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto dikarenakan adanya penawaran yang diberikan kepada nasabah untuk bekerja sama dengan bank, tempatnya mudah dijangkau di pusat kota, dengan menggunakan pembiayaan *musyarakah* karena waktu yang diberikan begitu disiplin dan pembiayaan *musyarakah* karena penggunaan produk yang sesuai kebutuhan dan kegunaannya serta pegawainya baik dan perhatian kepada nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ida Liza (2017), Meida Annisa Tanjung (2019) dan Riska Ridwanti (2018) yang menyatakan bahwa Faktor Situasional ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan nasabah.

### 3. Pengaruh Faktor Sosial ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan nasabah

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada variabel Faktor Sosial ( $X_3$ ) terhadap Keputusan nasabah. Dengan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Sosial ( $X_3$ ) adalah sebesar 3.310 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu ( $3.310 > 2.267$ ) dan nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka variabel Faktor Sosial ( $X_3$ ) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan musyarakah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto dikarenakan adanya dorongan dari teman pelaku usaha untuk bekerja sama dengan pihak lain, siapapun bisa mengajukan pembiayaan ini dan memberikan manfaatnya kepada masyarakat. Masyarakat juga sudah percaya pada BSI dan nasabah juga melihat iklan yang dipromosikan di spanduk.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ida Liza (2017), Meida Annisa Tanjung (2019) dan Riska Ridwanti (2018) yang menyatakan bahwa Faktor Sosial ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Keputusan nasabah.

### 4. Pengaruh Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan nasabah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa dari dua variabel seluruhnya memiliki pengaruh yang signifikan yaitu Faktor Psikologis ( $X_1$ ) dan Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Keputusan nasabah ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji  $t$  bahwa dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan nasabah dikarenakan nilai signifikansi kurang dari 0.05 dan nilai  $t_{hitung}$  lebih dari nilai  $t_{tabel}$  (2.267).

Sedangkan Uji simultan (uji  $F$ ) menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan, hal ini dikarenakan  $F_{hitung}$  ( $74.679$ )  $> F_{tabel}$  (2,73) dan nilai signifikan ( $0.000$ )  $< \alpha$  (0.05), disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan musyarakah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto dikarenakan adanya kebutuhan yang tinggi dalam membesarkan usaha sehingga nasabah memerlukan partner dalam menjalankan usahanya, rasa kepercayaan telah timbul dan juga jarak yang ditempuh nasabah dekat dari rumah serta informasi yang diterima secara akurat dan dapat dipercaya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ida Liza (2017), Meida Annisa Tanjung (2019) dan Riska Ridwanti (2018) yang menyatakan bahwa Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Keputusan nasabah

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Musyarakah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel independen Faktor Psikologis ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) dikarenakan produk pembiayaan *musyarakah* sesuai dengan

- kebutuhan nasabah, syarat yang ditawarkan relatif mudah dan menambah keyakinan nasabah pada Allah serta produk yang ditawarkan lebih baik
2. Secara parsial variabel independen Faktor Situasional ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dikarenakan tempatnya mudah dijangkau di pusat kota, dengan menggunakan pembiayaan *musyarakah* karena waktu yang diberikan begitu disiplin dan pembiayaan *musyarakah* karena penggunaan produk yang sesuai kebutuhan dan kegunaannya serta pegawainya baik dan perhatian kepada nasabah.
  3. Secara parsial variabel independen Faktor Sosial ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dikarenakan siapapun bisa mengajukan pembiayaan ini dan memberikan manfaatnya kepada masyarakat. Masyarakat juga sudah percaya pada BSI dan nasabah juga melihat iklan yang dipromosikan di spanduk.
  4. Secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (74.679) > F_{tabel} (2,73)$  dan nilai signifikan  $(0.000) < \alpha (0.05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa Faktor Psikologis ( $X_1$ ), Faktor Situasional ( $X_2$ ) dan Faktor Sosial ( $X_3$ ) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *musyarakah* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gatot Subroto dikarenakan rasa kepercayaan telah timbul dan juga jarak yang ditempuh nasabah dekat dari rumah serta informasi yang diterima secara akurat dan dapat dipercaya.

## DAFTAR REFERENSI

### A. Buku

- Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung alfabeta, 2017.
- Sudarsono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method*, (Depok: PTRaja Grafindo Persada, 2019,
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2017 .
- Tim Peneliti, *Buku Pedoman Penelitian Skripsi*. Jambi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Cet. Kedua, 2019.

### B. Jurnal

- Aam Slamet Rusydiana, “Analisis Masalah Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 6 (2), Oktober 2016.
- Fitri Amalia, “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Tenun Songket Jambi Cik Mia”, *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi* 2019.
- Ida Syafrida, “Faktor Perlambatan Pertumbuhan Bank Syariah Di Indonesia Dan Upaya Penanganannya”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Vol 14 NO 1 2015.
- SAlI Chaminudin, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah*, Skripsi mahasiswa IAIN Salantiga.
- Sarah Nadia “Analisis Hambatan Pertumbuhan Perbankan Syariah Di Indonesia (Kajian Terhadap Perbankan Syariah Di Aceh)”, *Journal of Islamic Banking and Finance* Volume 1, No - (2).
- Sherly Novitasari Sartika, “Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop” *Jurnal Makesya* Volume 2 Nomor 1 Tahun 2022