

PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK SULSELBAR CABANG SYARIAH MAKASSAR

Lukytta Gusti Acfira¹, Mursalim², H. Amiruddin³

Universitas Muslim Indonesia

Email : luckytagustiacfira@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi nasabah terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada bank syariah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengetahuan nasabah (X1), kualitas dan layanan (X2), reputasi bank (X3), dan tingkat nilai margin (X4) sebagai variabel bebas, dan pengambilan pembiayaan murabahah (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan data primer dimana metode pengambilan data menggunakan metode kuesioner disebar salah satu kantor perbankan di kota Makassar yaitu Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Jumlah sampel yang datanya berhasil diolah yaitu sebanyak 30 responden. Metode pemilihan sampel yang digunakan yaitu metode *accidental sampling* dimana metode ini memilih sampel berdasarkan kebetulan. Survey dilakukan dari bulan Agustus hingga Oktober 2019. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji t. Data dianalisis dengan menggunakan program SPSS.

Hasil dari pengujian hipotesis didalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) variabel pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (3) reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, (4) tingkat nilai margin berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah

Kata kunci: *pengambilan pembiayaan murabahah, pengetahuan nasabah, kualitas dan layanan, reputasi bank, tingkat nilai margin.*

PENDAHULUAN

Selain perbankan konvensional, di Indonesia juga menerapkan sistem perbankan syariah dimana memiliki tugas pokok sebagaimana bank konvensional yaitu

menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk fasilitas pembiayaan. Perbedaan mendasar dari keduanya hanyalah bank syariah tidak menerapkan bunga dalam setiap kegiatannya. Di Indonesia perkembangan perbankan syariah sangat pesat. Tidak sedikit dari bank-bank syariah di Indonesia merupakan konversi dari bank-bank konvensional. Berdasarkan data Bank Indonesia, disebutkan bahwa murabahah masih mendominasi pembiayaan di bank syariah. Murabahah dapat diartikan sebagai akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli. Landasan hukum pembiayaan Murabahah di jelaskan dalam QS. An-Nisa/4:29 berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahnya:

Hai orang-orang beriman janganlah kamu makan hak sesamamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.

Bank Syariah pada umumnya telah menggunakan murabahah sebagai metode pembiayaan mereka yang utama, dengan jumlah pembiayaan yang lebih dominan dibanding dengan produk pembiayaan lain. Pada table 1 berikut ini, disajikan data perkembangan pembiayaan murabahah pada bank Syariah di Indonesia selama lima tahun terakhir :

Tabel 1. Data perkembangan pembiayaan murabahah 2014 - 2018

Tahun	Jumlah Penggunaan (Dalam Miliar)	Persentase Kenaikan (%)
2014	91.867	
2015	93.642	1,9%
2016	110.063	17,5 %
2017	114.458	3,9 %
2018	115.786	1,16 %

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2019

Data dari otoritas jasa keuangan (OJK) disebutkan bahwa pembiayaan murabahah dari tahun 2014 sampai tahun 2018 meningkat tiap tahunnya. Namun meskipun mengalami peningkatan, jika dilihat dari persentase tiap tahunnya, terdapat penurunan persentase penggunaan pembiayaan murabahah dari tahun 2016 sampai 2018. Dari 2014 sampai tahun 2015, penggunaan pembiayaan murabahah sebesar mencapai 1,9%. Kemudian pada tahun 2016 penggunaan

pembiayaan murabahah mengalami peningkatan drastis mencapai 17,5%. Namun pada tahun 2017 kembali terjadi penurunan pada penggunaan pembiayaan murabahah, yaitu hanya pada 3,9 %. Penurunan bahkan terjadi sampai tahun 2018 yaitu hanya 1,18 %. Hal ini menunjukkan bahwa masih kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan pembiayaan murabahah.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan, salah satunya pengetahuan nasabah tentang produk. Masih banyaknya nasabah yang tidak mengenal secara rinci tentang produk yang ditawarkan oleh bank-bank syariah. Selain pengetahuan, kualitas layanan juga menjadi faktor keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin banyak pula nasabah yang melakukan pembiayaan. Reputasi bank juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam mengambil pembiayaan. Semakin dikenal luasnya citra bank itu, maka semakin banyak pula nasabah yang datang untuk melakukan pengambilan pembiayaan. Selain pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan reputasi bank, faktor selanjutnya adalah tingkat nilai margin yang ditetapkan. Tidak dapat dipungkiri hingga saat ini masyarakat masih membandingkan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah. Salah satunya dari sisi bunga dan margin.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sholihah (2016) menyatakan bahwa pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Karima Karangpandan. Serta pengetahuan, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada BMT Karima Karangpandan. Setiyarini (2012) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Bumi Sekar Madani juga mengungkapkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, begitu juga dengan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah

TINJAUAN TEORITIS

A. Teori Pertukaran Sosial

Teori pertukaran sosial berakar pada sosiologi behavioris. Thibault dan Kelley memandang bahwa teori ini menggambarkan hubungan interpersonal sebagai suatu transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya. Salah satu motivasi memenuhi kebutuhan adalah adanya peningkatan nilai, dimana nilai tersebut merupakan sesuatu yang bernilai yang dikalikan dengan probabilitas

untuk mendapatkan hasil (keuntungan) yang lebih besar. Teori ini dikemukakan oleh Thibault dan Kelley untuk menerangkan hubungan dua orang dimana mereka saling tergantung untuk mencapai hasil-hasil yang positif, dan dinyatakan juga bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari segi gambaran dan biaya.

B. Teori Pengetahuan Immanuel Kant (1724 -1804)

Menurut Kant, pengenalan manusia merupakan sintesis antara unsur-unsur *a priori* dan unsur-unsur *a posteriori*, yaitu unsur rasio/akal dan juga unsur inderawi/pengalaman.

1. Teori *a priori* adalah pengetahuan yang bersumber tidak dari pengalaman langsung, melainkan dari 'aturan umum' yang 'dipinjam' dari pengalaman. Menurut Kant, kriteria pengetahuan *a priori* ada dua:

- *Idea of necessity* (keharusan), misalnya setiap peristiwa tentu ada penyebabnya.
- *Strict-absolute* (benar-benar absolut), misalnya semua benda memiliki berat.

2. Teori *a posteriori* atau pengetahuan empirik adalah pengetahuan yang bersumber dari pengalaman.

Menurut Kant, obyek pengetahuan ada dua, yaitu:

1. Nomena, adalah eksistensi yang dinalar akal (*intelligible existence*), yaitu sesuatu yang ada di dalam diri mereka sendiri dan difikirkan oleh akal. Masalah-masalah rasional itu adalah Tuhan, kebebasan dan keabadian jiwa.
2. Fenomena, adalah eksistensi indrawi dan menjadi obyek pengalaman dan obyek intuisi indrawi (*sensuous existence*), bukan sesuatu yang ada di dalam dirinya sendiri. Fenomena itu berupa materi dan ada dalam realitas indrawi. Fenomena adalah obyek dari pengalaman yang bersifat mungkin.

C. Teori Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Menurut Kotler, kualitas pelayanan merupakan sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain, dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Dimana poin utamanya adalah pelayanan yang merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli/ konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk.

D. Teori Reputasi

Menurut Charles J. Fomrun (1996) Reputasi dimulai dari identitas korporat sebagai titik pertama yang tercermin melalui nama perusahaan (logo) dan tampilan lain, misalnya dari laporan tahunan, borsur, kemasan produk, interior kantor, seragam karyawan, iklan, pemberitaan media, materi tertulis dan audio sosial. Identitas korporat juga berupa nonfisik, seperti nilai-nilai dan filosofi perusahaan, pelayanan, gaya kerja dan komunikasi, baik internal maupun kepada pihak luar. Menurut Fombrun, ada empat sisi reputasi korporat yang perlu ditangani, yaitu :

1. Credibility (kredibilitas di mata investor)
2. Trustworthiness (terpercaya dalam pandangan karyawan)
3. Reliability (keterandalan di mata konsumen)
4. Responsibility (tanggung jawab sosial).

E. PENETAPAN MARGIN KEUNTUNGAN DAN NISBAH BAGI HASIL DALAM BANK SYARIAH

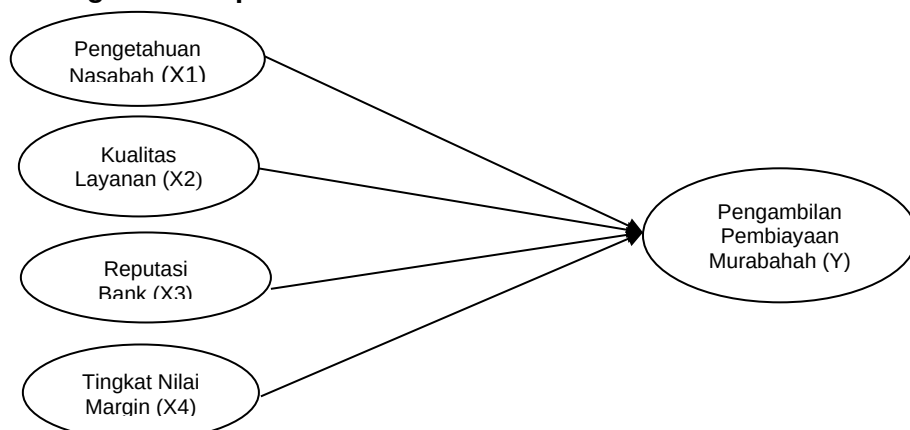
Selain istilah keuntungan, ada istilah lain yang lazim digunakan untuk menyebut perolehan pendapatan dalam perdagangan yang menggunakan akad murabahah, yaitu istilah margin. Dalam kamus ilmiah yang disusun oleh M.D.J. Albarry dkk, diterangkan bahwa 'margin dapat berarti keuntungan bersih'

Dalam Islam tidak ada sesuatu pun yang bebas nilai, segala sesuatu pasti ada batasan dan ketentuan-ketentuannya. Begitu pula dalam penentuan margin/laba, yang walaupun sebenarnya dalam penentuan laba adalah hak penjual, namun secara umum dapat dikatakan bahwa ada kriteria umum Islam yang dapat memberi pengaruh dalam penentuan batas laba, diantaranya sebagai berikut :

1. Nilai-nilai Iman, Akidah, serta Akhlak Pedagang
Menurut konsep Islam nilai-nilai akhlak, keimanan dan tingkah laku seorang pedagang muslim memegang peranan dalam penentuan kadar laba dalam transaksi dan muamalah.
2. Kelayakan dalam Penentuan Laba
Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba.

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kerangka Konseptual



Hipotesis

1. Kottler (2002) mengatakan bahwa pengetahuan juga merupakan suatu bentuk perubahan perilaku individu yang berasal dari pengalaman. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gaffar (2014) menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh pada keputusan nasabah dalam memilih bank Syariah. Dengan demikian dapat dihipotesiskan sebagai berikut:
H1= pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar.
2. Kualitas layanan merupakan hubungan antara harapan konsumen tentang persepsi dan pelayanan yang diterima, yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Atmojo (2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah. Dengan demikian dapat dihipotesiskan sebagai berikut:
H2 = Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank-Sulselbar Cabang Syariah Makassar.
3. Widowati (2018) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai representative kolektif atau serangkaian citra dan persepsi dari pendapat yang berbeda tentang perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Widowati dkk (2018) menunjukkan bahwa reputasi bank memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank. Dengan demikian dapat dihipotesiskan sebagai berikut:
H3 =Reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar.
4. Menurut Sumiyanto (2008) Margin Merupakan sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas terjadinya jual beli dengan nasabah. Azri (2018) menunjukkan bahwa tingkat margin pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan murabahah. Dengan demikian dapat dihipotesiskan sebagai berikut:
H4 =Tingkat nilai margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar.

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan berdasarkan karakteristik masalah, yaitu penelitian studi kasus dan lapangan (*Case and field study*). Dimana merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan

dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

i. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar yang terletak di Jalan DR. Ratulangi No. 16, Mangkura, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar

ii. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini akan dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan bulan September 2019.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif tipe Penelitian *survey*. Jenis penelitian ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variable-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Singarimbun dan Efendi dalam Suyatmin (2008) mendefinisikan penelitian *survey* yaitu penelitian yang mengambil sample dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan data secara langsung dari hasil penyebaran kuisioner yang diberikan kepada responden.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Indriantono dan Supomo (2013) menjelaskan bahwa Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2011), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *accidental sampling* dimana metode ini memilih sampel berdasarkan kebetulan, yaitu nasabah yang secara kebetulan/ incidental bertemu dengan peneliti, yang mana orang/ nasabah yang kebetulan ditemui itu cocok/ memenuhi kriteria sebagai sumber data. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 responden.

E. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan data secara

langsung dari hasil penyebaran kuisioner yang diberikan kepada responden untuk dijawab oleh responden.

F. Metode Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji reliabilitas dan validitas. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliable sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis, karena pengujian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji serta memastikan kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, dimana variabel tersebut terdistribusi secara normal, bebas dari multikolonieritas, dan heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

b. Uji Koefisien Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y).

c. Uji T (Pengujian Secara Parsial)

Dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

G. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi nasabah yang mana memuat beberapa faktor yang dianggap akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan murabahah. Adapun faktor yang dimaksud dianggap akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan murabahah yaitu:

1. Pengetahuan nasabah, Menurut Engel (2002), pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan dalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar yang disebut pengetahuan konsumen. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan nasabah adalah Tahu, Memahami, Aplikasi, Analisis, Sintetis, dan Evaluasi,
2. Kualitas dan Pelayanan adalah hasil dari perbandingan nasabah antara apa yang mereka harapkan dan apa yang mereka dapatkan dalam bank syariah. Menurut Prasuraman (2001), indikator-indikator yang digunakan untuk

mengukur kualitas pelayanan adalah Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, dan Produk-produk fisik

3. Reputasi bank Syariah. Nama dan reputasi bank yang sangat mempengaruhi pelanggan dalam memilih bank begitu pula dengan produk yang ditawarkan didalamnya. Peneliti terdahulu menyelidiki bahwa reputasi ditunjukkan sebagai salah satu kriteria penting dalam keputusan seleksi perbankan . adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variable reputasi menurut penelitian Selnes (1993 dalam Smith and Wright, 2005), adalah Nama baik, Reputasi dibanding pesaing, Dikenal Luas, dan Kemudahan diingat
4. Tingkat nilai margin, Menurut Sumiyanto (2008) margin dalam murabahah adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas terjadinya jual beli dengan nasabah dimana uang tersebut harus dibayarkan oleh penerima yaitu nasabah kepada bank sesuai dengan jadwal pembayaran yang telah disepakati bersama. Margin diatur sedemikian rupa sehingga dari segi profitabilitas juga mampu bersaing dengan Bank Konvensional. Menurut Sofiyah (2015), indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur margin keuntungan adalah Menggunakan system keuangan Syariah, Adanya kesepakatan keuntungan terlebih dahulu, Penempatan keuntungan margin tidak memberatkan, dan Tingkat resiko lebih kecil dan tidak memberatkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Berdiri dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan Tenggara. Pada tanggal 26 Mei 2011, Bank Sulsel resmi berganti nama menjadi Bank Sulselbar sehingga Bank Sulsel Cabang Syariah Makassar ikut berganti nama menjadi Bank Sulselbar Cab Syariah Makassar. Saat ini terdapat Bank Sulselbar memiliki Unit Usaha Syariah, yang merupakan unit usaha strategis bagi Bank Sulselbar yang menjalankan sistem perbankan melalui kegiatan operasional sesuai dengan prinsip syariah. UUS Bank Sulselbar dibentuk pada tanggal 28 April 2007, ditandai dengan pembukaan Kantor Cabang Syariah Sengkang di Kabupaten Wajo. Dilanjutkan dengan Pembukaan KCS Maros pada tanggal 28 November 2007, dan KCS Makassar pada Tanggal 30 November 2008. Saat ini kantor Bank Sulselbar Cabang SYariah Makassar beralamat JL. Dr. Sam Ratulangi, No. 16, Mangkura, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90125.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Kualitas Data

a. Uji validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, memperlihatkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari r table. Hal ini berarti bahwa data yang diperoleh telah valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

b. Uji reliabilitas data

No	Variabel	Alpha Cronbach's	Batas reliabilitas	Keterangan
1	Pengetahuan Nasabah	0,827	0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,915	0,60	Reliabel
3	Reputasi Bank	0,904	0,60	Reliabel
4	Tingkat Nilai Margin	0,910	0,60	Reliabel
5	Pengambilan Pembiayaan Murabahah	0,842	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha dari semua variable lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dari kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan variable pengetahuan nasabah, kualitas layanan, reputasi bank, tingkat nilai margin dan pengambilan pembiayaan murabahah yaitu dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variable.

2. Hasil Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Hasil pengujian normalitas yang dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Suatu persamaan regresi dikatakan lolos normalitas apabila nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi Z sebesar $0,772 > 0,05$.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,34337159
Most Extreme Differences	Absolute	,121
	Positive	,121
	Negative	-,118
Kolmogorov-Smirnov Z		,663
Asymp. Sig. (2-tailed)		,772
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

sumber: Output SPSS 21 (2019)

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari Tolerance value atau variance inflation factor (VIF), sebagai berikut:

1. Jika nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai tolerance < 0,10 dan VIF > 10, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan	,354	2,829
	Kualitas Pelayanan	,288	3,469
	Reputasi Bank	,315	3,176
	Tingkat Nilai Margin	,329	3,040
a. Dependent Variable: Pengambilan Pembiayaan Murabahah			

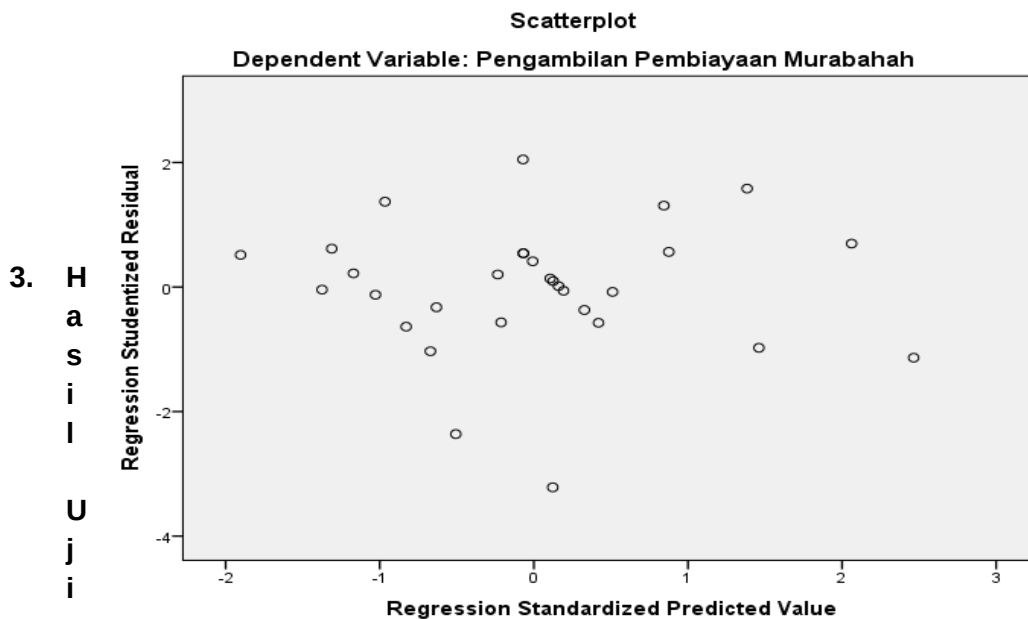
sumber: Output SPSS 21 (2019)

Berdasarkan hasil pengujian pada table diatas , karena VIF untuk semua variable memiliki nilai lebih kecil daripada 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variable independen.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan scatterplot. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hasil uji

heteroskedastisitas pada model ini menunjukkan bahwa grafik scatterplot antara menunjukkan pola penyebaran, dimana titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model ini.



Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas dan pelayanan, reputasi bank, dan tingkat nilai margin terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar, peneliti melakukan pengujian koefisien korelasi atau R dan pengujian koefisien determinasi atau R Square (R^2).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,923 ^a	,851	,827	1,44686
a. Predictors: (Constant), Tingkat Nilai Margin, Reputasi Bank, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan				

Sumber : Output SPSS 21 (2019)

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,851, hal ini berarti bahwa 85,1% pengambilan pembiayaan murabahah dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu pengetahuan nasabah, kualitas dan pelayanan, reputasi bank, dan tingkat nilai margin, sisanya sebesar 14,9% (100% - 85,1%)

dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing - masing atau secara parsial variabel independen (pengetahuan nasabah, kualitas dan pelayanan, reputasi bank, dan tingkat nilai margin) terhadap variabel dependen (pengambilan pembiayaan murabahah).

Model		Coefficients ^a		Standardiz ed Coefficient s Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1,500	2,676		,561	,580
	Pengetahuan	,279	,125	,291	2,241	,034
	Kualitas Pelayanan	,357	,141	,363	2,524	,018
	Reputasi Bank	,371	,160	,319	2,316	,029
	Tingkat Nilai Margin	,085	,240	,048	,354	,726

a. Dependent Variable: Pengambilan Pembiayaan Murabahah

Sumber : Output SPSS 21 (2019)

Hasil interpretasi atas hipotesis penelitian (H1, H2, H3, dan H4) yang diajukan dapat dilihat sebagai berikut :

a. Variable Pengetahuan Nasabah

Berdasarkan table dapat dilihat bahwa variable pengetahuan nasabah memiliki t hitung sebesar 2,241 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,034. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, berarti p value < 5%, yaitu $0,034 < 0,05$ dan diperoleh t table sebesar $(n)-k = 30-5 = 25$ t table 2,059. Ini berarti t hitung > t table, yaitu $2,241 > 2,059$ yang berarti *H1 diterima*. Maka variable pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah.

b. Variable kualitas pelayanan

Berdasarkan table 20 dapat dilihat bahwa variable kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar 2,524 > t table 2,059, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$ yang berarti *H2 diterima*. Maka variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah.

c. Variable reputasi bank

Berdasarkan table 20 dapat dilihat bahwa variable reputasi bank memiliki t hitung sebesar $2,316 > t$ table 2,059, dengan tingkat signifikansi sebesar

0,029 < 0,05 yang berarti *H3 diterima*. Maka variable reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah.

d. Variabel tingkat nilai margin

Berdasarkan table 20 dapat dilihat bahwa variable tingkat nilai margin memiliki t hitung sebesar $0,354 < t \text{ table } 2,059$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,0726 > 0,05$ yang berarti *H4 ditolak*. Maka variable tingkat nilai margin tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan nasabah tentang pembiayaan murabahah maka semakin besar minat nasabah dalam pengambilan pembiayaan murabahah, sebaliknya semakin rendah pengetahuan nasabah maka semakin rendah minat nasabah dalam pengambilan pembiayaan murabahah

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Artinya semakin . baik kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan, maka keputusan pengambilan pembiayaan juga akan semakin meningkat. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan buruk, maka keputusan pengambilan pembiayaan juga akan semakin rendah.

Pengaruh Reputasi Bank (X3) terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Y).

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi bank mampu meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang

Syariah Makassar. Semakin baik reputasi bank maka semakin tinggi tingkat pengambilan pembiayaan murabahah.

Pengaruh Tingkat Nilai Margin (X4) terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Y).

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel tingkat nilai margin berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah. Artinya bahwa nasabah tidak menjadikan tingkat nilai margin sebagai acuan utama mereka saat akan melakukan transaksi murabahah. Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Al Ghazali, dimana ia tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan adalah motif utama dalam perdagangan. Namun ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, dimana etika diturunkan dari nilai-nilai Islam. Keuntungan sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi nasabah yaitu pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, reputasi bank, dan tingkat nilai margin terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar mengenai persepsi nasabah terhadap pengambilan pembiayaan murabahah dapat diambil kesimpulan bahwa variable pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan reputasi bank masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Sedangkan variable tingkat nilai margin berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah

REFERENSI :

- Adiwarman, A Karim, 2010. Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan. Edisi 4. Penerbit Raja Grafindo Persada,
- Adi, Muhammad Izzuddin Kurnia, 2013. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Margin Pembiayaan Murabahah". *Thesis*. Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga.
- Al-Misri, Rafi Yunus, 1991. Al-Jami' fi Ushul ar-Riba. Damaskus: Dar al-Qalam.

Arisetiawan, Ronald, 2010. "Analisis Persepsi Akuntan Publik dan Mahasiswa Pendidikan Profesi Akuntansi Terhadap Kode Etik Ikatan Akuntan Indonesia". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Ascarya, 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Atmojo, Agung Purwo, 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Cabang Semarang)". *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Azri, Rizka Komala, 2018. "Pengaruh Tingkat Marginal Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah (pada BPRS Mitra Argo Usaha Bandar Lampung)". *Thesis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Intan Lampung.

Bank Indonesia, 2010. *Perbankan Syariah*. Jakarta: BI.

"Bank". *Wikipedia*. <http://id.wikipedia.org/wiki/Bank> (9 Mei 2019).

Brady, Michael K. dan J. Joseph Cronin, 2001. "Some Thought on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach". *Journal Of Marketing*, Vol. 65.

Cronin, J. Joseph dan Steven A. Taylor, 2002. "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension". *Journal Of Marketing*, Vol. 56.

Fahrudin A., Ahmad, 2008. *Akuntansi dan Ideologi*. Malang: UIN-Malang Press.

Fajriyah, Neneng, 2013. "Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCPTangerang Bintaro Sector III". *Skripsi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi UIN Syarif Hidayatullah.

Gaffar, Achmad Almuham, 2014. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Makassar)". *Skripsi*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasauddin.

Gasparz, Vincent, 2003. *Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 5; Semarang: BV Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 7; Semarang: BV Universitas Diponegoro.

Harahap, Sofyan Syafri, 2004. *Akuntansi Islam*. Cet. IV; Jakarta: Bumi Aksara.

- Hasan, Ali, 2010. Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah. Cet. I; Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ibrahim, Azharsyah dan Fitri, 2012. "Implikasi Penetapan Margin Keuntungan pada Pembiayaan Murabahah (Suatu Studi dari Perspektif Islam pada Baitul Qiradh Amanah).*Share*. vol 1, No. 2.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2013. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Cet.6; Yogyakarta:BPFE.
- Investor Daily Indonesia. "Pembiayaan Bank Muamalat Tumbuh 27,16 %". *Situs Resmi Investor Daily Indonesia*.<http://www.investor.co.id/home/pembiayaan-bank-muamalat-tumbuh-2716/82876> (17 Mei 2019).
- Juaedi, Achmad Tavip, dkk, 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Propinsi Riau)". *jurnal aplikasi manajemen*, vol. 10 no. 1.
- Kotler, Phillip, dkk, 2009. Marketing Management :An Asian Perspective, Fifth Edition. Jurong: Pearson Education South Asia.
- Martul, Shadiqqin, 2009. Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Pasien. Jakarta: Sinar Grafika.
- "Mengetahui Jual Beli Murabahah". *Situs Resmi Ekonomi Syariat*.<http://ekonomisyariat.com/fikih-ekonomi-syariat/mengetahui-jual-beli-murabahah.htm> (5 Agustus 2019).
- Mirawati, 2011. "Persepsi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pembiayaan Murabahah". *catalog dlm terbitan*, vol. 1.
- Mowen, John dan Michael Minor, 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Kelima, Jilid 2; Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muflih, Muhammad, 2006. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muhammad, 2007. Lembaga Ekonomi Syariah. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nurapriyani, Dwi, 2009. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2004-2007". *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga.
- Nurhayati, Sri, 2013. Akuntansi Syariah di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Perwataatmadja, Karnaen A dan Muhammad Syafi'i Antonio, 1999. Apa dan Bagaimana Bank Islam. Cet. III; Solo: PT Amanah Bunda Sejahtera.

Prasetyo, Dwi, 2010. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah dan Bai' Bitsaman Ajil (Studi Kasus pada BMT Mubaraak Wonosari Gunungkidul)". *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga.

Rahmat, Jalaluddin, 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Roda Karya.

Riwidikdo, Handoko, 2010. *Statistik kesehatan*. Cet. 4; Jogjakarta: Mitra Cendikia Pres.

Sa'ad, Andy Abdullah, 2010. "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah BMT Berkah Madani". *Skripsi*. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UI Syarif Hidayatullah.

Said, Muhammad, 2008. *Pengantar Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Suska Press.

Sari, Nurlita, 2013. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Rawamangun)". *Skripsi*. Bandung: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia,.

Setiyarini, Alima, 2012. "Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani". *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Sjahdeini, Sutan Remy, 1999. *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Sugiyono, 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sholihah, Ummi, 2016. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada BMT Karima Karangpandan)". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta.

Sujarweni, V Wiratna, 2014. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sunjoyo, dkk, 2013. *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfa beta.

Suyatmin dkk, 2008. "Persepsi Akuntansi terhadap Lingkungan kerja Akuntan Publik". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 7, no. 2.

Triswandari, Uchik, 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (persero) Rayon Makassar Timur". *Skripsi*. Makassar: Fak. Ekonomi UNHAS.

Triuwono, Iwan, 2009. *Perspektif, Metodologi, dan Teori Akuntansi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Widowati, Ayun Sekar. 2018. Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah, *Jurnal Nominal*, Vol. 7, No. 2.

Wiroso, 2005. Jual Beli Murabahah . Cet 1; Yogyakarta: UII Press.

Yaya R, dkk, 2009. Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer. Jakarta: Salemba Empat.

Yudiatmaja, Fridayana, 2013. Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.