PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK PEMBIAYAAN KONSUMTIF DI BANK SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG SIBOLGA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Studi S1 Perbankan Syariah

Oleh :

HALIMAH TUSADIYAH TANJUNG

3319.223

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

TA 2023/2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Halimah Tusadiyah Tanjung
NIM	:	3319223
Tempat/Tanggal Lahir	:	Sibolga, 19 Juni 2001
Program Studi	:	S1 Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) ini dengan judul **"Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Pembiayaan Konsumtif Di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga"** adalah benar asli karya penulis.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot hingga batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Juli 2023

Yang Menyatakan



Halimah Tusadiyah Tanjung

NIM 3319.223

i

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuni-Nya sehingga Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Pembiayaan Konsumtif Di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga**". Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. Shalawat dan salam dikirimkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW.

Berkat bantuan, motivasi, fasilitas dan perhatian dari berbagai pihak, penulis dapat mengatasi berbagai kendala dan kesulitan yang dihadapi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Maka pada kesempatan ini dengan segenap kerendahan hati atas bantuan dan arahan yang telah diberikan, penulis ingin mengucapkan terimakasih tak terhingga kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ridha Ahida, M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Ibu Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Bapak Baginda Parsaulian, ME selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

4. Bapak H. Raymond Dantes, Lc, MA selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Rika Widianita, SEI, ME selaku pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu ditengah-tenagh kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yag telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Bapak/Ibu Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
8. Bapak Pimpinan Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga beserta Staff yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Kepada Bapak/Ibu selaku nasabah di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga yang telah membantu penulis dalam melengkapi data dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada kedua Orang Tua Ayahanda Elizon Tanjung dan Ibunda Nani Pasaribu atas Do'a tulus yang tidak terputus yang telah memberikan cinta kasih, mengasuh, mendidik, membimbing, dan memberikan motivasi dalam mencapai cita-cita serta dukungan moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Saudari Perempuan Nur Aisyah atas Do'a yang tulus yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Dan teman sekamar saya Beta Rahmayani yang telah menemani penulis begadang semalaman, yang memberikan hiburan, dan support dalam proses penyusunan skripsi ini.

Atas segala do'a dan dukungan yang diberikan semoga mendapatkan balasan pahala disisi Allah SWT dan kepada Allah SWT jugalah penulis bersembah sujud selaku hamba Allah yang lemah dan semoga Allah SWT selalu meridhoi segala kebaikan yang kita lakukan. Penulis ucapkan terimakasih

Bukittinggi, 26 Juli 2023

Yang Menyatakan

Halimah Tusadiyah Tanjung

NIM 3319.223

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **HALIMAH TUSADIYAH TANJUNG**, **NIM 3319.223**. Skripsi ini berjudul "**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK PEMBIAYAAN KONSUMTIF DI BANK SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG SIBOLGA"**. Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh naik turunnya tingkat persentase penggunaan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga mulai tahun 2019-2023. Oleh karena itu penulis merasa perlu mengkaji pengaruh motivasi nasabah terhadap keputusan penggunaan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi nasabah terhadap keputusan nasabah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data: observasi, wawancara dan kuesioner. Uji pra penelitian menggunakan uji validitas dan realibilitas. Sedangkan uji hipotesis penelitian menggunakan regresi linear sederhana, uji T, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut: Y = 14.710 + 0.721X. Dengan hasil konsta sebesar 14.710 menyatakan variabel motivasi sebesar 0.721. Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel motivasi akan meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah sebesar 0.721 satuan. Secara garis besar pernyataan yang diberikan kepada responden memiliki hasil yang positif.

Kata Kunci : Motivasi, Pembiayaan, Keputusan Nasabah, Bank Syariah

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....**Error! Bookmark not defined.**
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....**Error! Bookmark not defined.**
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
BAB I PENDAHULUAN 1
- **A. Latar Belakang** 1
- **B. Identifikasi Masalah** 8
- **C. Batasan Masalah** 8
- **D. Rumusan Masalah** 9
- **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian** 9
- **F. Penjelasan Judul** 10

BAB II LANDASAN TEORI 12
- **A. Keputusan Nasabah** 12
- **B. Motivasi** 20
- **C. Pembiayaan** 29
- **D. Pembiayaan Konsumtif** 40
- **E. Kajian Terdahulu** 42
- **F. Kerangka Pemikiran** 44
- **G. Hipotesis** 46

BAB III METODE PENELITIAN 47
- **A. Jenis Penelitian** 47
- **B. Lokasi dan Waktu Penelitian** 47
- **C. Jenis dan Sumber Data** 47
- **D. Populasi dan Sampel** 48
- **E. Defenisi Operasional Variabel** 50
- **F. Instrumen Penelitian** 51
- **G. Teknik Pengumpulan Data** 52
- **H. Teknik Analisis Data** 53

BAB IV HASIL PENELITIAN 57
A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga 57
B. Gambaran Umum Responden 71
1. Berdasarkan Jenis Kelamin 72
2. Berdasarkan Umur 72
3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir 73
4. Berdasarkan Pekerjaan 74
C. Gambaran Deskripsi Jawaban Responden 75
1. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Motivasi 75
2. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Keputusan Nasabah 76
D. Uji Instrumen Penelitian 77
1. Uji Validitas 77
2. Uji Reliabilitas 79
3. Uji Hipotesis 80
E. Analisis Temuan 82
BAB V PENUTUP 85
A. Kesimpulan 85
B. Saran 85
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Yang Menggunakan Pembiayaan Konsumtif Pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga 6
Tabel 3.1 Jumlah Nasabah Yang Menggunakan Pembiayaan Konsumtif Pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga 48
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel 50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 74
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Motivasi (X) 75
Tabel 4.6 awaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah (Y) 76
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas 78
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas 79
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 80
Tabel 4.10 Hasil Uji T 81
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) 82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin maju perekonomian suatu negara maka kebutuhan masyarkat secara langsung akan meningkat pula. Secara umum kemajuan tersbeut menyebabkan masyarakat berupaya mengikuti situasi dan kondisi yang terjadi. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyaralat dalam bentuk kredit atau pembiayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarat.[1]

Sistem perekonomian di Indonesia tidak bisa terlepas dari dunia perbankan. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan disebutkan bahwa perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perbankan syariah adalah salah satu dari lembaga keuangan yang memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariat Islam, untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup yang lebih baik dalam perekonomian.

Dalam perbankan syariah pinjaman disebut dengan pembiayaan. Secara umum pembiayaan merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan berdasar pada persetujuan atau kesepakatan antara pihak

[1] Dina Maisyaroh*,"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengajukan Pembiayaan Pensiun Di PT. Bank Syariah Mandiri Area Pekanbaru"*,Jurnal Tabarru',vol. 2 No. 1,2019,hal. 2

bank dengan pihak debitur untuk kemudian mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut sesuai jangka waktu dan imbalan atau bagi hasil yang disepakati.

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan lain yang dipersamakan dengan ini berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil.[2]

Pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang tujuannya diluar usaha dan umunya bersifat perorangan. Pembiayaan konsumtif lazim digunakan untuk pemenuhan kebutuhan sekunder. Adapun beberapa jenis pembiayaan yang termasuk kategori produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga yaitu pembiayaan kepemilikan rumah (KPR), pembiayaan multiguna, pembiayaan konsumtif pegawai, dan pembiayaan iB serbaguna.

Pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada calon nasabah untuk keperluan pembelian rumah tinggal yang dijual oleh pengembang atau nonpengembang bukan untuk keperluan usaha. Pembiayaan multiguna adalah pembiayaan bagi pegawai, perusahaan untuk membeli barang yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang yang

[2] Dwi Arida Harja,*"Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah"*,Jurnal Ekonomi dan Bisnis.vol. 4 No. 2,2016, hal 3

berlaku dan tidak termasuk yang diharamkan syariat islam. Pembiayaan konsumtif pegawai adalah pembiayaan bagi pegawai/ karyawan suatu perusahaan, lembaga, instansi untuk pembelian berbagai jenis barang (kecuali kendaraan bermotor) yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang yang berlaku serta tidak diharamkan. Dan pembiayaan iB serbaguna adalah

Banyak produk konsumtif yang ditawarkan bank konvensional maupun bank syariah mendorong banyaknya pilihan alternative konsumen untuk menjadi nasabah yang mengambil pembiayaan konsumtif. Pihak perbankan berlomba-lomba dalam menawarkan produk pembiayaan konsumtif demi mendapatkan respon baik pasar.[3]

Pengambilan keputusan merupakan tindakan memilih alternatif solusi atau kebijakan yang dinilai paling tepat dan menguntungkan baik secara material maupun non material untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi masyarakat dan tentunya diawali dengan kesadaran masyarakat dalam memenuhi kebutuhan.

Sementara Usman Effendi menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan dalam diri seseorang yang memaksa mereka untuk bertindak yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi. Motivasi konsumen mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan, baik yang bersifat fisiologis maupun psikologis melalui pembelian dan penggunaan suatu produk.

[3] Bima Kurnia Putra,*"Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah"*,Jurnal JESTT,vol. 1 No. 2,2014, hal.4

Kebutuhan diartikan ketika ada ketidak cocokan yang memadai antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan. Karena ketidakcocokan ini meningkat, maka rasa keiinginan kita muncul sebagai dorongan. Semakin kuat dorongan tersebut, maka semakin besar pula urgensi respon yang dirasakan. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang itu didorong oleh sesuatu kekuatan dalam diri orang tersebut, kekuatan pendorong inilah yang disebut motivasi. Motivasi itu sendiri memberikan dorongan internal dari seorang konsumen yang dimana dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya produk, metode promosi, tempat, dan harga yang ditawarkan.

Hasil wawancara dengan Bapak Suwardi selaku nasabah di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga mengatakan bahwa ia menggunakan pembiayaan konsumtif untuk membeli sebuah mobil dimana setiap bulannya Bapak Suwardi harus membayar angsuran pembiayaan dengan gaji yang diterimanya sebagai pekerja sebagai PNS. Bapak Suwardi juga mengakui bahwasannya kadang ia kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya karena sisa gaji yang diterimanya tinggal sedikit karena membayar angsuran mobil di Bank Sumut Syariah.[4]

Hasil wawancara dengan Bapak Rasdin selaku nasabah di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga mengatakan bahwa ia memiliki keiinginan untuk memiliki sebuah rumah, sehingga Bapas Rasdin menggunakan pembiayaan konsumtif untuk membeli sebuah rumah. Dimana pembayaran

[4] Bapak Suwardi (Nasabah), *Wawancara* dilakukan pada tanggal 23 Maret 2023

setiap bulannya dibayar dengan potongan gaji yang diterimanya sebagai PNS. Bapak Rasdin juga mengalami kesulitan dalam memenuhi kehidupan sehari-harinya karena sisa gaji yang diterima beliau kurang mencukupi kebutuhan hidup nya dan keluarga.[5]

PT Bank Sumut Syariah merupakan salah satu Bank Syariah yang bergerak dalam usaha jasa keuangan yang menggunakan prinsip syariah yang terletak di Jalan Sisingamangaraja No.8, Pancuran Gerobak, Sibolga Kota, Kota Sibolga. PT Bank Sumut Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT).

Dalam penyaluran pembiayaan melalui produk dan jasa pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga menggunakan produk pembiayaan konsumtif. Dimana produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga hanya menggunakan akad murabahah. Murabahah merupakan akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Bapak Akbar selaku karyawan PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga menyatakan bahwa saat ini pembiayaan yang masih berjalan di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga yaitu pembiayaan konsumtif. Sedangkan untuk pembiayaan produktif sudah tidak berjalan dari tahun 2020. Pembiayaan produktif berhenti dijalankan oleh pihak bank dikarenakan untuk menghindari resiko yang akan dialami oleh

[5] Bapak Rasdin (Nasabah), *Wawancara* dilakukan pada tanggal 16 Mei 2023

pihak bank selama masa Covid 19. Pembiayaan konsumtif rata-rata diberikan kepada masyarat yang memiliki pekerjaan PNS, BUMN, dan BUMD. Dan rata-rata nasabah yang memilih pembiayaan konsumtif tinggal di Tapanuli Tengah".[6]

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga tercatat jumlah nasabah menggunakan pembiayaan konsumtif periode 2018-2023, dapat dilihat sebagaimana table berikut.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Yang Menggunakan Pembiayaan Konsumtif
PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga
Tahun 2018-2023

Jenis Pembiayaan Konsumtif	2018	2019	2020	2021	2022	2023 (Juli)
Pembiayaan Pegawai	7	1	-	1	-	-
iB KPR Griya	7	-	2	-	-	-
FLPP (KPR Subsidi)	49	51	20	-	1	-
iB Serbaguna	1	-	1	-	-	-
Pembiayaan Multiguna	-	2	4	198	232	70
Jumlah Nasabah	64	54	27	199	233	70
Persentase Kenaikan/Penurunan		-15,6%	-50%	637,1%	17,1%	-69,9%

Sumber : PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2018 jumlah nasabah menggunakan pembiayaan konsumtif sebanyak 64 nasabah. Tahun 2019 jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan konsumtif sebanyak 54 nasabah. Tahun 2020 jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan

[6] Bapak Akbar (Operasional), *Wawancara* dilakukan pada tanggal 09 Desember 2022.

konsumtif sebanyak 27 nasabah. Tahun 2021 jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan konsumtif sebanyak 199 nasabah. Tahun 2022 jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan konsumtif sebanyak 232 nasabah. Dan tahun 2023 jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan konsumtif sampai bulan Juli sebanyak 70 nasabah.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwasannya minat nasabah menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga mengalami kenaikan dan penurunan disetiap tahunnya. Hal tersebut berbanding terbalik dengan perekonomian masyarakat disekitar Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga yang didominasi oleh para nelayan, petani, dan pedagang. Namun pembiayaan konsumtif rata-rata diberikan kepada masyarakat yang berasal dari lingkungan PNS, BUMN, dan BUMD.

Bagi nasabah Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga, keputusan untuk memilih pembiayaan didasarkan berbagai pertimbangan. Umumnya nasabah yang ada di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga memiliki motivasi yang tinggi karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi sehingga nasabah di Bank Sumut Syariah menggunakan pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakuka penelitian dengan judul **"Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Pembiayaan Konsumtif pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penggunaan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahunnya.
2. Perbandingan persentase kenaikan jumlah nasabah pembiayaan konsumtif dari tahun 2022 sampai 2023 mengalami penurunan.
3. Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Bank Sumut Syariah Kantor Cabnag Sibolga penggunaan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga rata-rata diberikan kepada nasabah yang memiliki perkerjaan PNS, sehingga nasabah yang memiliki pekerjaan nelayan maupun pedagang akan lebih sulit dalam mengajukan permohonan pembiayaan konsumtif.

C. Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak mengambang dan tetap berfokus pada permasalahan utama dalam proposal ini. Maka penulis membatasi masalah dengan membahas Pengaruh Motivasi Nasabah Terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kanator Cabang Sibolga.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan identifikasi masalah, dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu Seberapa besar pengaruh motivasi terhadap keputusan penggunaan produk pembiayaan konsumtif pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang penulis rumuskan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi terhadap keputusan penggunaan produk pembiayaan konsumtif pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

a) Bagi Akademik

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam program studi S1 Perbankan Syariah Di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M Djamil Djambak Bukittinggi.

b) Bagi Instansi

Penelitian ini dapat memeberikan informasi kepada pihak bank syariah untuk mengambil kebijakan selanjutnya yang berkaitan dengan

keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan konsumtif pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga.

c) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan literatur penulis tentang perbankan syariah.

F. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul proposal ini, penulis akan menguraikan secara singkat mengenai maksud dari istilah-istilah yang ada pada judul tersebut:

Pengaruh	:	Sesuatu yang ada atau yang tidak timbul pada diri seseorang akibat dari suatu objek, perilaku seseorang, ataupun agama.
Motivasi	:	Dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terpenuhi.[7]
Pengambilan Keputusan	:	Proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.[8]
Nasabah	:	Orang yang menggunakan jasa perbankan

[7] Vinna Sri Yuniarti, *"Pengaruh Konsumen Teori dan Praktik"*,(Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal 79

[8] Kaja,*"Pengambilan Keputusan Suatu Tindakan dan Solusi",*(Klaten: Lakeisha,2022), hal 3

Pembiayaan	:	Transaksi penyediaan dana atau barang serta fasilitas lainnya untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang mengalami kekurangan dana dan aplikasinya tidak bertentangan dengan syariat islam.[9]
Pembiayaan Konsumtif	:	Pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.[10]
Bank Syariah	:	Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah[11]

[9] Muhammad Wandisyah,*"Analisis Pembiayaan Bank Syariah"*,(Medan: CV. Merdeka Kreasi Group,2021), hal 23

[10] Muhammad Nafik Hadi Ryandono & Rofiul Wahyu,*"Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek"*,(Yogyakarta: UAD Press,2018), hal 136

[11] Andri Soemitra,*"Bank dan Lembaga Keuangan Syariah"*,(Jakarta: Pewnamedia Group,2009), hal 61

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Keputusan Nasabah

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Schiffman dan Kanuk, mengemukakan keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan konsumen.[12]

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Kottler dan Keller menyatakan bahwa perilaku pembelian nasabah dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi.[13]

a. Faktor Budaya

Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Kelas budaya, subbudaya, dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

1) Subbudaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk

[12] Rudy Haryanto,*"Manajemen Pemasaran Bank Syariah: Teori dan Praktik"*,(Yogyakarta: Duta Media Publishing,2020), hal 58

[13] Ibid, hal 59

anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kesatuan sosial yang menjadi wadah individu melakukan interaksi satu dengan yang lain karena adanya hubungan mereka.

b. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.[14]

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok sosial yang menjadi ukuran dalam keputusan seorang konsumen dalam membentuk keputusan terkait produk ataupun merek dari kelompok referensi yang dimasukinya. Kelompok referensi terdiri dari kelompok primer, adalah interaksi yang berkesinambungan seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder, adalah kelompok referensi yang lebih resmi dan kurang memiliki ikatan kesinambungan.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresentasikan

[14] Ibid, hal 60

kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Schiffman dan Kanuk (2008:305) keluarga didefinisikan sebagai dua orang atau lebih yang dikaitkan oleh hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama-sama.

3) Peran dan Status

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, keluarga, klub, organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma berlaku. Posisi seseorang dalam tiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang. Setiap peran menyandang status.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yang mana faktor pribadi tersebut adalah:

1) Umur serta tahapan siklus hidup seseorang

Umur serta tahapan siklus hidup seseorang yakni konsumsi individu tersebut dibentuk berdasarkan tahap siklus hidupnya, seperti orang dewasa akan mengalami perubahan atau ada transformasi berbeda terhadap selera dalam makanan, pakaian, perabotan, dan rekreasi saat mereka menjalani hidupnya.

2) Pekerjaan

Pekerjaan yaitu para pemasar akan berusaha melakukan identifikasi kelompok-kelompok pekerja yang mempunyai selera atau minat diatas rata-rata terkait suatu produk (barang atau jasa) yang pemasar jual.

3) Gaya Hidup

Kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup yang ditunjukkan dengan kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup mampu mendeskripsikan "seorang individu secara keseluruhan" yang melakukan interaksi dengan lingkungan.

4) Kepribadian atau Konsep Diri

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Yang dimaksud dengan kepribadian adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan. Kepribadian juga dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen.

5) Ekonomi

Ekonomi artinya keadaan ekonomi seseorang mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku pengambilan keputusan untuk suatu produk tertentu. Jika orang tersebut mempunai pendapatan yang lebih, maka otomatis dia akan tertarik untuk memutuskan membeli

barang yang kualitasnya lebih baik yang harganya lebih mahal. Namun bila seseorang tersebut memiliki pendapatan yang tetap atau rendah, dia akan memutuskan membeli barang yang lebih murah dan kualitasnya rata-rata, bahkan akan mencari produk yang sedang promo.

d. Faktor Psikologi

1) Motivasi

Motivasi adalah aktivitas dalam diri seseorang yang mampu mendorong keinginan individu dalam melakukan kegiatan tertentu yang pasti berguna untuk mencapai tujuannya. Hal ini sangat mempengaruhi pertimbangan perilaku seorang individu memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Konsumen dengan kebutuhan yang paling mendesak selalu lebih cepat menentukan pembelian suatu produk dibandingkan keinginannya saja.

2) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana konsumen memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungna rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri konsumen.

3) Proses Belajar

Proses belajar adalah faktor yang menguraikan tentang suatu perubahan dalam tingkah laku konsumen yang menciptakan pengalaman dalam berbelanja.

4) Sikap

Sikap merupakan ekspresi dari perasaan seseorang yang mencerminkan apakah seseorang tersebut senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Dalam perilaku konsumen, sikap dapat memprediksi keputusan pembelian. Konsumen yang bersikap positif terhadap suatu produk cenderung mempunyai keinginan yang kat untuk memilih dan membeli produk yang disukainya.

Menurut Tatik Suryani, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap, antara lain:[15]

a) Pengalaman langsung
b) Pengaruh keluarga
c) Pengaruh teman sebaya
d) Pemasaran langsung
e) Tayangan media massa

[15] Nora Anisa & Hengki Tamando,*"Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori"*,(Deliserdang: IOCS Publisher,2021), hal 13

3. Proses Keputusan Pembelian

Menurut Sangadji dan Sopiah, keputusan pembelian adalah persepsi konsumen terhadap pemilihan dari dua atau lebih alternatif keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, apabila tersedia beberapa alternatif pilihan indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian menurut Kotler & Amstrong adalah:[16]

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu kebutuhan normal seseorang seperti rasa lapar, haus akan naik ke tingkat maksimum dan menjadi dorongan atau kebutuhan bisa timbul akibat adanya rangsangan eksternal.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi-informasi yang lebih banyak dari berbagai sumber. Secara umum, konsumen mendapatkan sebagian informasi tentang sebuah produk melalui sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi oleh pemasar. Namun, informasi yang paling efektif berasal dari sumber pribadi, baik dari keluarga, teman, kenalan maupun tetangga. Melalui sebuah aktivitas pengumpulan informasi, konsumen dapat mempelajari

[16] Yenni Arfah, *"Keputusan Pembelian Produk"*,(Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional,2022),hal 6.

merek-merek yang bersaing beserta fitur-fitur yang dimiliki oleh setiap merek sebelum memutuskan untuk membeli merek yang mana. [17]

c. Evaluasi Alternatif

Beberapa konsep yang akan membantu dalam memahami proses evaluasi yaitu Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini. Konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan.

d. Keputusan Pembelian

Setelah melalui evaluasi dan pertimbangan yang matang, konsumen akan mengambil keputusan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan membeli dan tujuan pembelian yaitu sikap orang lain, dan faktor situasional yang tidak dapat diprediksikan

e. Perilaku Pascapembelian

Setelah membeli, konsumen akan mengevaluasi keputusan dan tindakannya dalam membeli. Jika dinilai kinerja produk atau layanan yang dirasakan sama atau melebihi apa yang diharapkan, maka konsumen akan puas, begitu pula sebaliknya. Kepuasan dan ketidak puasan yang dialami

[17]Ibid, hal 6

konsumen akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen selanjutnya atau lainnya.

B. Motivasi

1. Pengertian Motivasi

Motivasi adalah dorongan dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi. Motivasi konsumen mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan, baik yang bersifat fisiologis maupun psikologis melalui pembelian dan penggunaan suatu produk.[18] Faktor pendorong dari seseorang untuk melakukan suatu aktifitas pada umumnya adalah kebutuhan dan keinginan. Jadi motivasi memiliki arti yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya.

Motivasi berasal dari bahasa latin yaitu *movere* yang artinya dorongan, daya penggerak, atau kekuatan yang terdapat dalam diri organisasi yang menyebabkan organisasi bertindak atau berbuat. Kata ini sering diserap dalam bahasa inggris yaitu motivation yang berarti pemberian motif, penimbulan motif, atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. [19]

[18] Vinna Sri Yuniarti, *"'Perilaku Konsumen Teori dan Praktik",* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal 79

[19] Ibid, hal 80

2. Teori Motivasi

Beberapa teori motivasi menurut Usman effendi dalam bukunya Psikologi konsumen yaitu sebagai berikut:[20]

a. Teori hierarki kebutuhan

Teori ini dikemukakan oleh Abraham H Maslow yang mengatakan bahwa manusia memiliki lima kebutuhan berdasarkan tingkat kepentingannya, yaitu:

1) Kebutuhan fisiologi yaitu kebutuhan dasar tubuh manusia untuk mempertahankan hidup seperti makanan, air, udara, rumah, dan pakaian.
2) Kebutuhan rasa aman yaitu kebutuhan yang diperlukan individu untuk melindungi diri, tidak hanya dalam arti fisik tetapi mental, psikologikal dan intelektual.
3) Kebutuhan sosial yaitu manusia membutuhkan rasa cinta dari orang lain, kasih sayang dari orang lain, rasa memiliki, serta diterima oleh orang yang ada disekelilingnya.
4) Kebutuhan prestise atau penghargaan yaitu kebutuhan untuk berprestasi sehingga mencapai derajat kehidupan yang lebih tinggi.
5) Kebutuhan aktualialisasi diri yaitu keinginan dari individu untuk menjadikan dirinya sebagai orang yang terbaik sesuai dengan potensi

[20] Usman Efendi, *"Psikologi Konsumen "*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2016), hal 261-262

dan kemampuan yang dimilikinya, baik potensi psikologis maupun fisiologis. Kebutuhan aktualisasi diri juga menggambarkan keinginan seseorang untuk mengetahui memahami dan membentuk suatu sistem nilai untuk mempengaruhi orang lain.

Dari kelima kebutuhan tersebut manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhannya mulai dari tingkat yang paling dasar sebelum memenuhi kebutuhan yang paling tinggi. Jika kebutuhan dasar sudah terpenuhi, maka kebutuhan lain juga akan muncul. Dari kelima kebutuhan tersebut kebutuhan yang diprioritaskan terlebih dahulu sehingga kebutuhan yang dirasa kurang harus segera terpenuhi.

b. Teori motivasi berprestasi

Teori ini dikemukakan oleh David Mc Clelland yang menyatakan bahwa ada tiga kebutuhan dasar yang memotivasi seorang individu untuk berperilaku, diantaranya:

1) Kebutuhan untuk sukses atau pencapaian (need for achievement) yaitu dorongan untuk melebihi, mencapai standar-standar, berusaha keras untuk berhasil.
2) Kebutuhan kekuatan (need for power) yaitu kebutuhan untuk membuat individu lain berperilaku sedemikian rupa sehingga mereka tidak akan berperilaku sebaliknya.

3) Kebutuhan berafiliasi atau hubungan (need for affiliation) yaitu keinginan untuk menjalin suatu hubungan antarpersonal yang ramah dan akrab.[21]

c. Teori model dan faktor

Teori ini dikemukakan oleh Hezberg yang menyatakan bahwa menurut teori ini, terdapat dua model faktor dari motivasi yaitu faktor motivasional dan faktor pemeliharaan. Yang dimaksud dengan faktor motivasional adalah hal-hal pendorong berprestasi yang sifatnya intrinsik, yang berarti bahwa bersumber dalam diri seseorang, sedangkan yang dimaksud faktor pemeliharaan yaitu faktor tersebut sifatnya ekstrinsik yang artinya bersumber dari luar diri seseorang.[22]

3. Dinamika Proses Motivasi

Motivasi bisa muncul jika seseorang merasakan adanya kebutuhan terhadap suatu hal atau barang, dan berharap akan memperoleh manfaat tertentu dari barang atau hal tersebut. Agar pemberian motivasi berjalan dengan lancar, proses motivasi yang jelas harus ada.

Menurut setiadi dalam bukunya perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian, berikut ini adalah proses motivasi terdiri dari:[23]

---

[21] Stephen P. Robbins dan Timoty A. Judge, *"Perilaku Organisasi",* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal 230

[22] Usman Efendi,op.Cit, hal 256

[23] Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *"Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian"*,(Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal 154-155

a. Tujuan

Perusahaan harus bisa menentukan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai, baru kemudian memotivasi konsumen ke arah itu. Begitu juga dari sudut konsumen. Konsumen memiliki kebutuhan, misalnya rasa lapar. Maka produsen atau penjual memotivasi konsumen untuk membeli produknya.

b. Pemahaman kepentingan

Perusahaan harus bisa memahami keinginan konsumen, tidak hanya melihatnya dari kepentingan perusahaan semata. Tugas produsen atau penjual adalah memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

c. Komunikasi efektif

Komunikasi efektif berarti melakukan komunikasi dengan baik terhadap konsumen agar konsumen dapat mengetahui apa yang harus mereka lakukan dan apa yang bisa mereka dapatkan. Promosi dengan berbagai bentuknya, periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, dan publisitas, adalah wujud komunikasi produsen, penjual dengan konsumen.

d. Integrasi tujuan

Proses motivasi diperlukan untuk menyatukan tujuan perusahaan dan tujuan kepentingan konsumen. Tujuan perusahaan adalah pencarian laba serta perluasan pasar, sedangkan tujuan individu konsumen adalah

pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Kedua kepentingan di atas disatukan dan untuk itu, penting adanya penyesuaian motivasi. Dengan begitu, terjadi hubungan yang saling menguntungkan. Produsen menjadi pemberi solusi bagi permasalahan konsumen, yaitu dengan adanya bermacam macam kebutuhan dan keinginan.

e. Fasilitas

Perusahaan harus memberi fasilitas agar konsumen mudah mendapatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

4. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi

Ada banyak cara yang dapat dilakukan untuk memberikan motivasi kepada konsumen. Setiadi dalam bukunya perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian menyatakan bahwa:

a. Metode pemberian motivasi Metode atau cara yang digunakan perusahaan dalam pemberian motivasi terdiri atas:
   1) Metode langsung (direct motivation), yaitu motivasi yang diberikan secara langsung kepada setiap konsumen untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya. Metode ini bersifat khusus, seperti bonus, tunjangan, penghargaan terhadap pelanggan, dan sebagainya.
   2) Metode tidak langsung (indirect motivation), yaitu motivasi yang diberikan hanya berupa fasilitas fasilitas yang mendukung serta

menunjang gairah konsumen untuk melakukan pembelian, seperti pelayanan yang memuaskan dan kualitas barang yang ditingkatkan.[24]

b. Bentuk pemberian motivasi

Beberapa bentuk motivasi yang diberikan oleh perusahaan dapat berupa intensif positif atau intensif negative.

1) Motivasi positif (intensif positif) adalah motivasi yang diberikan oleh produsen yang tidak hanya berupa sejumlah uang, tetapi juga bisa memotivasi (merangsang konsumen), misalnya pemberian hadiah, diskon, dan pelayanan.
2) Motivasi negatif (intensif negatif) adalah motivasi yang dikaitkan dengan pemberian ganjaran pada sejumlah pembelian tertentu. Kedua bentuk motivasi di atas sering digunakan oleh suatu perusahaan. Penggunaan intensif positif atau intensif negative harus tepat dan seimbang agar dapat meningkatkan motivasi konsumen. Keduanya terkadang digunakan secara bersamaan, tergantung pada kebijakan perusahaan.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian menurut teori belajar yang dikemukakan oleh Ivan Pavlov yaitu:[25]

[24] Ibid, hal 164

[25] Novianti,dkk, *"Analisis Perilaku Konsumen"*,(Bandung: CV. Media Sains Indonesia,2022), hal 129

a. Dorongan

Dorongan sering disebut kebutuhan yaitu rangsangan kuat dalam diri seseorang yang memaksanya untuk berbuat sesuatu yang dapat memuaskan kebutuhannya.

b. Petunjuk

Petunjuk yaitu merupakan dorongan yang lebih lemah yang timbul dari lingkungan dan atau dari individu, yang memberikan petunjuk kapan, dimana, dan bagaimana seseorang dapat memuaskan kebutuhan.

c. Tanggapan

Tanggapan merupakan tanggapan dari petunjuk yang didapat atau akibat dari pengalaman yang didapat dalam memuaskan kebutuhan. Tanggapan ini bisa dilihat atau diamati dari luar, ada yang positif da nada pula yang negative. Tanggapan positif terjadi sebagai akibat ketepatan seseorang melakukan respon terhadap petunjuk yang ada, dan tentunya yang sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan tanggapan negatif adalah apabila seseorang bereaksi justru sebaliknya dari yang diharapkan oleh pemberi rangsangan.

d. Penguat

Penguat terjadi bila perilaku individu terbukti dapat memperoleh kepuasan. Unsur ini datang dari pihak luar kepada seseorang yang sedang melakukan respon. Apabila respon telah benar, maka perlu diberi penguat

agar orang tersebut merasa adanya kebutuhan untuk melakukan respon seperti tadi lagi.

6. Indikator Motivasi Konsumen

Menurut Suryada, motivasi dapat dikelompokkan kedalam empat kelompok yaitu:[26]

a. Motivasi Fisiologis yaitu motivasi yang terjadi secara fisik. Maknanya, seorang konsumen ingin kebutuhan mereka secara fisik terpenuhi, seperti relaksasi, kesehatan, kenyamanan, dan lain sebagainya.
b. Motivasi Budaya yaitu keinginan mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek peninggalan budaya.
c. Motivasi Sosial atau Diri Sendiri yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, mengunjungi orang sakit, berkumpul dengan mitra untuk meningkatkan nilai prestise, dan lain sebagainya.
d. Motivasi Fantasi yaitu adanya fantasi bahwa didaerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas yang membosankan sehingga dapat memberikan kepuasan psikologis.

[26] Hesti Mayasari, *"Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang"*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 8 No.2,2017, hal 4.

C. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan atau financing merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu penyediaan dana, barang, serta fasilitas lainnya yang dibeikan kepada nasabah untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga berdasarkan ketentuan syariah dan standar akutansi perbankan syariah yang berlaku.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Pasal 1 ayat 12 menjelaskan bahwa pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan anatara Bank denga pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.[27]

2. Dasar Hukum Pembiayaan

Adapun dasar hukum pembiayaan dapat dilihat yaitu:

a. Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu

[27] Zaenal Arifin, *"Konstruksi Hukum Jaminan Syariah dalam Akad Pembiayaan Mudharabah di Era Revolusi Industri 4.0"*,(Indramayu: CV Adanu Abimata,2020), hal 36

membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.

Ayat diatas menjelaskan bahwa larangan terhadap umat islam dalam mencari harta dengan cara yang bathil. Umat islam diperbolehkan mencari harta hanya dengan cara yang baik seperti melakukan perdagangan. Hal tersebut harus berdasarkan kesepakatan anatara penjual dan pembeli.

b. Ketentuan Undang-Undang

Dari Undang-Undang tentang Perbankan No. 10 Tahun 1998 pasal 1 ayat 12 menyatakan " Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan dan kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

3. Jenis-Jenis Pembiayaan

Karim memaparkan jenis-jenis pembiayaan bank syariah digolongkan anatar lain, pembiayaan modal kerja syariah, pembiayaan investasi syariah, pembiayaan konsumtif syariah, pembiayaan sindikasi, pembiayaan berdasarkan take over dan pembiayaan letter of credit (L/C).[28]

a. Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja

[28] Muhammad Nafik Hadi Ryandono & Rofiul Wahyu,*"Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek"*,(Yogyakarta: UAD Press,2018), hal 137-139

usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal kerja maksimum adalah satu tahun dan dapat diperpanjang sesuai denga kebutuhan perusahaan serta dilakukan atas dasar hasil analisis terhadap mitra usaha dan fasilitas pembiayaan secara keseluruhan.

b. Pembiayaan investasi syariah adalah pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal denga tujuan untuk memeperoleh imbalan/manfaat dikemudian hari yang berupa keuntungan dalam bentuk finansial atau uang.
c. Pembiayaan konsumtif syariah adalah kebutuhan individual meliputi kebutuhan baik barang dan jasa yang tidak dipergunakan untuk tujuan usaha. Sehingga yang dimaksud dengan pembiayaan konsumtif adalah jenis pembiayaan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan.
d. Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu objek pembiayaan tertentu. Pada umumnya, pembiayaan ini diberikan bank kepada nasabah yang memiliki nilai transaksi yang sangat besar.
e. Pembiayaan berdasarkan *take over* adalah pembiayaan yang timbul sebagai akibat dari take over terhadap transaksi nonsyariah yang telah berjalan yang dilakukan oleh bank syariah atas permintaan nasabah.
f. Pembiayaan *letter of credit* (L/C) adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi impor atau ekspor nasabah.

4. Fungsi Pembiayaan Bank Syariah

Keberadaan bank syariah yang menjalankan fungsi penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah bukan hanya untuk mencari keuntungan, akan tetapi berdasarkan Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 yang disebutkan pasal 4 BAB II sebagai berikut:[29]

a. Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
b. Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga Baitul Maal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
c. Bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf sesuai dengan kehendak pemberi wakaf.
d. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada peraturan ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

5. Produk Pembiayaan Bank Syariah

Adapun produk pembiayaan bank syariah yaitu:

a. Pola Bagi Hasil
   1) Mudharabah adalah akad kerjasama suatu usaha anatar pihak pertama (*shahibul maal*) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua

[29] Ibid, hal 140

(*mudharib*) yang bertindak selaku pengelola dana dengan kesepakatan yang akan dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh Bank Syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.

2) Musyarakah adalah akad kerjasama diantara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana masing-masing.[30]

b. Pola Jual Beli

1) *Murabahah* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.
2) *Salam* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan ciri-ciri yang khusus dan jelas, yang diserahkan kemudian hari dengan pembiayaan yang dilakukan dimuka secara tunai.
3) *Istishna* adalah akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli dan penjual atau pembuat. Dengan pembayarannya dapat dilakukan di awal, di tengah, atau di akhir pesanan.[31]

[30] Elif Pardiansyah & Mohamad Ainun Najib,*"Teori dan Implementasi Produk Keuangan Syariah"*,(Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), hal 11

[31] Ibid, hal 12

c. Pola Sewa

1) *Ijarah* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.
2) *Ijarah muntahiyah bit tamlik* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa denga opsi pemindahan kepemilikan barang.[32]

d. Pola Pinjaman

1) *Qardh* adalah akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati.[33]

6. Prosedur Pemberian Pembiayaan

Pada bank syariah, prosedur pemberian pembiayaan meliputi:[34]

1. Permohonan Pembiayaan

Permohonan pembiayaan merupakan tahap awal pembiayaan, dimana permohonan pembiayaan dilakukan secara tertulis oleh nasabah kepada officie bank. Namun dalam implementasinya, permohonan dapat dilakukan secara lisan terlebih dahulu, kemudian ditidaklanjuti dengan

[32] Ibid, hal 13
[33] Ibid, hal 10
[34] Muhammad Wandisyah, *"Analisis Pembiayaan Bank Syariah",*(Medan: CV Merdeka Kreasi Group,2021), hal 32.

permohonan tertulis jika menurut officier bank usaha tersebut layak untuk dibiayai.

2. Pengumpulan Data dan Investigasi

Data yang dibutuhkan officier bank didasari pada kebutuhan dan tujuan pembiayaan. Untuk pembiayaan konsumtif, data yang diperlukan adalah data yang dapat menggambarkan kemampuan nasabah untuk membayar pembiayaan dari penghasilan tetapnya. Sedangkan untuk pembiayaan produktif, data yang diperlukan adalah data yang menggambarkan kemampuan usaha nasabah untuk membayar serta melunasi pembiayaannya.

3. Analisis Pembiayaan

Analisis pembiayaan dapat dilakukan dengan metode analisa 5C antara lain:[35]

a. Character

Character adalah keadaan watak/sifat dari customer, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam lingkungan usaha. Kegunaan dari penilaian terhadap karakter ini adalah untuk mengetahui sejauhmana iktikad/kemauan customer untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan.

[35] Ibid, hal 27-30

b. Capital

Capital adalah jumlah dana/modal sendiri yang dimilki oleh calon customer. Makin besar modal sendiri dalam perusahaan, tentu semakin tinggi kesungguhan calon customer menjalankan usahanya dan bank akan merasa lebih yakin memberikan pembiayaan dan kredit.

c. Capacity

Capacity adalah kemmapuan yang dimiliki calon customer dalam menjalankan usahanya guna memperoleh laba yang diharapkan. Kegunaan dari penilaian ini adalah untuk mengetahui/mengukur sampai sejauh mana calon customer mampu mengembalikan atau melunasi utang-uttangnya secara tepat waktu, dari hasil usaha yang diperolehnya. Pengukuran capacity ini dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, antara lain;

1) Pendekatan historis, yaitu menilai past performance, apakah menunjukkan perkembangan dari waktu ke waktu.
2) Pendekatan financial, yaitu menilai latar belakang pendidikan para pengurus. Hal ini sangat penting untuk perusahaan-perusahaan yang mengandalkan keahlian teknologi tinggi atau perusahaan yang memerlukan profesionalitas tinggi, seperti rumah sakit dan biro konsultan.
3) Pendekatan yuridis, yaitu secara yuridis apakah calon customer mempunyai kapasitas untuk mewakili badan usaha untuk mengadakan perjanjian pembiayaan dan kredit denga bank.

4) Pendekatan manajerial, yaitu menilai sejauh mana kemampuan dan keterampilan calon customer melaksanakan fungsi manajemen dalam memimoin perusahaan.
5) Pendekatan teknis, yaitu untuk menilai sejauh mana kemmapuan calon customer mengelola faktor produksi, seperti tenaga kerja, sumber bahan baku, peralatan-peralatan/mesin-mesin, administrasi dan keuangan, industry relation, sampai pada kemampuan merebut pasar.

d. Collateral

Collateral adalah barang yang diserahkan customer sebagai agunan terhadap pembiayaan dan kredit yang diterimanya. Collateral harus dinilai oleh bank untuk mengetahui sejauh mana risiko kewajiban financial customer kepada bank. Penilaian terhadap agunan ini meliputi jenis lokasi, bukti kepemilikan, dan status hukumnya.

Pada hakikatnya bentuk collateral tidak hanya berbentuk kebendaan. Bisa juga yang tidak berwujud, seperti jaminan pribadi, *letter of comport*, rekomendasi, dan avails. Penilaian terhadap collateral dapat ditinjau dari dua segi, yaitu;

1) Segi ekonomis, yaitu nilai ekonomis dari barang yang akan digunakan.
2) Segi yuridis, yaitu apakah agunan tersebut memenuhi syarat-syarat yuridis untuk dipakai sebagau agunan.

e. Condition of economy

Condition of economy adalah situasi dan kondisi politik, sosial, ekonomi, dan budaya yang mempengaruhi keadaan perekonomian yang kemungkinan pada suatu saat mempengaruhi kelancaran perusahaan calon customer. Untuk mendapatkan gambaran mengenai hal tersebut, perlu diadakan penelitian mengenai kondisi ekonomi, kondisi ekonomi yang perlu disoroti mencakup hal-hal sebagai berikut:

1) Pemasaran, mencakup kebutuhan, daya beli masyarakat, luas pasar, perubahan mode, bentuk persaingan, peranan barang subsitusi dan lain-lain.
2) Teknis produksi, mencakup perkembangan teknologi, tersedianya bahan baku, dan cara penjualan dengan sistem cash atau pembiayaan.
3) Peraturan pemerintah, mencakup kemungkinan pengaruhnya terhadap produk yang dihasilkan. Misalnya, larangan peredaran jenis obat tertentu.

4. Committee (Persetujuan)

Proses persetujuan adalah proses penentuan disetujui atau tidaknya sebuah pembiayaan yang diajukan oleh nasabah. Proses ini tergantung kepada kebijakan bank, yang biasanya disebut sebagai komite pembiayaan. Komite pembiayaan adalah tingkat paling akhir persetujuan sebuah proposal pembiayaan, karena itu hasil akhir dari komite pembiayaan.

5. Pengumpulan Data Tambahan

Proses pengumpulan data tambahan dilakukan untuk memenuhi persyaratan tambahan yang diperoleh dari disposisi komite pembiayaan. Pemenuhan persyaratan ini merupakan hal terpenting dan merupakan indikasi utama dari tidak lanjut pencairan dana pembiayaan.

6. Pengikatan

Proses pengikatan adalah proses penandatanganan akad dilakukan antara bank dan nasabah atau penandatangan akad yang disaksikan oleh notaris.

7. Pencairan

Sebelum melakukan proses pencairan pembiayaan, maka harus dilakukan pemeriksaan kembali terhadap semua kelengkapan yang harus dipenuhi sesuai dengan disposisi komite pembiayaan pada proposal pembiayaan. Apabila semua persyaratan sudah dilengkapi maka proses pencairan fasilitas pembiayaan dapat dilakukan.

8. Monitoring

Monitoring pembiayaan dapat dilakukan dengan memantau realisasi pencapaian target usaha dan dengan *bussines plan* yang telah dibuat sebelumnya. Beberapa langkah monitoring yang harus dilakukan anatara lain; memantau mutasi rekening Koran nasbaha, memantau

pelunasan angsuran, melakukan kunjungan rutin ke lokasi usaha nasabah, melakukan pemantauan terhadap perkembangan usaha sejenis.[36]

D. Pembiayaan Konsumtif

Konsumtif adalah kebutuhan individual meliputi kebutuhan baik barang dan jasa yang tidak dipergunakan untuk tujuan usaha. [37]Pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Dengan arti lain pembiayaan ini juga dapat dipahami dengan penyediaan dana oleh bank kepada pihak ketiga/perorangan (termasuk karyawan bank sendiri) untuk keperluan konsumsi berupa barang atau jasa dengan cara membeli, menyewa atau dengan cara lain. Pembiayaan termasuk dalam pembiayaan konsumtif adalah pembelian atau pengadaan kendaraan pribadi, perumahan (untuk dipakai sendiri), untuk pembiayaan sewa/kontrak rumah, dan pembelian alat-alat rumah tangga.

Jenis akad yang sering digunakan dalam produk pembiayaan konsumtif syariah ada dua, yaitu akad murabahah dan akad ijarah.

a. Pembiayaan syariah untuk kebutuhan konsumtif dengan skema murabahah

Akad murabahah adalah produk pembiayaan yang berdasarkan akad jual beli antara penyedia modal dan pemakai modal. Dalam praktiknya, akad murabahah adalah akad jual beli barang dengan harga pokok pembelian ditambah dengan keuntungan yang diinginkan oleh pihak pemberi biaya.

[36] Muhammad Wandisyah,Loc.cit.

[37] Muhammad Nafik Hadi Ryandono & Rofiul Wahyudi, *"Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Prakterk"*,(Yogyakarta: UAD Press,2018), hal 139

Barang yang menjadi jaminan adalah barang yang dibeli dengan fasilitas pembiayaan ini.

Adapun jenis pembiayaan murabahah konsumtif yaitu:

1) Murabahah Konsumtif Multiguna (MKM) adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah, dimana biasanya nasabah menggunakan untuk kebutuhan konsumtif seperti untuk membeli kendaraan dengan menggunakan akad murabahah.
2) Murabahah Konsumtif Rumah (MKR) adalah murabahah untuk pembelian rumah tinggal.
3) Murabahah Konsumtif Kendaraan (MKK) adalah murabahah untuk pembelian kendaraan bermotor.
4) Murabahah Konsumtif Pegawai (MKP) adalah pembiayaan bagi pegawai/karyawan suaru perusahaan, lembaga, instansi untuk pembelian berbagai jenis barang (kecuali kendaraan bermotor) yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang yang berlaku serta tidak diharamkan.

b. Pembiayaan syariah dengan skema ijarah

Akad ijarah mempunyai prinsip yang hampir serupa dengan prinsip jual beli. Perbedaannya terletak pada objek transaksi. Jika dalam transaksi jual beli objek transaksinya adalah jenis barang, maka dalam akad ijarah, pembiayaan diberikan untuk suatu jasa. Misalnya jika ingin beribadah umrah, maka dapat memanfaatkan fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian jasa paket perjalanan ibadah umrah.

E. Kajian Terdahulu

1. Skripsi Idah (2018) "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Kabupaten Enrekang". Dalam penelitian ini motivasi dan persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Rakyat Indonesia. Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini berfokus pada pengaruh motivasi, persepsi dan sikap nasabah serta lokasi penelitian ini di Kabupaten Enrekang. Sedangkan penelitian yang dilakukan olehh penulis hanya berfokus pada motivasi nasabah dan lokasi penelitian di Kota Sibolga.[38]
2. Skripsi Himmatus Sa'adah (2019) "Pengaruh Promosi, Motivasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai pada Pegadaian Syariah Cabang Kaligarang Semarang". Dalam penelitian ini promosi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini berfokus pada pengaruh promosi, motivasi, dan pelayanan serta lokasi penelitian ini di Semarang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya berfokus pada motivasi nasabah dan lokasi penelitian di Kota Sibolga.[39]

[38] Idak, *"Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Kabupaten Enrekang"*,(Makassar: UIN Makassar,2018)

[39] Himmatus Sa'adah, *"Pengaruh Promosi, Motivasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai pada Pegadaian Syariah Cabang Kaligarang Semarang*",(Semarang: UIN Walisongo Semarang,2019)

3. Skripsi Nurul Hasanah (2019) "Pengaruh Motivasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Magetan". Dalam penelitian ini motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah. Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini berfokus pada pengaruh motivasi dan lokasi serta lokasi penelitian ini di Magetan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya berfokus pada motivasi nasabah dan lokasi penelitian di Kota Sibolga.[40]
4. Jurnal "Pengaruh Motivasi, Perilaku dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Di Aceh Tamiang" oleh Muhammad Iqbal,dkk tahun 2019, Jurnal Investasi Islam 4(02)153-165. Dalam penelitian ini, motivasi, perilaku dan pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilik bank syariah. Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini berfokus pada pengaruh motivasi, perilaku dan pemahaman masyarakat serta lokasi penelitian ini di Aceh. Sedangkan penelitian yang dilakukan olehh penulis hanya berfokus pada motivasi nasabah dan lokasi penelitian di Kota Sibolga.[41]
5. Jurnal "Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang" oleh Hesti Mayasari,dkk tahun

[40] Nurul Hasanah, *"Pengaruh Motivasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Magetan*", (Ponorogo: IAIN Ponorogo,2019)

[41] Muhammad Iqbal,dkk,*"Pengaruh Motivasi, Perilaku dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang"*, Jurnal Investasi Islam,vol. 4 No. 2,153-165,2019

2017, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 8(02),1-13. Dalam penelitian ini motivasi dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Sinarmas Syariah. Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini berfokus pada pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan serta lokasi penelitian ini di Padang. Sedangkan penelitian yang dilakukan olehh penulis hanya berfokus pada motivasi nasabah dan lokasi penelitian di Kota Sibolga.[42]

6. Jurnal "Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah" oleh Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda tahun 2021, Jurnal Perbankan Syariah, 2(02), 114-130. Dalam penelitian ini motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih perbakan syariah. Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini berfokus pada pengaruh religiusitas, persepsi dan motivasi serta lokasi penelitian ini di Medan. Sedangkan penelitian yang dilakukan olehh penulis hanya berfokus pada motivasi nasabah dan lokasi penelitian di Kota Sibolga.[43]

F. Kerangka Pemikiran

Masalah umum yang dihadapi oleh masyarakat salah satunya karena rasa keiinginan yang tinggi terhadap kebutuhan sekunder (seperti rumah dan

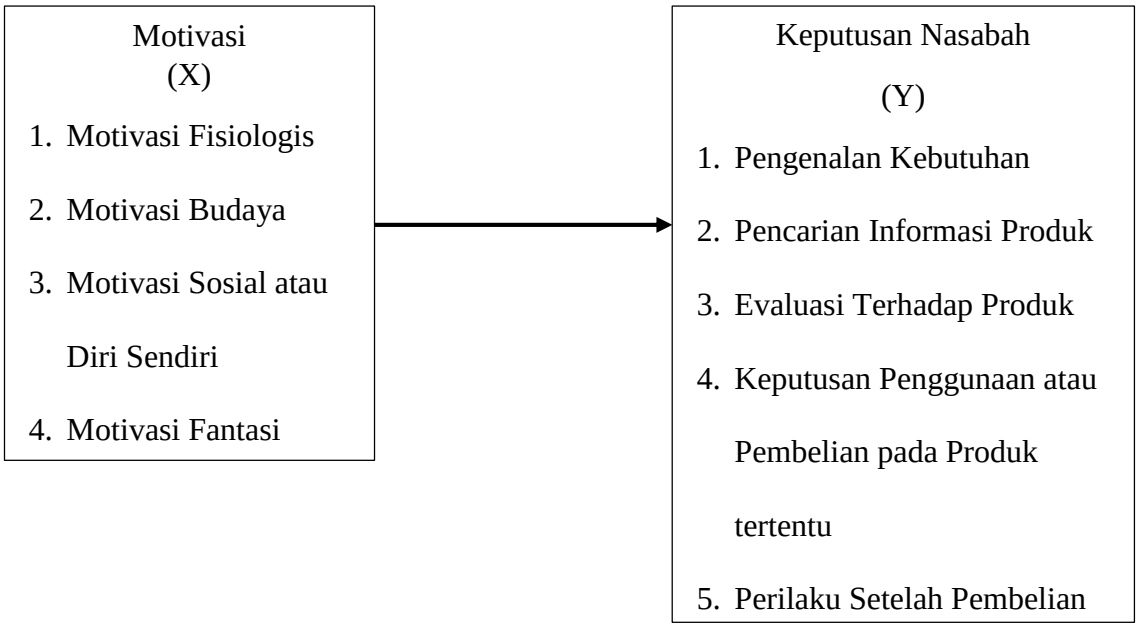
[42] Hesti Mayasari,dkk,*"Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang"*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan,vol. 8 No. 02,1-13,2017

[43] Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda, *"Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah"*, Jurnal Perbankan Syariah,vol. 2 No. 2,114-130,2021

kendaraan bermotor). Untuk mengatasi masalah tersebut Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga telah membuat beberapa fasilitas pembiayaan seperti pembiayaan konsumtif.

Fasilitas pembiayaan konsumtif hanya diberikan untuk nasabah yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS, hal tersebut dilakukan untuk mengurangi resiko dalam membayar pembiayaan yang mereka gunakan. Keputusan nasabah untuk memilih pembiayaan konsumtif dipengaruhi oleh motivasi dengan 4 indikator (Motivasi fisiologis, motivasi budaya, motivasi sosial atau diri sendiri, dan motivasi fantasi.)

Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.2



Gambar 2.1

Kerangka pemikiran di atas dimaksudkan untuk menjelaskan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti yaitu pengaruh motivasi (X) terhadap keputusan (Y) penggunaan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga.

G. Hipotesis

Hipotesis adalah pendapat atau jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang diajukan yang kebenarannya perlu dibuktikan.[44] Berikut hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ho : p = 0 (tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y)

Ha : p ≠ 0 (ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y)

Menurut kriteria p value :

1. Jika p > 5%, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (Ho) atau Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika p < 5%, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (Ho) atau Ha diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

[44] Ibid, hal 31

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian dalam bentuk angka-angka yang dimulai dari pengumpulan data sampai pada tahap penyajian hasil data yang digunakan dalam penelitian.[45]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga Provinsi Sumatera Utara. Waktu yang diperlukan pada penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2022 sampai bulan Juli 2023.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama seperti hasil wawancara secara langsung dengan bagian operasional terkait pengurusan pembiayaan konsumtif dan nasabah yang terdaftar sebagai pengguna produk pembiayaan konsumtif di PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga.

[45] Aries Veronica, *"Metode Penelitian Kuantitatif"*,(Padang: PT Global Eksekutif Teknologi,2022), hal 6

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data dengan menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data.[46] Data sekunder disini adalah jurnal, buku, skripsi atau dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan unit penelitian atau unit analisis yang akan diselidiki atau dipelajari karakteristiknya.[47] Populasi pada penelitian ini adalah jumlah seluruh nasabah yang menggunakan produk pembiayaan konsumtif dari tahun 2018-2023 pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga yang berjumlah 467 orang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1

Jumlah Nasabah Penggunaan Pembiayaan Konsumtif

PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

Tahun 2018-2023

Tahun	Jumlah Nasabah Yang Menggunakan Pembiayaan Konsumtif
2018	64 Nasabah
2019	54 Nasabah
2020	27 Nasabah
2021	199 Nasabah

[46] Hani Subakti,dkk,*"Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif"*,(Bandung: CV Media Sains Indonesia,2022), hal 22

[47] Djaali,*"Metodologi Penelitian Kuantitatif"*,(Jakarta: PT Bumi Aksara,2020), hal 40.

2022	233 Nasabah
2023 (Juli)	70 Nasabah
Jumlah Nasabah	**647 Nasabah**

Sumber : PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi nasabah yang menggunakan produk pembiayaan konsumtif dari tahun 2018-2023 yang berjumlah 647 orang. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi, maka dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Karena jumlah respondennya sudah diketahui.

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

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/*margin of error max* sebesar 10% atau sama dengan 0,1.

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

$$n = \frac{647}{1 + 647.0{,}1^2}$$

$$n = 86{,}6$$

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata nasabah yang menggunakan produk pembiayaan konsumtif dari tahun 2018-2023 yang

berjumlah 647 orang, maka jumlah sampel yang diteliti adalah 86,6 (dibulatkan menjadi 87 orang/nasabah).

E. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang memberkan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur.

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel
Motivasi Nasabah (X)	Motivasi merupakan mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu, perilaku ini dipengaruhi karena adanya tujuan tertentu atau kebutuhan yang belum terpenuhi	1. Motivasi Fisiologis 2. Motivasi Budaya 3. Motivasi Sosial atau Diri Sendiri 4. Motivasi Fantasi
Keputusan Nasabah (Y)	Pengambilan keputusan adalah proses untuk memilih sejumlah tindakan dari alternative yang ada dengan tercapainya hasil yang diinginkan	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi Produk 3. Evaluasi Terhadap Produk

		4. Keputusan Penggunaan atau Pembelian pada Produk tertentu 5. Perilaku Setelah Pembelian

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiono menyatakan bahwa "*Skala Likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial". Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrument angket atau kusioner dengan pemberian skor sebagai berikut:[48]

No	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

[48] Syofian, *"Statistika Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif*",(Jakarta: PT Bumi Aksara,2013), hal 50

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Observasi

   Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara menghimpun bahan dan keterangan yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap berbagai fenomena yang menjadi objek pengamatan atau terhadap indikator-indikator dari variabel peneliti.[49] Teknik observasi ini digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang ada pada awal data penelitian ini.

2. Teknik Wawancara

   Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada responden atau informan.[50] Wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara dengan pihak Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

3. Kuesioner

   Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengirim beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab secara tertulis lalu dikembalikan lagi kepada peneliti.[51] Kuesioner dibagikan kepada nasabah untuk diisi sesuai jawaban yang sudah tersedia. Cara memperoleh

[49] Ibid, hal 53

[50] Adhi Kusumastuti,dkk,*"Metode Penelitian Kuantitatif"*,(Yogyakarta: Deepublish,2020),hal 65

[51] Djaali, Loc.Cit, hal 52

data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden terhadap keputusan nasabah menggunakaan produk pembiayaan konsumtif pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

   Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrument untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor instrument. Uji Validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

   Uji reliabilitas adalah uji instrument yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana ketahanan suatu instrument dalam pengumpulan data. Uji ini akan menunjukkan sejauh mana pengukuran dari suatu test tetap konsisten setelah dilakukan berulang ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat/tools handal sehingga dapat dipercaya atau diterima. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan.[52]

3. Pengujian Hipotesis

[52] Muhammad Yusuf & Lukman Daris,*"Analisis Data Penelitian"*,(Bogor: PT IPB Press,2018),hal 57-58

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono, analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan linier antara dua variabel. Dua variabel ini dibedakan menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).[53] Dalam penelitian ini persamaan regsesi yang diperoleh dapat digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh motivasi nasabah terhadap keputusan penggunaan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga.

Dalam hal ini penulis menggunakan regresi linier sederhana yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (motivasi nasabah) terhadap satu variabel dependen (keputusan nasabah).

Persamaan umum regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel keputusan nasabah

X = Variabel motivasi nasabah

a = Angka konstan koefisien regresi

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen

[53] Rifkhan, *"Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner"*,(Indramayu: CV Adanu Abimata,2023),hal 94

Harga a dan b dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum y \, (x^2 - \sum x . \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x . \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

b. Uji T

Uji T berguna untuk menguji signifikansi koefisien regresi yaitu apakah variabel independen (X) berpengaruh secara nyata atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:[54]

Jika $t_{hitung<}t_{tabel}$ atau $-t_{hitung>}-t_{tabel}$, maka H_O diterima, Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika $t_{hitung\geq}t_{tabel}$ atau $-t_{hitung\leq} - t_{tabel}$, maka H_O ditolak, Arinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien Determinasi (R2) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas (dependen) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas (independen). Nilai koefisien determinasi antara nol sampai dengan satu.

[54] Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan,*"Metode Riset Penelitian Kuantitatif"*,(Yogyakarta: Deepublish,2020),hal 151

Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka perubahan variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.[55]

[55] Sri Wahyuni, *"Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index dan Faktor Determinan"*,(Surabaya: Scopindo Media Pustaka,2020), hal 79

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

1. Sejarah Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

Gagasan dan wawancara mendirikan unit usaha syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan Stakeholder PT. Bank Sumut, khususnya direksi dan komisaris, yaitu sejak dikeluarkan UU No. 10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah. Pendirian Unit Usaha Syariah ini didasarkan pada masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat muslim yang sadar akan pentingnya menjalankan semua aspek kehidupannya terutama dalam bidang ekonomi menggunakan prinsip syariah.

PT. Bank Sumut membuka kantor cabang Syariah di Kota Sibolga yang beralamat di Jalan SM. Raja, disamping Terminal Sibolga. Peresmiannya dilakukan direktur PT. Bank Sumut yang bernama Bapak Gus Irawan Pasaribu pada Jum'at, 10 Oktober 2010. Maka dari itu, pembukaan kantor cabang ini untuk melayani kebutuhan masyarakat di Kota Sibolga dan Kabupaten Tapanuli Tengah akan transaksi perbankan dengan sistem Syariah yang dilengkapi dengan fasilitas berupa mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

2. Visi dan Misi PT.Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

a. Visi

Meningkatkan keunggulan Bank Sumut Syariah dengan layanan yang lebih luas sesuai dengan prinsip Syariah serta mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

b. Misi

Meningkatkan posisi PT. Bank Sumut melalui prinsip syariah dalam layanan perbankan yang aman, adil, dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan amanah.

3. Logo Bank Sumut Syariah

Bentuk Logo menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf "U" yang saling berkait ber-sinergy membentuk huruf "S" yang merupakan kata awal "Sumut". Sebuah penggambaran bentuk kerjasama yang sangat erat antara Bank SUMUT dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana visi Bank SUMUT. Warna Oranye sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan profesional sebagaimana misi Bank SUMUT.

Warna putih sebagai ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagaimana statemen Bank SUMUT. Jenis huruf "Palatino Bold" sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf kapital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

Warna Hijau mewakili suatu hasrat yang terus tumbuh dan berkembang. Tulisan Syariah didalam logo berarti Bank SUMUT yang pelaksanaan kegiatan perbankan berdasarkan hukum Islam.

4. Produk-Produk Bank Sumut Syariah

a. Penerimaan Dana

1) Giro iB

Giro iB adalah Simpanan dalam bentuk giro berdasarkan akad Wadiah (titipan) atau akad Mudharabah (bagi hasil) yang penarikannya hanya dapat menggunkan cek dan bilyet giro. Giro dengan akad Wadiah tidak memperoleh bagi hasil bulanan sementara Giro dengan akad Mudharabah memperoleh bagi hasil bulanan dengan nisbah 25% nasabah dan 75% untuk bank.

2) Tabungan

a) Tabungan iB Martabe Wadiah (Marwah)

Tabungan iB Martabe Wadiah adalah Tabungan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, tetapi tidak dapat ditarik menggunakan cek dan bilet giro ataupun alat yang dipersamakan dengan itu. Tabungan ini bersifat titipan yang dikelola sesuai dengan

prinsip Wadiah Yad Dhamanah. Karena merupakan titipan maka bank tidak memberikan bagi hasil kepada si penabung melainkan bank hanya memberikan bonus, dan waktu pemberiannya tidak dijanjikan diawal.

Persyaratan dan ketentuan tentang iB Martabe Wadiah:

1. Foto Copy Kartu Identitas diri berupa KTP/ SIM/ Pasport
2. Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening
3. Setoran awal minimal Rp.10.000
4. Setoran selanjutnya minimal Rp.10.000

b) Tabungan iB Martabe Mudharabah (Marhamah)

Tabungan iB Martabe Mudharabah adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dipersamakan dengan itu. Berdasarkan prinsip Mudharabah mutlaqah investasi yang dilakukan oleh nasabah(sebagai pemilik dana/ Shahibull mall) dan Bank (pengelola dana/ Mudharib). Penabung dapat berupa perorangan, badan hukum, badan usaha dan lembaga pemerintah/ swasta. Bagi hasil diperoleh dari pendapatan operasional bank sebelum dikurangi dengan beban operasional.

Persentase bagi hasil untuk Tabungan Marhamah sebesar 41% untuk nasabah dan 59% untuk bank yang dihitung sejak

pembukuan rekening dan dicantumkan dalam akad pembukuan tabungan.

Persyaratan dan ketentuan tentang iB Martabe bagi hasil

1. Foto copy kartu identitas
2. Foto copy identitas perusahaan seperti identitas pengurus,NPWP, Akta perusahaan
3. Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening
4. Setoran awal Rp.100.000
5. Setoran selanjutnya minimal Rp.10.000

c) iB Makbul

Tabungan iB Makbul adalah Produk tabungan khusus sebagai sarana penitipan biaya perjalanan ibadah haji (BPHI) bagi penabung perorangan secra bertahap ataupun sekaligus dengan tidak dapat melakukan transaksi penarikan.

Keunggulan Tabungan iB Makbul

1. Transaksi secara Realtome Online
2. Dilindungi asuransi jiwa, bebas biaya premi
3. Bebas biaya administrasi
4. Terkoneksi secara online dengan jaringan SISKOHAT Departemen Agama
5. Fasilitas manasik haji gratis
6. Souvenir haji
7. Dapat dibuka diseluruh kantor bank sumut.

d) iB Rencana

Tabungan iB Rencana adalah Tabungan investasi bagi nasabah yang berkeinginan untuk menabung hingga sejumlah rencana, investasi yang diinginkan dalam jangka waktu tertentu untuk berbagai tujuan. (jangka waktu tabungan minimal 1 hingga 10 tahun).

Keunggulan Tabungan iB Rencana

1. transaksi secara realtime online
2. bagi hasil tabungan lebih tinggi, dengan nisbah 50% Nasabah : 50% Bank
3. setoran bulanan Rp.100.000 hingga Rp.2.000.000
4. Berhadiah langsung
5. Bebas biaya administrasi bulanan
6. Dilindungi asuransi jiwa
7. Dapat dibuka diseluruh kantor Bank Sumut
8. Satu orang dapat membuka 3 rekening

e) Simpel iB

Tabungan iB Simpel adalah Produk tabungan khusus yang dimiliki oleh PT.Bank Sumut Syariah sebagai sarana bagi nasabah dari jenjang SD sampai SMA/ Usia 17 tahun untuk menyalurkan dananya dalam nominal yang minim. Tabungan Simpel biasanya dikutip oleh pihak bank sendiri, tabungan simple juga tidak bisa

dibuka dimana saja karena tabungan simple harus mempunyai kerjasama antara pihak sekolah dan bank.

Keunggulan Tabungan Simpel iB

1. Transaksi secara realtime online
2. Memperoleh bagi hasil
3. Tabungan atas nama siswa atau siswi
4. Setoran awal dan bulanan hanya Rp.1000

3) Deposito

Deposito iB adalah simpanan dana Masyarakat, Pemerintah BUMN/ BUMD yang penarikannya dibatasi oleh jangka waktu simpanan. Jangka Waktu:

a. Jangka waktu 1 bulan
b. Jangka waktu 3 bulan
c. Jangka waktu 6 bulan
d. Jangka waktu 12 bulan

Syarat Pembukaan Deposito iB

a. Fotocopy KTP/ SIM/ Paspor
b. Mengisi dn menandatangani akad dan formulir pembukaan deposito
c. Setoran minimal Rp.1.000.000. dan kelipatannya
d. Perhitungan bagi hasil secara bulanan.

Keunggulan Deposito iB yaitu:

a. Bagi hasil bersaing
b. Dapat diperpajang secara otomatis

c. Dapat dijadikan agunan pembiayaan

d. Bebas penalty

e. Dijamin oleh Lembaga Simpanan (LPS)

b. Penyaluran Dana

1) Pembiayaan iB Serbaguna

Pembiayaan iB Serbaguna adalah pembiayaan yang diberikan untuk berbagai keperluan yang bersifat Konsumtif, investasi dan modal kerja dengan prinsip jual beli (Murabahah).

Adapun Keuntungannya yaitu:

1) Margin rendah
2) Jangka waktu sampai dengan 60 bulan
3) Angsuran tetap sampai lunas
4) Memenuhi segala kebutuhan Modal Kerja, Investasi, dan Konsumtif
5) Proses cepat

Adapun Persyaratannya yaitu:

1) Fotocopy identitas diri pemohon, pemilik barang agunan suami/ istri yang masih berlaku
2) Fotocopy Surat Nikah
3) Fotocopy surat agunan.
4) Fotocopy PBB (Pajak Bumi Dan Bangunan)
5) Fotocopy bukti-bukti legalitas usaha / legalitas proesi f. Pasfoto suami dan istri ukuran 3 x 4 (masing – masing 1 lembar)

2) KPR iB Bank Sumut Unit Usaha Syariah

Kredit kepemilikan rumah (KPR iB) Bank Sumut Unit Usaha Syariah adalah pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk kebutuhan pembelian rumah baik berupa rumah tinggal yang dijual melalui pengembang atau bukan pengembang dilokasi-lokasi yang telah ditentukan Bank dengan sistem Murabahah (jual-beli).

Adapun keuntungannya yaitu:

a) Tingkat margin rendah
b) Jangka waktu sampai dengan 180 bulan (15 tahun)
c) Angsuran tetap sampai lunas

Adapun Persyaratannya yaitu:

a) Fotocopy identitas pemohon suami istri : KTP/ SIM/ Paspor
b) Fotocopy kartu keluarga
c) Fotocopy akta nikah/ cerai
d) Slip gaji yang terakhir/ Sk kerja asli
e) Fotocopy rekening Koran 3 bulan terakhir
f) Fotocopy NPWP untuk pembiayaan diatas Rp. 100 juta
g) Fotocopy Siup, tanda daftar perusahaan, Akta pendirian Perusahaan, atau surat keterangan tempat usaha, Laporan keuangan terakhir
h) Fotocopy surat izin praktek / SK pengangkatan dari instansi terakhir
i) Pas photo pemohon suami/ istri.

c. Jasa Bank

1) Kiriman uang (Transfer)

Kirim uang atau transfer yaitu suatu jasa bank dalam pengiriman dana dari suatu cabang kecabang lain atas permintaan pihak ke tiga untuk dibayarkan kepada penerima ditempat lain. Kirim uang menggunakan prinsip Wakalah.

2) Kliring

Kliring adalah tatacara penghitungan utang piutang dalam bentuk surat-surat berharga antara bank-bank peserta kliring dengan maksud agar perhitungan utang piutang itu diselenggarakan dengan mudah, cepat dan aman. Landasan syariahnya menggunakan prinsip Wakalah.

3) Inkaso (Jasa tagih)

Inkaso adalah pengiriman surat atau dokumen berharga untuk ditagihkan pembayarannya kepada pihak yang menerbitkan atau yang ditentukan (tertarik) dalam surat atau dokumen berharga tersebut, dengan landasan syariahnya menggunakan prinsip wakalah.

4) Bank Garansi

Bank garansi yaitu pemberian janji bank (pinjaman) kepada pihak lain (terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu dan keperluan tertentu.Bahwa bank akan membayar kewajiban nasabah yang diberi garansi bank kepada pihak lain tersebut, Apabila nasabah cedera janji. Bank garansi mempunyai prinsip kafalah al- naulaqah.

Dalam aplikasinya di PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah, bank memberikan garansi untuk Kontraktor yaitu: jaminan penawaran (tander bond), Penerima uang muka (advance payment Bond) melaksanakan pekerjaan (performance bond) Pemeliharaan (relention bond).

5. Produk Pembiayaan Konsumtif Bank Sumut Syariah

Dalam produk pembiayaan konsumtif Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga menggundakan akad murabahah. Adapun jenis pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah antara lain:

a. Pembiayaan Konsumtif Pegawai

Pembiayaan konsumtif pegawai Bank Sumut Syariah merupakan penyediaan dana untuk berbagai keperluan yang bersifat konsumtif dengan prinsip jual beli (Murabahah) diperuntukkan untuk pegawai-pegawai pada satu instansi yang telah melakukan kerjasama dengan PT Bank Sumut Syariah.

Adapun keuntungannya yaitu:

1) Bebas biaya administrasi
2) Pembiayaan tanpa agunan
3) Angsuran ringan dan tetap setiap bulannya
4) Proses cepat

Adapun persyaratannya yaitu:

1) Instansi telah melakukan kerjasama dengan PT Bank Sumut Syariah
2) Fotocopy identitas yang berlaku: KTP/SIM/Paspor

3) Fotocopy daftar gaji pegawai (1 bulan terakhir)
4) Asli kartu pegawai (Karpeg) atau Surat Keterangan dari instansi tempat nasabah bekerja
5) Asli surat keputusan pengangkatan pegawai sebagai pegawai tetap

b. KPR iB Griya

KPR iB Griya Bank Sumut Syariah merupakan pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk kebutuhan pembelian rumah dengan menggunakan akad murabahah.

Adapun keuntungannya yaitu:

1) Uang muka (DP) 10 %
2) Jangka waktu maksimum 15 tahun
3) Biaya provisi gratis
4) Tingkat margin rendah
5) Proses cepat

Adapun persyaratannya yaitu:

1) Fotocopy identitas pemohon suami istri: KTP/SIM/Paspor
2) Fotocopy kartu keluarga
3) Fotocopy akta nikah
4) Fotocopy NPWP
5) Slip gaji terakhir
6) Fotocopy dokumen rumah (SHM, IMB, PBB)
7) Pas photo pemohon suami/istri

c. FLPP (KPR Subsidi)

KPR IB FLPP Bank Sumut Syariah adalah pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk kebutuhan pembelian rumah bersubsidi dengan menggunakan akad murabahah.

Adapun keuntungannya yaitu:

1) Uang muka (DP) minimal 2 %
2) Jangka waktu maksimal 20 tahun
3) Biaya provisi gratis
4) Biaya akad Rp 500.000

Adapun Persyaratannya yaitu:

1) Masyarakat berpenghasilan rendah maksimal penghasilan Rp 8.000.000,-
2) Belum memiliki rumah
3) Fotocopy identitas pemohon suami istri: KTP/SIM/Paspor
4) Fotocopy kartu keluarga
5) Fotocopy akta nikah
6) Fotocopy NPWP
7) Slip gaji terakhir
8) Fotocopy dokumen rumah (SHM, IMB, PBB)
9) Pas photo pemohon sumani/istri

d. Pembiayaan iB Serbaguna

Pembiayaan iB Serbaguna adalah pembiayaan yang diberikan untuk berbagai keperluan yang bersifat Konsumtif, investasi dan modal kerja dengan prinsip jual beli (Murabahah).

Adapun Keuntungannya yaitu:

1) Margin rendah
2) Jangka waktu sampai dengan 60 bulan
3) Angsuran tetap sampai lunas
4) Memenuhi segala kebutuhan Modal Kerja, Investasi, dan Konsumtif
5) Proses cepat

Adapun Persyaratannya yaitu:

1) Fotocopy identitas diri pemohon, pemilik barang agunan suami/ istri yang masih berlaku
2) Fotocopy Surat Nikah
3) Fotocopy surat agunan.
4) Fotocopy PBB (Pajak Bumi Dan Bangunan)
5) Fotocopy bukti-bukti legalitas usaha / legalitas proesi f. Pasfoto suami dan istri ukuran 3 x 4 (masing – masing 1 lembar)

e. Pembiayaan Multiguna

Pembiayaan konsumtif multiguna Bank Sumiut Syariah adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah, dimana biasanya nasabah menggunakan untuk kebutuhan konsumtif seperti untuk membeli kendaraan dengan menggunakan akad murabahah.

Adapun keuntungannya yaitu:

1) Tingkat margin yang rendah
2) Jangka waktu maksimum sampai dengan 180 bulan
3) Angsuran ringan dan tetap setiap bulannya

Adapun Persyaratannya yaitu:

1) Surat permohonan pembiayaan
2) Fotocopy identitas pemohon suami istri : KTP/SIM/Paspor
3) Fotocopy kartu keluarga
4) Fotocopy akta nikah/cerai
5) Slip gaji yang terakhir/SK kerja asli
6) Fotocopy rekening koran 3 bulan terakhir
7) Fotocopy NPWP
8) Buku tabungan

B. Gambaran Umum Responden

Gambaran responden dalam penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran keadaan responden yang dapat memberikan informasi tambahan kepada penulis dalam memahami penelitian yang dilakukan oleh penulis. Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah di PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga.

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Berikut ini merupakan data yang penulis peroleh mengenai karakteristik responden sebagai berikut:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini memiliki 87 responden yang diambil sebagai sampel yang terdiri dari laki-laki dan perempuan seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	49	56.3%
2	Perempuan	38	43.7%
Total		87	100.0%

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa ada dua jenis kelamin dari responden Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga yaitu laki-laki berjumlah 49 responden atau sebesar 56.3% . Sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 38 responden atau sebesar 43,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan pembiayaan konsumtif pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga lebih banyak diminati oleh jenis kelamin laki-laki.

2. Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	20-30	14	16.1%
2	31-40	52	59.8%
3	41-50	15	17.2%
4	51-60	6	6.9%
5	>60	-	-
Total		87	100.0%

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang berumur 20-30 tahun berjumlah 14 responden atau sebesar 16.1%. Responden yang berumur 31-40 tahun berjumlah 52 responden atau sebesar 59.8%. Responden yang berumur 41-50 tahun berjumlah 15 responden atau sebesar 17.2%. Responden yang berumur 51-60 tahun berjumlah 6 responden atau sebesar 6.9%. Berdasarkan data tersebut dapat terlihat bahwa nasabah yang melakukan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga rata-rata berumur 31-40 tahun.

3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3

Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD/ Sederajat	-	-
2	SMP/ Sederajat	-	-
3	SMA/ Sederajat	13	14.9%
4	Diploma	15	17.2%
5	Sarjana (S1)	59	67.8%
Total		87	100.0%

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa yang berpendidikan terakhir SMA/Sederajat berjumlah 13 responden atau sebesar 14.9%. Yang berpendidikan terakhir Diploma berjumlah 15 responden atau sebesar 17.2%. Yang berpendidikan terakhir Sarjana (S1) berjumlah 59 responden atau sebesar 67.8%. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa nasabah yang melakukan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga umumnya dilakukan oleh nasabah yang mempunyai pendidikan terakhir Sarjana (S1).

4. Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	-	-

2	Pegawai Negeri	75	86.2%
3	Pegawai Swasta/Karyawan	4	4.6%
4	Wiraswasta	5	5.7%
5	Pedagang	3	3.4%
Total		87	100.0%

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa yang bekerja sebagai pegawai negeri berjumlah 75 responden atau sebesar 86.2%. Yang bekerja sebagai Pegawai Swasta atau Karyawan berjumlah 4 responden atau sebesar 4.6%. Yang bekerja sebagai Wiraswasta berjumlah 5 responden atau sebesar 5.7%. Yang bekerja sebagai Pedagang berjumlah 3 responden atau sebesar 3.4%. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa nasabah yang melakukan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga umumnya nasabah yang mempunyai pekerjaan sebagai Pegawai Negeri.

C. Gambaran Deskripsi Jawaban Responden

1. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Motivasi

Berikut ini merupakan hasil tanggapan responden terhadap variabel Motivasi (X), dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5

Jawaban Responden Terhadap Variabel Motivasi (X)

No	**Pernyataan**	**Jawaban Responden**											
		SS		**S**		**RR**		**TS**		**STS**		**F**	**%**
		F	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**		
1	X.1	31	35.6	56	64.4	0	0	0	0	0	0	87	100

2	X.2	24	27.6	63	72.4	0	0	0	0	0	0	87	100
3	X.3	14	16.1	64	73.6	9	10.3	0	0	0	0	87	100
4	X.4	3	3.4	8	9.2	33	25.3	53	60.9	1	1.1	87	100
5	X.5	40	46.0	45	51.7	2	2.3	0	0	0	0	87	100
6	X.6	23	26.4	64	73.6	0	0	0	0	0	0	87	100
7	X.7	3	3.4	50	57.5	33	37.9	1	1.1	0	0	87	100
8	X.8	34	39.1	53	60.9	0	0	0	0	0	0	87	100
9	X.9	30	34.5	57	65.5	0	0	0	0	0	0	87	100
10	X.10	25	28.7	62	71.3	0	0	0	0	0	0	87	100

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden pada variabel motivasi yang paling dominan adalah Setuju berjumlah 64 responden atau sebesar 73.6% yang berarti bahwa adanya dorongan kebutuhan nasabah akan meningkatkan motivasi nasabah untuk membeli suatu kebutuhan yang bersifat konsumtif.

2. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Keputusan Nasabah

Berikut ini merupakan hasil tanggapan responden terhadap variabel Motivasi (X), dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6

Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Jawaban Responden							
		SS		S		RR		F	%
		F	%	F	%	F	%		
1	Y.1	37	42.5	50	57.5	0	0	87	100
2	Y.2	56	64.4	51	35.6	0	0	87	100
3	Y.3	35	40.2	52	59.8	0	0	87	100
4	Y.4	10	11.5	54	62.1	23	26.4	87	100

5	Y.5	35	40.2	52	59.8	0	0	87	100
6	Y.6	35	40.2	52	59.8	0	0	87	100
7	Y.7	45	51.7	42	48.3	0	0	87	100
8	Y.8	49	56.3	37	42.5	1	1.1	87	100
9	Y.9	37	42.5	50	57.5	0	0	87	100
10	Y.10	29	33,3	58	66.7	0	0	87	100

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden pada variabel keputusan nasabah yang paling dominan adalah Setuju berjumlah 58 responden atau sebesar 66.7% yang berarti bahwa keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga disebabkan oleh sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah dan kemudahan dalam prosedur pemberian pembiayaan.

D. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikasi 5%. Adapun kriteria penilaian uji validitas yaitu:

a. Apabila r hitung > r tabel (pada taraf signifikasi 5%), maka dapat dikatakan bahwa item kuesioner tersebut valid.
b. Apabila r hitung < r tabel (pada taraf signifikasi 5%), maka dapat dikatakan bahwa item kuesioner tersebut tidak valid.

Untuk mencari r tabel adalah (df) = n-2, jadi (df) = 87-2 = 85. Adapun r tabel dari 85 responden pada r tabel adalah sebesar 0.2108. Berikut ini hasil jawaban responden berdasarkan kuesioner yang peneliti sebarkan:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	Kode Item	*Person Correlation*	r tabel	Kesimpulan
1	Motivasi (X)	Fisiologis	X.1	0.424	0.2108	Valid
			X.2	0.454	0.2108	Valid
		Budaya	X.3	0.529	0.2108	Valid
			X.4	0.665	0.2108	Valid
			X.5	0.417	0.2108	Valid
		Sosial atau Diri Sendiri	X.6	0.324	0.2108	Valid
			X.7	0.405	0.2108	Valid
			X.8	0.520	0.2108	Valid
		Fantasi	X.9	0.508	0.2108	Valid
			X.10	0.542	0.2108	Valid
2	Keputusan Nasabah (Y)	Pengenalan Kebutuhan	Y.1	0.597	0.2108	Valid
			Y.2	0.406	0.2108	Valid
		Pencarian Informasi	Y.3	0.387	0.2108	Valid
			Y.4	0.469	0.2108	Valid
		Evaluasi Terhadap Produk	Y.5	0.527	0.2108	Valid
			Y.6	0.527	0.2108	Valid
		Keputusan Pembelian Produk	Y.7	0.494	0.2108	Valid
			Y.8	0.520	0.2108	Valid
			Y.9	0.542	0.2108	Valid

		Perilaku Setelah Pembelian	Y.10	0.545	0.2108	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS.2023

Dari hasil pengujian validitas pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena *Person Correlation* > r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach's alpha*, dengan kriteria suatu kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0.60. Adapun perhitungan tingkat alpha dilakukan menggunakan SPSS, hasil uji reliabilitas dapat dijelaskan pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Cronbach's Alpha*	Nilai Batas	Kesimpulan
1	Motivasi (X)	0.630	0.60	Reliabel
2	Keputusan Nasabah (Y)	0.666	0.60	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS.2023

Dari tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa *Cronbach's Alpha* > 0.60 yang mana berarti kuesioner mendapatkan hasil yang reliabel sehingga penelitian ini layak digunakan dalam penelitian.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana berguna untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam analisis ini adalah α = 5%. Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,710	2,958		4,973	,000
	Motivasi	,721	,073	,732	9,907	,000

Sumber : Data Olahan SPSS.2023

Berdasarkan tabel 4.9, maka hasil persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

Y = 14.710 + 0.721X

Dimana:

X = Motivasi

Y = Keputusan Nasabah

Jika X = 0, maka akan diperoleh Y= 14.710

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 14.710 menunjukkan bahwa pada saat Motivasi (X) bernilai nol atau tidak meingkat, maka keputusan nasabah (Y) akan tetap bernilai 14.710. Nilai koefisien linier sederhana Motivasi (X) sebesar 0.721 artinya setiap kenaikan variabel motivasi sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Syariah (karena tandanya positif) sebesar 0,721.

b. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikasi 0.05. Hasil uji t untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,710	2,958		4,973	,000
	Motivasi	,721	,073	,732	9,907	,000

Sumber : Data Olahan SPSS.2023

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS diatas menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dengan nilai t hitung sebesar 9.907 > t tabel sebesar 1.988 dan nilai signifikan yang

diperoleh sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikan tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dan dapat disimpulkan Ha diterima dan Ho ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (motivasi) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah) dengan melihat R *square*. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,732[a]	,536	,530	1,736

Sumber : Data Olahan SPSS.2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel motivasi memberikan kontribusi sebsar 53.6% terhadap variabel keputusan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 46.4% disebabkan oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

E. Analisis Temuan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh motivasi terhadap keputusan penggunaan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga dengan menggunakan variabel independen yaitu motivasi dan variabel dependen yaitu keputusan nasabah. Penelitian ini

mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada 87 responden dalam bentuk pernyataan yang betujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi tersebut terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan konsumtif dan data yang dikumpulkan diolah menggunakan SPSS.

1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan Konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

   Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Hasil uji t untuk variabel motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar 9.907 dan t tabel 1,988 (df=85) dengan tingkat signifikan 0,05 karena t hitung > t tabel (9.907 > 1,988) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif. Hal ini menunjukkan motivasi menaikkan keputusan nasabah sebesar 0.721 setiap kenaikan 1%. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga diterima. Karena perilaku seseorang dipengaruhi oleh motivasi atau dorongan untuk memenuhi kepuasan terhadap kebutuhan untuk diri sendiri.

   Usman Effendi menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan dalam diri seseorang yang memaksa mereka untuk bertindak yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi. Dimana Pembiayaan konsumtif merupakan kebutuhan atau keinginan yang ingin dimiliki seseorang untuk memenuhi kepuasan terhadap kebutuhan sekundernya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mirna Dilla (2019) dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Motivasi, Dan Tingkat Bagi Hasil

Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Banda Aceh". [56]Dibuktikan dengan hasil penelitian motivasi dengan tingkat signifikan sebesar 0,014 < 0,05 dalam artian motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

[56] Mirna Dilla, "*Pengaruh Religiusitas, Motivasi, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Banda Aceh"*,(Banda Aceh: UIN AR-RANIRY,2019)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, diatas maka dapat dilihat bahwa Y = 14.710 + 0.721X. Dengan hasil konsta sebesar 14.710 menyatakan variabel motivasi sebesar 0.721. Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel motivasi akan meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah sebesar 0.721 satuan.

Motivasi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T sebesar 9.907 dan tingkat signifikan sebesar 0.000 < 0.05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Berarti motivasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Motivasi menjadi faktor pendorong masyarakat untuk membeli suatu benda. Dimana hal tersebut juga karena adanya kebutuhan sekunder yang belum terpenuhi sehingga meningkatkan motivasi nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaukan oleh penulis, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan motivasi nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga membutuhkan prosedur dan pelayanan yang baik dan mudah.
2. Melakukan pendekatan secara emosional dengan masyarakat tentang produk pembiayaan di Bank Sumut Syariah sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk pembiayaan di Bank Sumut Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Anisa, Nora & Hengki Tamando.(2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*.(Deliserdang: IOCS Publisher)

Arfah, Yenni.(2022). *Keputusan Pembelian Produk.* (Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional)

Arifin, Zaenal.(2020). *Konstruksi Hukum Jaminan Syariah dalam Akad Pembiayaan Mudharabah di Era Revolusi Industri 4.0*, (Indramayu: CV Adanu Abimata)

Dilla, Mirna.(2019). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Banda Aceh.* (Banda Aceh: UIN AR-RANIRY)

Djaali.(2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* (Jakarta: PT Bumi Aksara)

Efendi, Usman.(2016). *Psikologi Konsumen.* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)

Harja, Arida, Dwi.(2016). *Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah*,Jurnal Ekonomi dan Bisnis.4(02)

Haryanto, Rudy.(2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah: Teori dan Praktik.* (Yogyakarta: Duta Media Publishing)

Hasanah, Nurul.(2019). *Pengaruh Motivasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Magetan*. (Ponorogo: IAIN Ponorogo)

Idak.(2018). *Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Kabupaten Enrekang.* (Makassar: UIN Makassar)

Iqbal, Muhammad,dkk.(2019). *Pengaruh Motivasi, Perilaku dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang.* Jurnal Investasi Islam.4(02)

Kaja.(2022). *Pengambilan Keputusan Suatu Tindakan dan Solusi*. (Klaten: Lakeisha)

Kusumastuti, Adhi, dkk.(2020). *Metode Penelitian Kuantitatif.* (Yogyakarta: Deepublish)

Maisyaroh, Dina.(2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengajukan Pembiayaan Pensiun Di PT. Bank Syariah Mandiri Area Pekanbaru.*Jurnal Tabarru'.2(01)

Mayasari, Hesti.(2017). *Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.8(02)

Novianti,dkk.(2022). *Analisis Perilaku Konsumen.* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia)

Pardiansyah, Elif & Mohamad Ainun Najib.(2022). *Teori dan Implementasi Produk Keuangan Syariah,* (Bandung: CV Media Sains Indonesia)

Putra, Kurnia, Bima.(2014). *Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah*,Jurnal JESTT.1(02)

Rifkhan.(2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner.* (Indramayu: CV Adanu Abimata)

Riyanto, Slamet & Aglis Andhita Hatmawan.(2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif.* (Yogyakarta: Deepublish)

Robbins , Stephen P & Timoty A. Judge.(2009). *Perilaku Organisasi*.(Jakarta: Salemba Empat)

Ryandono, Nafik, Hadi, Muhammad & Rofiul Wahyu.(2018). *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek.* (Yogyakarta: UAD Press)

Sangaji, Mamang, Etta & Sopiah.(2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian.*,(Yogyakarta: Andi Offset)

Sa'adah, Himmatus.(2019). *Pengaruh Promosi, Motivasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai pada Pegadaian Syariah Cabang Kaligarang Semarang*, (Semarang: UIN Walisongo Semarang)

Soemitra, Andri.(2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah.* (Jakarta: Pewnamedia Group)

Subakti, Hani ,dkk.(2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif"*,(Bandung: CV Media Sains Indonesia)

Syofian.(2013). *Statistika Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: PT Bumi Aksara)

Veronica, Aries.(2022). *Metode Penelitian Kuantitatif.* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi)

Wahyuni, Sri.(2020). *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index dan Faktor Determinan.* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka)

Wandisyah, Muhammad.(2021). *Analisis Pembiayaan Bank Syariah.* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group)

Yuniarti, Sri, Vinna .(2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik.* (Bandung: Pustaka Setia)

Yusuf, Muhammad & Lukman Daris.(2018). *Analisis Data Penelitian.* (Bogor: PT IPB Press)

Zuhirsyan, Muhammad & Nurlinda.(2021). *Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah*. Jurnal Perbankan Syariah.2(02)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Mohon Izin Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-2288/Un.26.3/TL.00/07/2023 06 Juli 2023
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Bank Sumut Syariah
Kantor Cabang Sibolga Provinsi Sumatera Utara

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

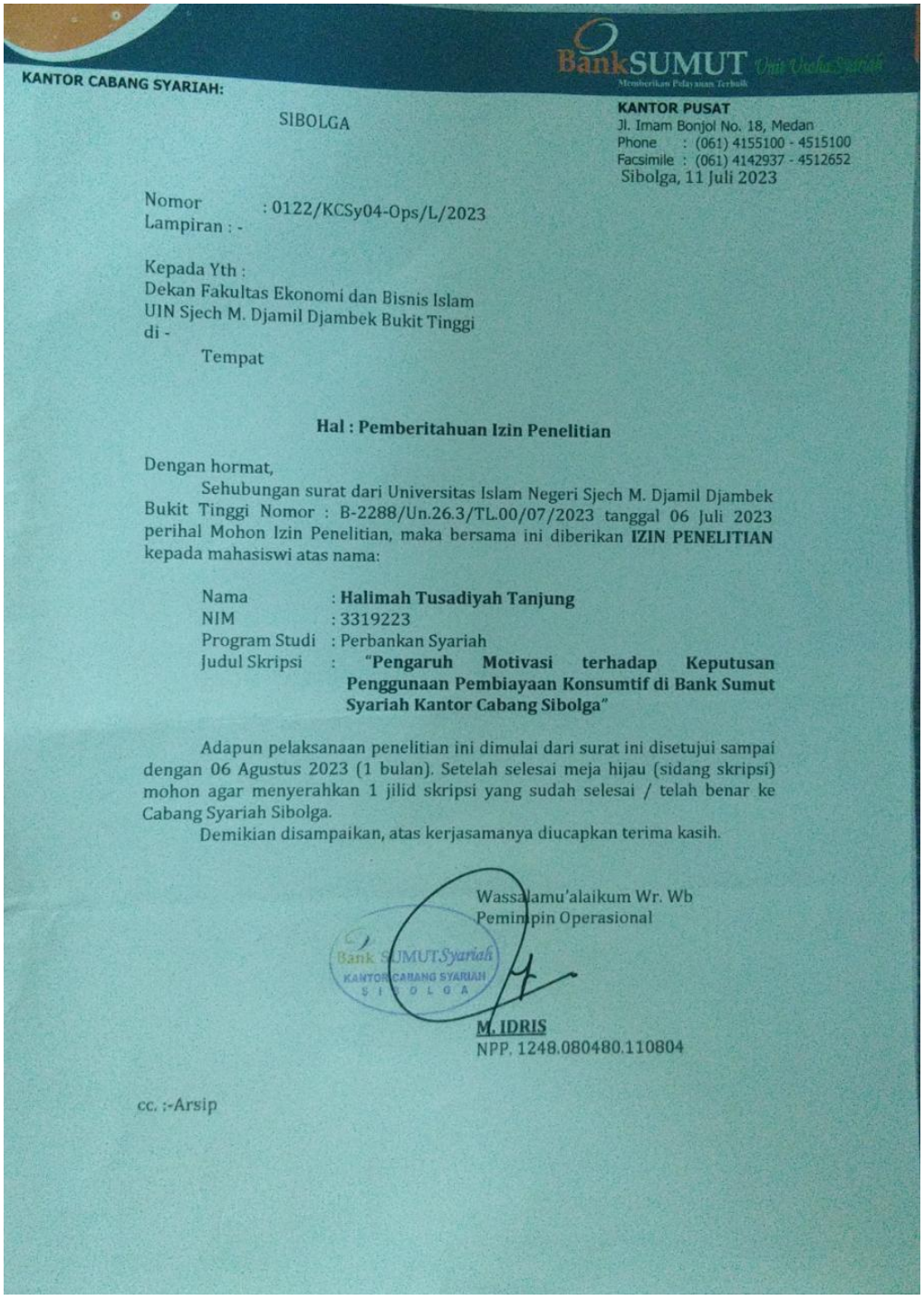
Nama	: **Halimah Tusadiyah Tanjung**
NIM	: 3319223
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: ***" Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan Konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga"***
Lokasi Penelitian	: Bank Sumut Syariah KC Sibolga Provinsi Sumatera Utara
Waktu	: 06 Juli s.d 06 Agustus 2023

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Dekan

Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si
NIP. 197409082006042002

Lampiran 2 : Surat Balasan Izin Penelitian dari Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga



KANTOR CABANG SYARIAH:
SIBOLGA

BankSUMUT Unit Usaha Syariah
Memberikan Pelayanan Terbaik

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 4155100 - 4515100
Facsimile : (061) 4142937 - 4512652

Sibolga, 11 Juli 2023

Nomor : 0122/KCSy04-Ops/L/2023
Lampiran : -

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukit Tinggi
di -
Tempat

Hal : Pemberitahuan Izin Penelitian

Dengan hormat,

Sehubungan surat dari Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukit Tinggi Nomor : B-2288/Un.26.3/TL.00/07/2023 tanggal 06 Juli 2023 perihal Mohon Izin Penelitian, maka bersama ini diberikan **IZIN PENELITIAN** kepada mahasiswi atas nama:

Nama	:	**Halimah Tusadiyah Tanjung**
NIM	:	3319223
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	**"Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan Konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga"**

Adapun pelaksanaan penelitian ini dimulai dari surat ini disetujui sampai dengan 06 Agustus 2023 (1 bulan). Setelah selesai meja hijau (sidang skripsi) mohon agar menyerahkan 1 jilid skripsi yang sudah selesai / telah benar ke Cabang Syariah Sibolga.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

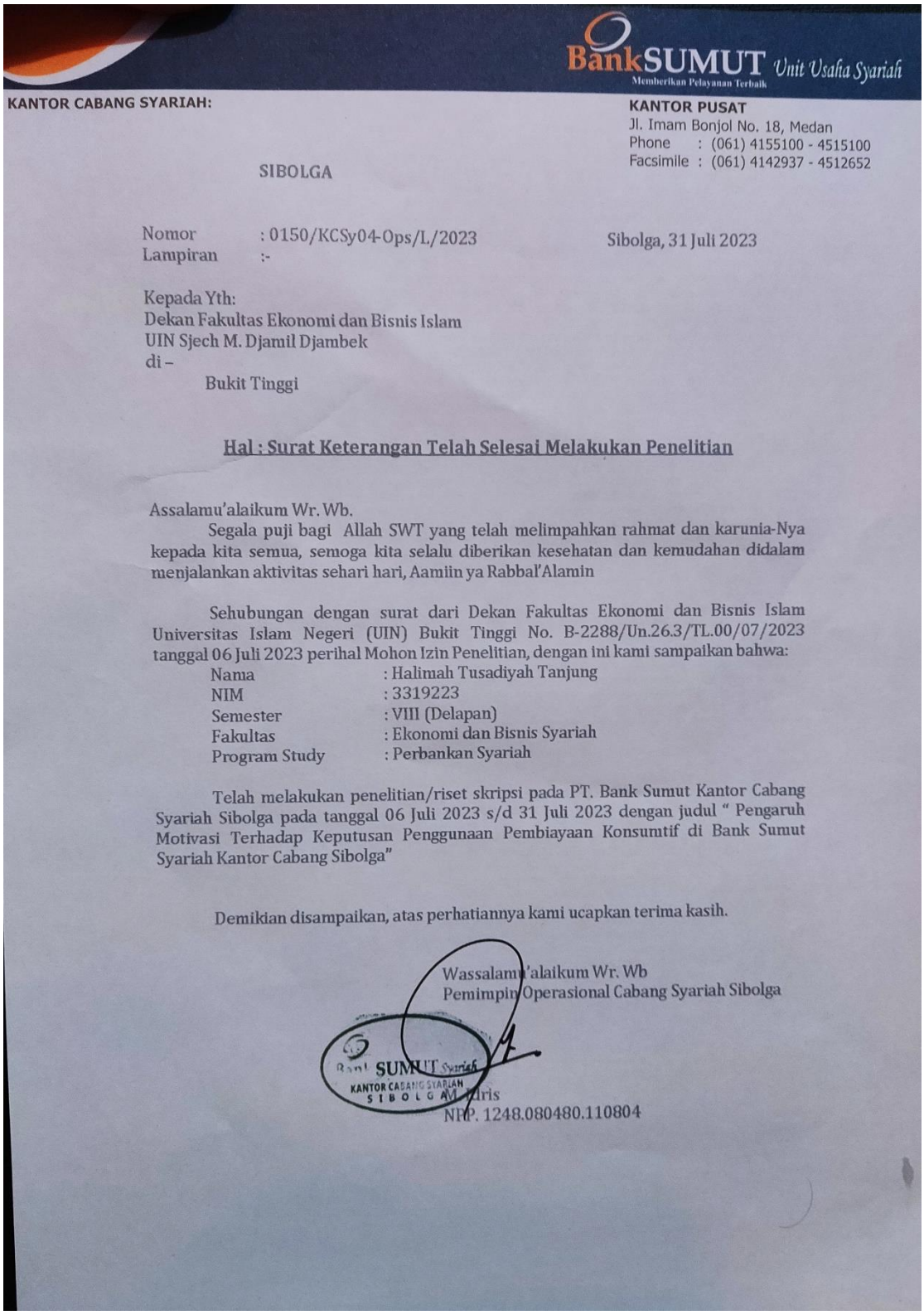
Wassalamu'alaikum Wr. Wb
Pemimpin Operasional

Bank SUMUT Syariah
KANTOR CABANG SYARIAH
SIBOLGA

M. IDRIS
NPP. 1248.080480.110804

cc. :-Arsip

Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Penelitian



BankSUMUT Unit Usaha Syariah
Memberikan Pelayanan Terbaik

KANTOR CABANG SYARIAH:
SIBOLGA

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 4155100 - 4515100
Facsimile : (061) 4142937 - 4512652

Nomor : 0150/KCSy04-Ops/L/2023
Lampiran :-

Sibolga, 31 Juli 2023

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sjech M. Djamil Djambek
di –
Bukit Tinggi

Hal : Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, semoga kita selalu diberikan kesehatan dan kemudahan didalam menjalankan aktivitas sehari hari, Aamiin ya Rabbal'Alamin

Sehubungan dengan surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Bukit Tinggi No. B-2288/Un.26.3/TL.00/07/2023 tanggal 06 Juli 2023 perihal Mohon Izin Penelitian, dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama	: Halimah Tusadiyah Tanjung
NIM	: 3319223
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Syariah
Program Study	: Perbankan Syariah

Telah melakukan penelitian/riset skripsi pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Sibolga pada tanggal 06 Juli 2023 s/d 31 Juli 2023 dengan judul " Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan Konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga"

Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb
Pemimpin Operasional Cabang Syariah Sibolga

Bank SUMUT Syariah
KANTOR CABANG SYARIAH
SIBOLGA

M. Idris
NIP. 1248.080480.110804

Lampiran 4 : SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

Nomor : 047.1/Un.26.3/PP.00.9/02/2023

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Halimah Tusadiyah** NIM. **3319223** tanggal 03 Februari 2023.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan Konsumtif Di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga"**

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Rika Widianita, SEI, ME**
NIP	:	198504082019032011
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk. I/III/b/Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Syariah
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Islam
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 03 Februari 2023

KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN BUKITTINGGI REPUBLIK INDONESIA

SI EKA PUTERI

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 5 : Daftar Kuesioner

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Pembiayaan Konsumtif Di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga

A. Identitas Pribadi Responden

Isilah dan beri tanda (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan data pribadi Bapak/Ibu/Saudara.

Nama :……..

Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Umur *

a. 20 – 30
b. 31 – 40
c. 41 – 50
d. 51 – 60
e. > 60

Pendidikan Terakhir *

a. SD/Sederajat
b. SMP/Sederajat
c. SMA/Sederajat
d. Diploma (D1, D2, D3)
e. Sarjana (S1, S2)

Pekerjaan *

a. Pelajar/Mahasiswa
b. Pegawai Negeri
c. Pegawai Swasta/Karyawan
d. Wiraswasta
e. Pedagang

B. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan sebenar-benarnya.
2. Bacalah pertanyaan terlebih dahulu dengan cermat dan seksama sebelum anda menjawab.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan memberi tanda (✓) pada salah satu jawaban.

Keterangan skor penilaian

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Ragu-ragu (RR)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Variabel Motivasi (X)

No	Indikator	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Motivasi Fisiologis	1. Saya menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena adanya dorongan untuk kebutuhan fisik					
		2. Saya menggunakan produk pembiayaan di PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena tuntunan keperluan kebutuhan					
2	Motivasi Budaya	1. Saya menggunakan produk pembiayaan di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga					

		karena orang lain juga menggunakannya (keluarga, teman, tetangga, dll)					
		2. Saya mengajukan pembiayaan di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena ingin menyesuaikan dengan perilaku kelompok masyarakat					
		3. Saya menggunakan produk pembiayaan di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena sesuai dengan ajaran agama Islam					
3	Motivasi Sosial atau Diri Sendiri	1. Saya melakukan pembiayaan di PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga untuk menaikkan rasa percaya diri.					
		2. Saya melakukan pembiayaan di PT					

		Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena masuk dalam kelas sosial saya					
		3. Saya melakukan pembiayaan di PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena sesuai dengan tingkat pendapatan saya					
4	Motivasi Fantasi	1. Saya merasa puas dengan produk pembiayaan konsumtif yang diberikan oleh PT Bank Sumut Kantor Cabang Sibolga					
		2. Saya merasa nyaman melakukan pembiayaan di PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga					

2. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Indikator	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Pengenalan Kebutuhan	1) Saya menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.					
		2) Saya menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga atas kemauan sendiri					
2	Pencarian Informasi	1) Saya mengetahui informasi mengenai Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga dari pihak Bank, keluarga, teman dan tetangga.					
		2) Saya pernah terlibat dalam pembicaraan					

		mengenai produk di PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga					
3	Evaluasi terhadap Produk	1) PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga memberikan solusi/alternatif atas keperluan kebutuhan saya					
		2) Biaya admin produk Bank Syariah sesuai dengan kualitas produk					
4	Keputusan Penggunaan atau Pembelian pada Produk	1) Saya memilih menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena kemudahan prosedur pemberian pembiayaan yang diberikan.					
		2) Saya memutuskan untuk menggunakan					

		produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga karena prinsip syariah yang diterapkan					
5	Perilaku Setelah Pembelian	1) Saya merasa puas menggunakan produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga.					
		2) Saya akan menggunakan kembali produk pembiayaan konsumtif di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Sibolga					

Lampiran 6 : Hasil Data Kuesioner

No Responden	Motivasi (X)										Total X
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	
1	5	5	4	2	3	4	2	4	4	4	37
2	5	4	4	3	4	5	3	5	4	4	41
3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	43
4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	5	44
5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	40
6	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	42
7	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
8	4	4	4	2	5	4	3	5	5	5	41
9	4	4	4	2	5	5	3	4	5	4	40
10	5	4	5	2	5	5	4	5	4	4	43
11	4	4	4	2	5	5	4	4	4	4	40
12	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	39
13	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
14	5	4	5	2	4	4	3	4	4	4	39
15	5	4	3	1	4	5	4	5	4	4	39
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	5	3	2	5	4	4	4	5	4	40
18	5	4	4	2	5	4	4	5	4	5	42
19	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	37
20	5	4	4	2	5	4	3	4	4	4	39
21	5	4	4	2	4	4	4	5	5	4	41
22	4	4	3	2	5	5	4	4	4	5	40
23	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	40
24	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4	40
25	4	4	4	2	4	4	3	4	5	4	38
26	4	5	4	2	4	5	3	4	4	4	39
27	4	4	4	2	5	5	3	5	5	4	41
28	5	4	4	2	5	5	3	4	4	5	41
29	4	5	3	3	5	4	3	4	4	4	39
30	4	5	4	2	5	5	3	5	5	5	43
31	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	39
32	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	41
33	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	41
34	4	4	4	2	5	4	3	4	4	4	38
35	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	37
36	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	37

37	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	40
38	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	39
39	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
40	4	4	4	2	5	4	3	4	5	4	39
41	5	5	4	2	4	4	3	5	4	5	41
42	5	4	4	2	4	4	3	4	4	4	38
43	4	4	4	2	5	5	4	4	4	5	41
44	4	5	4	2	4	5	4	5	4	4	41
45	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
46	5	4	3	2	4	4	4	4	5	4	39
47	5	4	4	2	4	4	3	4	4	5	39
48	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	40
49	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	40
50	4	5	4	2	5	5	3	4	5	4	41
51	4	5	4	2	4	4	3	4	4	4	38
52	5	4	4	2	4	4	4	5	4	5	41
53	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	39
54	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	37
55	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
56	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	37
57	4	5	4	2	5	4	4	5	4	5	42
58	4	5	4	3	5	4	3	4	5	4	41
59	5	4	4	2	5	5	4	4	4	4	41
60	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	41
61	4	4	4	2	5	4	3	4	4	4	38
62	5	5	4	2	5	4	4	5	5	4	43
63	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	46
64	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	39
65	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
66	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	44
67	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
68	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	46
69	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	39
70	5	4	4	2	5	4	4	4	4	4	40
71	4	4	4	2	5	5	4	5	5	4	42
72	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
73	4	4	4	2	4	4	3	4	4	5	38
74	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	42
75	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
76	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	41
77	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	43

78	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	41
79	4	4	3	2	4	4	4	4	5	4	38
80	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	42
81	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
82	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	42
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	39
86	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	44
87	5	5	4	3	5	4	3	5	5	4	43

No Responden	**Keputusan Nasabah (Y)**										**Total Y**
	Y.1	**Y.2**	**Y.3**	**Y.4**	**Y.5**	**Y.6**	**Y.7**	**Y.8**	**Y.9**	**Y.10**	
1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
2	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	46
9	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	44
10	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
11	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
14	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
15	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	41
16	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
17	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
18	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	43
19	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
20	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
21	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
22	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
23	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	43
24	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	43
25	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	43
26	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
27	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43

28	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45
29	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	43
32	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	42
33	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	43
36	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
37	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
38	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
39	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
40	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	42
41	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
42	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
43	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
44	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
45	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	41
46	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
47	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
48	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	41
49	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	44
50	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
51	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	43
52	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	5	4	5	3	5	5	4	4	4	5	44
55	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
56	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
57	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	45
58	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	45
59	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
60	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	45
61	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
62	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	47
63	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	47
64	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
65	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	44
66	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
67	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	40
68	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47

69	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	43
70	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	45
71	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
72	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40
73	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	45
74	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	46
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	46
77	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
78	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	44
79	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
80	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	45
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	44
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	43
85	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
86	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
87	5	4	4	3	5	4	5	5	5	4	44

Lampiran 7 : Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	49	56.3%
2	Perempuan	38	43.7%
Total		87	100.0%

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

2. Umur

Karakteristik Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	20-30	14	16.1%
2	31-40	52	59.8%
3	41-50	15	17.2%
4	51-60	6	6.9%
5	>60	-	-
Total		87	100.0%

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

3. Pendidikan Terakhir

Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD/ Sederajat	-	-
2	SMP/ Sederajat	-	-
3	SMA/ Sederajat	13	14.9%
4	Diploma	15	17.2%
5	Sarjana (S1)	59	67.8%
Total		87	100.0%

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

4. Pekerjaan

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	-	-
2	Pegawai Negeri	75	86.2%
3	Pegawai Swasta/Karyawan	4	4.6%
4	Wiraswasta	5	5.7%
5	Pedagang	3	3.4%
Total		87	100.0%

Sumber : Data Primer (Kuesioner) Diolah (2023)

Lampiran 8 : Output Hasil

1. Uji Instrumen

   a. Uji Validitas

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	Total_X
X.1	Pearson Correlation	1	,131	,245*	,136	-,024	,098	,059	,191	,066	,270*	,424**
	Sig. (2-tailed)		,225	,022	,210	,825	,365	,587	,076	,543	,011	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.2	Pearson Correlation	,131	1	,082	,199	,215*	,097	-,008	,191	,256*	,176	,454**
	Sig. (2-tailed)	,225		,453	,064	,046	,374	,943	,077	,017	,102	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.3	Pearson Correlation	,245*	,082	1	,480**	,076	,086	,033	,140	,013	,277**	,529**
	Sig. (2-tailed)	,022	,453		,000	,486	,430	,761	,194	,904	,010	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.4	Pearson Correlation	,136	,199	,480**	1	,024	-,037	,196	,116	,331**	,368**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,210	,064	,000		,827	,733	,068	,283	,002	,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.5	Pearson Correlation	-,024	,215*	,076	,024	1	,191	,149	,137	,219*	,098	,417**
	Sig. (2-tailed)	,825	,046	,486	,827		,077	,170	,205	,041	,368	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.6	Pearson Correlation	,098	,097	,086	-,037	,191	1	,067	,161	,059	,080	,324**
	Sig. (2-tailed)	,365	,374	,430	,733	,077		,539	,137	,590	,461	,002
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.7	Pearson Correlation	,059	-,008	,033	,196	,149	,067	1	,186	,129	,009	,405**
	Sig. (2-tailed)	,587	,943	,761	,068	,170	,539		,084	,234	,936	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.8	Pearson Correlation	,191	,191	,140	,116	,137	,161	,186	1	,261*	,272*	,520**
	Sig. (2-tailed)	,076	,077	,194	,283	,205	,137	,084		,014	,011	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.9	Pearson Correlation	,066	,256*	,013	,331**	,219*	,059	,129	,261*	1	,127	,508**
	Sig. (2-tailed)	,543	,017	,904	,002	,041	,590	,234	,014		,241	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X.10	Pearson Correlation	,270*	,176	,277**	,368**	,098	,080	,009	,272*	,127	1	,542**
	Sig. (2-tailed)	,011	,102	,010	,000	,368	,461	,936	,011	,241		,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
	Pearson Correlation	,424**	,454**	,529**	,665**	,417**	,324**	,405**	,520**	,508**	,542**	1

Total_X	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

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

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,203	,243*	,137	,290**	,243*	,180	,071	,389**	,279**	,597**
	Sig. (2-tailed)		,059	,024	,205	,006	,024	,096	,514	,000	,009	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.2	Pearson Correlation	,203	1	,121	,135	,219*	,121	,098	,143	,009	,017	,406**
	Sig. (2-tailed)	,059		,264	,212	,042	,264	,368	,186	,935	,876	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.3	Pearson Correlation	,243*	,121	1	,284**	,283**	,044	-,005	-,149	-,042	,166	,387**
	Sig. (2-tailed)	,024	,264		,008	,008	,686	,964	,168	,700	,125	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.4	Pearson Correlation	,137	,135	,284**	1	,284**	,087	-,049	,117	,059	,136	,469**
	Sig. (2-tailed)	,205	,212	,008		,008	,420	,651	,279	,584	,209	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.5	Pearson Correlation	,290**	,219*	,283**	,284**	1	,092	,136	,121	,005	,215*	,527**
	Sig. (2-tailed)	,006	,042	,008	,008		,398	,210	,263	,960	,045	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.6	Pearson Correlation	,243*	,121	,044	,087	,092	1	,277**	,257*	,195	,365**	,527**
	Sig. (2-tailed)	,024	,264	,686	,420	,398		,010	,016	,070	,001	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.7	Pearson Correlation	,180	,098	-,005	-,049	,136	,277**	1	,362**	,366**	,146	,494**
	Sig. (2-tailed)	,096	,368	,964	,651	,210	,010		,001	,000	,176	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.8	Pearson Correlation	,071	,143	-,149	,117	,121	,257*	,362**	1	,473**	,188	,520**
	Sig. (2-tailed)	,514	,186	,168	,279	,263	,016	,001		,000	,082	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.9	Pearson Correlation	,389**	,009	-,042	,059	,005	,195	,366**	,473**	1	,279**	,542**
	Sig. (2-tailed)	,000	,935	,700	,584	,960	,070	,000	,000		,009	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y.10	Pearson Correlation	,279**	,017	,166	,136	,215*	,365**	,146	,188	,279**	1	,545**
	Sig. (2-tailed)	,009	,876	,125	,209	,045	,001	,176	,082	,009		,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
	Pearson Correlation	,597**	,406**	,387**	,469**	,527**	,527**	,494**	,520**	,542**	,545**	1

Total_	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
Y	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

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

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

b. Uji Realibilitas

1) Uji Reabilitas Variabel Motivasi (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,630	10

2) Uji Reabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,666	10

2. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,710	2,958		4,973	,000
	Motivasi	,721	,073	,732	9,907	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,710	2,958		4,973	,000
	Motivasi	,721	,073	,732	9,907	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

c. Uji Determinan (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,732[a]	,536	,530	1,736

a. Predictors: (Constant), Motivasi

Lampiran 9 : Dokumentasi






Perbankan Syariah
Syariah
EPSON