

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor emosional, motivasi individu, sosial yang mempengaruhi minat pegawai universitas muhammadiyah yogyakarta dalam memilih pembiayaan murabahah pada islamic microfinance di (BMT UMY) serta mengetahui pengaruh emosional, motivasi individu, sosial terhadap pembiayaan murabahah di BMT UMY.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan objek penelitian BMT UMY. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada pegawai universitas muhammadiyah yogyakarta (nasabah) yang menggunakan produk pembiayaan murabahah pada islamic microfinance (BMT UMY). Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden yang dikategori nasabah universitas muhammadiyah yogyakarta yang masih aktif mengangsur dalam pembiayaan murabahah pada islamic microfinance (BMT UMY). Alat analisis yang digunakan adalah software SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara emosional dan motivasi individu terhadap minat pembiayaan murabahah. Hal ini dikarenakan faktor emosional dan motivasi individu salah satu bagian penting pendorong pegawai universitas muhammadiyah yogyakarta dalam memilih pembiayaan murabahah pada islamic microfinance. Ketertarikan dari individu dan emosional cenderung membuat nasabah bergerak dan bertindak untuk mencapai segala kebutuhannya. Sedangkan sosial tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dikarenakan sosial tidak termasuk pendorong utama seseorang melakukan suatu hal.

Kata kunci: faktor emosional, motivasi individu, sosial, minat pembiayaan murabahah.

ABSTRACT

This study aims to determine emotional factors, individual motivation, social influences on the interest of employees of the University of Muhammadiyah Yogyakarta in choosing murabahah financing for Islamic microfinance (BMT UMY) and knowing the emotional, individual, social motivation of murabahah financing in BMT UMY.

This type of research is quantitative research with the object of research BMT UMY. Data were collected through questionnaires distributed to Muhammadiyah University of Yogyakarta employees (customers) who used murabahah financing products in Islamic microfinance (BMT UMY). Respondents who were included in this study were 80 respondents categorized as customers of Muhammadiyah University of Yogyakarta who were still actively paying in murabahah financing on Islamic microfinance (BMT UMY). The analytical tool used is SmartPLS 3.0 software.

The results of this study indicate a significant positive influence between emotional and individual motivation on interest in murabahah financing. This is due to emotional factors and individual motivation, one of the important parts driving the Muhammadiyah University of Yogyakarta employees in choosing murabahah financing for Islamic microfinance (BMT UMY). Interest in individuals and emotions tends to make customers move and act to achieve all their needs. While social does not have a significant positive effect on customer interest. This is because social does not mean the main driver of someone doing something.

Keywords: emotional factors, individual motivation, social, interest in financing murabahah.