



PENGARUH FAKTOR BUDAYA DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH
TABUNGAN EMAS PADA PT PEGADAIAN
(PERSERO) UNIT PELAYANAN
SYARIAH SADABUAN
PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

ADELINA
NIM: 14 401 00078

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

TAHUN 2018



PENGARUH FAKTOR BUDAYA DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH
TABUNGAN EMAS PADA PT PEGADAIAN
(PERSERO) UNIT PELAYANAN
SYARIAH SADABUAN
PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

ADELINA
NIM: 14 401 00078

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

TAHUN 2018



PENGARUH FAKTOR BUDAYA DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH
TABUNGAN EMAS PADA PT PEGADAIAN
(PERSERO) UNIT PELAYANAN
SYARIAH SADABUAN
PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

ADELINA

NIM: 14 401 00078

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing I

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siragar, M. Ag

NIP. 19731128 200112 1 001

Pembimbing II

Jafar Nasution Lc., MEI

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2018**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihlang, Padangsidempuan-22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Adelina**
Lamp : 7 (tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, 02 Oktober 2018
Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Adelina**, yang berjudul "**Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan**" maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka diharapkan kepada saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan kepada Bapak Dekan atas kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Pembimbing I

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Pembimbing II

Ja'far Nasution Lc.,MEI

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **ADELINA**
NIM : 14 401 00078
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan, 02 Oktober 2018

Saya yang Menyatakan,



6000
RUPIAH

ADELINA
NIM : 14 401 00078

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adelina
NIM : 14 401 00078
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal 02 Oktober 2018
Yang menyatakan,



Adelina
ADELINA
NIM. 14 401 00078



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

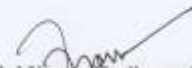
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4.5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : ADELINA
Nim : 14 401 00078
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah-3
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap
Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Pada
PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah
Sadabuan Padangsidempuan

Ketua

Sekretaris



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP.19790525 200604 1 004



Nofinawati, SEL, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP.19790525 200604 1 004


Nofinawati, SEL, MA
NIP. 19821116 201101 2 003


Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003


Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Sabtu/10 Nopember 2018
Pukul : 10.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/75.25 (B)
IPK : 3.63
Predikat : Cumlaud



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Silitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI :PENGARUH FAKTOR BUDAYA DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH
TABUNGAN EMAS PADA PT PEGADAIAN (PERSERO)
UNIT PELAYANAN SYARIAH SADABUAN
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : ADELINA
NIM : 14 401 00078**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah



Padangsidimpuan, 12 Nopember 2018
Dekan,

Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi ummat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan”**. Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Drs. Kamaluddin, M. Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati, S.E,I, M.A., Ketua Jurusan Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag., selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Ja'far Nasution Lc.,MEI., selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta yaitu kepada Ayahanda **Mistam** beliau adalah salah satu semangat saya agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong saya menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan Ibunda **Nurlan** yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, memberikan kasih sayang dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Terima kasih kepada kakak dan abang saya Sri Huri Handayani, Eka Prawira, Sri Bumi, Parida Hannum Nasution, Dian Marta Saputra dan Khoirul Sahbana Dlt yang telah memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Terimakasih untuk sahabat Perbankan Syariah-3 angkatan 2014 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, dan khususnya sahabat tersayang saya

Lenni Mariyati, Sepriliani, dan Masdalipah yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan motivasi sebagai sahabat..

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah Bapak/Ibu dan Saudara-saudari berikan amat sangat berharga, peneliti mungkin tidak dapat membalasnya dan tanpa kalian semua peneliti bukan siapa-siapa. Semoga Allah SWT dapat memberi imbalan dari apa yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti, sehingga peneliti masih perlu mendapat bimbingan serta arahan dari berbagai pihak demi untuk kesempurnaan penulisan ilmiah ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Padangsidempuan, 02 Oktober 2018

Penulis,

ADELINA
NIM. 14 401 00078

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translit erasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofthong dan vokal rangkap atau difthong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. *Ta marbutah* hidup yaitu *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati yaitu *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

4. ***Syaddah* (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan translit erasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam translit erasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : Adelina
NIM : 14 401 00078
Judul : Pengaruh Faktor Budaya Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan

Jumlah nasabah tabungan emas PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah mengalami fluktuasi dari Triwulan I tahun 2016 sampai dengan Triwulan IV 2017. Fluktuasi jumlah nasabah diakibatkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, yaitu factor budaya dan factor sosial. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh factor budaya dan factor social terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya dan social terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan secara parsial dan simultan.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori tentang perilaku konsumen dalam hal proses pengambilan keputusan dalam memilih produk. Selanjutnya teori factor budaya yang terdiri dari budaya, *subbudaya* dan kelas sosial. Terakhir teori tentang factor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, dan peran & status.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel adalah 78 sampel dengan teknik *simple random sampling* pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial factor budaya mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,405 > 1,665$). Factor sosial tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,695 < 1,665$). Sedangkan secara simultan variable factor budaya dan factor social mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan terlihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $4,085 > 2,37$ dengan $df = 75$. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa factor budaya, factor social mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan emas dengan nilai 9,8 % sedangkan 90,2 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Budaya, Sosial dan Keputusan Nasabah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA SIDANG MUNAQSAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	iv
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BABIPENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Definisi Operasional	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. KerangkaTeori.....	14
1. Pegadaian Syariah	14
2. Tabungan emas	15
a. Pengertian Tabungan Emas	15
b. Keunggulan Tabungan Emas.....	17
c. Prosedur Tabungan Emas	18
d. BiayaTransaksi	19
3. Teori Keputusan Nasabah.....	19
a. Pengertian Keputusan	19
b. Pengertian Nasabah	19
c. Pengertian Keputusan Nasabah	20
d. Model Sederhana Pegambilan Keputusan	21
e. Faktor-Faktor yang MempengaruhiKeputusan.....	23
f. Pengaruh Perilaku Konsumen.....	24
g. Keputusan Pembelian	25
4. Faktor Budaya	27

a. Budaya	28
b. Subbudaya	28
c. Kelas Sosial	29
5. Faktor Sosial	30
a. Kelompok Referensi	30
b. Keluarga	31
c. Perandan Status	31
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Pikir	33
D. Hipotesis	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Penelitian	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel	36
D. Instrumen Pengumpulan Data	38
E. Uji Validitas Data dan Reliabilitas Instrumen	40
F. Analisa Data	41
1. Uji Linieritas	41
2. Asumsi Klasik	42
a. Uji Multikolinearitas	43
b. Uji Heteroskedastisitas	44
3. Uji Regresi Linear Berganda	44
4. Uji Hipotesis	45
a. Uji t	45
b. Uji F	46
5. Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)	47

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	48
B. Deskriptif Data Penelitian	54
C. Pembahasan Deskriptif Data Penelitian	54
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	57
3. Uji Linieritas	58
4. Uji Normalitas	59
5. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Multikolonieritas	60
b. Uji Heteroskedastisitas	62
6. Uji Regresi Linear Berganda	62
7. Uji Hipotesis	64
a. Uji t	64
b. Uji F	66

8. Koefisien Determinasi Adjusted (R^2).....	66
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
E. Keterbatasan Penelitian	74
BAB VPENUTUP	
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Nasabah.....	5
Tabel I.2	Defenisi Operasional.....	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III. 1	Skor Pada angket.....	39
Tabel III. 2	Kisi-kisi Angket Variabel Keputusan Nasabah	40
Tabel III.3	Kisi-kisi Angket Variabel Budaya	40
Tabel III. 4	Kisi-kisi Angket Variabel Sosial	40
Tabel III.5	Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi.....	48
Tabel IV.1	Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	56
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Faktor budaya.....	57
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Faktor Sosial.....	57
Tabel IV.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel IV.5	Hasil Uji Linieritas Keputusan Nasabah dengan Faktor Budaya.....	59
Tabel IV.6	Hasil Uji Linieritas Keputusan Nasabah dengan Faktor Sosial.....	60
Tabel IV. 7	Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel IV.7	Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel IV.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel IV.9	Hasil Uji Regresi Berganda	64
Tabel IV.10	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	66
Tabel IV.11	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	67
Tabel IV.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah.....	53
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Valididasi Angket Faktor Budaya
- Lampiran 2 : Surat Valididasi Angket Faktor Sosial
- Lampiran 3 : Surat Valididasi Angket Keputusan Nasabah
- Lampiran 4 : Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliability
- Lampiran 6 : Uji Linear
- Lampiran 7 : Uji Normalitas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Multikolonierritas
- Lampiran 9 : Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10 : Uji Koefisien Determinasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut SK Menkeu RI No. 792 Tahun 1990, lembaga keuangan adalah semua badan yang kegiatannya bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama membiayai investasi perusahaan. Meski dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan, namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Dalam kenyataannya, kegiatan usaha lembaga keuangan bisa diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.¹

Struktur Sistem Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia terdiri dari Lembaga Keuangan Bank yang terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Selain itu, terdapat lembaga keuangan syariah lainnya yang terdiri dari pasar modal, pasar uang, perusahaan asuransi, dana pensiun, perusahaan modal ventura, lembaga pembiayaan syariah yang terdiri dari perusahaan sewa guna usaha, perusahaan anjak piutang, perusahaan kartu plastik, dan perusahaan pembiayaan konsumen. Ada pula lembaga keuangan mikro yang terdiri dari Pegadaian, Lembaga Pengelola Zakat, Lembaga Pengelola Wakaf, dan BMT.

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 27.

Pegadaian merupakan lembaga pembiayaan/perkreditan dengan sistem gadai. Perum (Perusahaan Umum) pegadaian saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Tugas pokok perum pegadaian adalah menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan pemberian uang pinjaman berdasarkan hukum gadai. Tugas tersebut dimaksudkan untuk membantu masyarakat agar tidak terjerat dalam praktik-praktik lintah darat.²

Perkembangan produk-produk berbasis syariah kian marak di Indonesia, tidak terkecuali Pegadaian. Perum Pegadaian mengeluarkan produk berbasis syariah yang disebut dengan Pegadaian Syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan atau bagi hasil.³

Selama kurun waktu lebih dari satu abad, Perum Pegadaian mampu menjadi kerabat masyarakat. Fungsi utama membantu meningkatkan kesejahteraan rakyat pun terus meningkat. Menjadi tempat berpaling saat masyarakat membutuhkan sekaligus menjadi solusi dari berbagai

²*Ibid.*, hlm. 53-54.

³Sigit Triandaru dan Totok Budi Sabtoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Edward Tanujaya, 2006), hlm. 223.

permasalahan keuangan sesuai dengan motto “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”⁴

Dalam perjalanannya, Pegadaian saat ini tidak hanya sebagai sebuah lembaga pembiayaan, namun telah berkembang sebagai solusi bisnis terpadu bagi masyarakat melalui ragam produk dan layanan yang diberikan, yakni produk pembiayaan gadai dan fidusia bagi masyarakat yang membutuhkan likuiditas (pendanaan), produk investasi emas secara mudah dan aman bagi masyarakat yang kelebihan likuiditas, serta produk aneka jasa (*remittance & payment*) bagi masyarakat yang membutuhkan layanan percepatan transaksi keuangan.

Pada tahun 2015 pegadaian syariah mengeluarkan produk baru yaitu tabungan emas yang peluncuran produknya pada bulan Juli tahun 2015. Tabungan emas adalah layanan jual beli, dan titipan emas logam mulia secara retail mulai dari pecahan 0,01 gram, dimana pembelian emas tersebut dicatat dalam suatu rekening tabungan emas. Fisik emas dapat dicetak apabila akumulasi emas yang ditabung minimal 5 gram.⁵ Selain itu keunggulan dari tabungan emas ialah tabungan emas tersedia di Kantor Cabang di seluruh Indonesia, pembelian emas dengan harga terjangkau (mulai dari berat 0,01 gram), layanan petugas yang profesional, alternatif investasi yang aman untuk

⁴ PT Pegadaian (Persero) Laporan Tahunan 2010, (www.pegadaian.co.id di akses 04 Maret 2017 pukul 10.53 WIB), hlm. 4.

⁵ PT Pegadaian (Persero), Laporan Tahunan 2015, (www.pegadaian.co.id di akses pada tanggal 21 April 2017), hlm. 56-61.

menjaga portofolio aset, mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan dana bagi nasabah.⁶

Emas sebagai investasi jangka panjang memiliki beberapa keunggulan yaitu keamanan, perlindungan, mudah dicairkan, tahan lama, terjangkau semua kalangan, beresiko rendah, bersifat pribadi dan fungsi emas bisa juga digunakan untuk pendanaan pendidikan, biaya kesehatan, untuk keperluan biaya naik haji, bahkan membeli rumah. Berbagai keunggulan tersebut menjadi dasar diminati sebagai alternatif investasi jangka panjang oleh masyarakat. Masyarakat yang memilih emas sebagai pilihan investasi akan memperhatikan harga pasaran emas, mengingat nilai investasi yang harus dikeluarkan akan tergantung pada harga pasaran emas yang terbentuk.

Di dalam budaya Indonesia, terutama di kepulauan Sumatera. Investasi emas sudah turun temurun dilakukan oleh para pendahulu mereka, seperti dalam proses upacara pernikahan, kelahiran seorang anak atau cucu, dan acara adat lainnya. Salah satu yang dipergunakan dalam prosesi adat atau budaya tersebut adalah emas perhiasan. Kelebihan investasi emas dalam bentuk perhiasan adalah sebagai simbol dari suatu daerah tertentu berdasarkan ukiran atau bentuk dari perhiasan atau bisa juga sebagai simbol dari kalangan tertentu pada lapisan bangsawan atau orang yang mampu. Perhiasan juga biasa menjadi perbedaan kelas sosial di lapisan masyarakat

⁶www.pegadaian.co.id, diakses 17 Maret 2016 pukul 10:32 WIB.

tertentu. Sehingga apabila semakin banyak orang mengenakan emas maka dianggap sebagai orang berada atau orang kaya.⁷

Harga emas di Indonesia memiliki kecenderungan selalu naik dan nilainya tidak terlalu signifikan jika turun karena ketika harga emas dalam harga dolar turun pada saat yang sama harga dolar terhadap rupiah cenderung menguat.⁸ Berdasarkan informasi yang disampaikan pada website www.m.liputan6.com bahwa pada Rabu pertama 2018 harga emas per gram Rp 637.000.⁹ Harga emas yang relatif tinggi tersebut dan kecenderungan untuk terus mengalami peningkatan penyebab pilihan investasi membutuhkan modal yang cukup besar. Keadaan ini menjadi keinginan sebagian masyarakat untuk berinvestasi pada emas tidak dapat dilakukan secara langsung karena harganya yang relatif tinggi. Hal ini memberikan peluang kepada PT Pegadaian (Persero) untuk memfasilitasi kebutuhan tersebut dengan memunculkan produk tabungan emas.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jumlah nasabah yang memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan.

Tabel I.1
Jumlah Nasabah Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero)
Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan
per Triwulan Tahun 2016-2017

No	Periode	Jumlah nasabah	Persentase
----	---------	----------------	------------

⁷<http://www.thegold.asia/kelebihan-berinvestasi-emas-dalam-bentuk-perhiasan/> di akses 06 Maret 2018 pukul 11:05 WIB.

⁸Joko Salim, *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini*, (Jakarta: Visimedia, 2010), hlm.2.

⁹www.m.liputan6.com diakses 19 Februari 2018 pukul 10:32 WIB .

1	Triwulan I 2016	3	3,85%
2	Triwulan II 2016	15	19,23%
3	Triwulan III 2016	0	0%
4	Triwulan IV 2016	11	14,10%
5	Triwulan I 2017	6	7,69%
6	Triwulan II 2017	15	19,23%
7	Triwulan III 2017	25	32,05%
8	Triwulan IV 2017	3	3,85%
Jumlah		78	100%

Sumber data: PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan (06 Maret 2018).

Berdasarkan tabel I.1 menunjukkan data pertambahan dan penurunan jumlah nasabah yang memilih tabungan emas pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan dari Triwulan I, II, III, IV tahun 2016 sampai pada Triwulan I, II, III, IV tahun 2017. Pada triwulan I 2016 jumlah nasabah tabungan emas sebesar 3 nasabah, kemudian triwulan II 2016 jumlah nasabah tabungan emas mengalami kenaikan sebesar 400% dari 3 nasabah menjadi 15 nasabah, pada triwulan III 2016 jumlah nasabah tabungan emas mengalami penurunan yaitu dari 15 nasabah menjadi tidak ada nasabah yang menabung, pada triwulan IV 2016 jumlah nasabah tabungan emas mengalami kenaikan sebesar 100% yaitu dari tidak ada nasabah menjadi 11 nasabah. Pada triwulan I 2017 jumlah nasabah tabungan emas mengalami penurunan sebesar 45,45% dari 11nasabah menjadi 6 nasabah, kemudian pada triwulan II 2017 jumlah nasabah tabungan emas mengalami kenaikan sebesar 150% dari 6 nasabah menjadi 15 nasabah, sedangkan pada triwulan

III 2017 jumlah nasabah mengalami kenaikan sebesar 66,67% dari 15 nasabah menjadi 25 nasabah, pada triwulan IV 2017 jumlah nasabah tabungan emas mengalami penurunan sebesar 88% dari 25 nasabah menjadi 3 nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada salah satu nasabah tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan, yaitu dengan Ibu Mega mengatakan alasannya menggunakan tabungan emas karena ingin berinvestasi emas dengan biaya yang murah yaitu pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0.01 gram dengan perkiraan sebesar Rp5.000,- an selain untuk berinvestasi Ibu Mega menggunakan tabungan emas untuk memperoleh perhiasan.¹⁰ Sedangkan Ibu yati mengatakan menggunakan produk tabungan emas karena teman dan keluarganya sudah menggunakan produk tersebut.¹¹

Secara teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya (budaya, *sub*-budaya, dan kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status), pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri), serta psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap) yang mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam adalah faktor budaya.¹² Sedangkan menurut Etta Mamang

¹⁰ Hasil Wawancara, Ibu Mega (Nasabah Tabungan Emas) PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan, 06 Maret 2018, jam 11.00 WIB.

¹¹ Hasil Wawancara, Ibu Yati (Nasabah Tabungan Emas) PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan, 06 Maret 2018, jam 11.45 WIB.

¹² Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 223.

Sangadji bahwa keputusan pembelian dipengaruhi tiga faktor yaitu faktor internal (faktor pribadi), faktor eksternal (budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok), dan faktor situasional. Faktor budaya memengaruhi strategi pemasaran perusahaan, diantaranya dalam hal gaya hidup, nilai-nilai/norma-norma, kepercayaan, kebiasaan, selera, dan kelas sosial masyarakat.¹³ Kebudayaan adalah pembentukan yang paling dasar dari keinginan dan perilaku orang.¹⁴

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa terjadi fluktuasi jumlah nasabah dari Triwulan ke Triwulan. Hal ini mungkin disebabkan oleh faktor budaya dan faktor sosial. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan “.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pada Triwulan III 2016 tidak ada nasabah menabung di tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.
2. Pada Triwulan I 2017 terjadi penurunan jumlah nasabah tabungan emas dari 11 nasabah menjadi 6 nasabah.

¹³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 22.

¹⁴ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm. 34-35.

3. Pada Triwulan IV 2017 terjadi penurunan nasabah dari jumlah 25 nasabah menjadi 3 nasabah.
4. Terjadinya fluktuasi jumlah nasabah yang memilih tabungan emas di PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan dari Triwulan I, II, III, IV 2016-Triwulan I, II, III, IV 2017 yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor budaya, faktor sosial dan faktor-faktor lainnya.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut.

1. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan?

3. Apakah faktor budaya dan faktor sosial berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan?

E. Defenisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam judul skripsi ini maka disini dibuat defenisi operasional variabel penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel I.2
Defenisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Skala pengukuran
1	Faktor Budaya (x_1) adalah variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Budaya 2. Subbudaya 3. Kelas sosial 	<i>Likert</i>
2	Faktor Sosial (x_2) adalah sebetuk kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat dan tingkah laku yang sama.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelompok referensi 2. Keluarga 3. Peran dan status 	<i>Likert</i>
3	Keputusan nasabah (Y) merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan membeli 	<i>Likert</i>

F. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian memiliki tujuan yang dapat mengarahkan kemana penelitian ini akan dibawa. Maksud dan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
2. Bagi pihak perusahaan, penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan untuk lebih meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dalam memilih produk-produk di Pegadaian Syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi dan dapat memperluas pengetahuan tentang produk-produk Pegadaian syariah.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan pengumpulan data dan gambaran secara ringkas mengenai Skripsi ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam lima bab yaitu:

BAB I, merupakan pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah yang berisikan alasan bagi peneliti untuk mengangkat judul dan identifikasi masalah yang harus dibahas. Penelitian ini dibatasi pada satu *dependent variable* (keputusan nasabah) dan 2 *independent variable* (faktor budaya dan faktor sosial). Sedangkan untuk rumusan masalah yaitu apakah terdapat pengaruh faktor budaya, dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan rumusan masalah maka akan tercapai tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

BABII, dalam Bab ini akan diuraikan tentang landasan teori menyangkut *independent variable* dan *dependent variable* sebagai dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan akan diuraikan pula penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Selain itu Bab ini juga berisi tentang hipotesis dan kerangka pikir.

BAB III, menjelaskan tentang metode penelitian berisi tentang lokasi dan waktu penelitian. Dijabarkan pula tentang jenis penelitian, populasi dan sampel dan sumber data yang didapatkan, serta instrumen pengumpulan data dari responden. Selanjutnya akan dibahas teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data yang sudah dikumpulkan dari objek penelitian.

BAB IV, Bab ini membahas isi pokok dari penelitian yang berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data, dan pembahasan sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

BAB V, merupakan Bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan dan saran bagi penelitian berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pegadaian Syariah

Pada zaman kemerdekaan pemerintahan, pemerintah Republik Indonesia mengambil alih usaha Dinas Pegadaian dan mengubah status menjadi Perusahaan Negara (1960) berdasarkan Undang-Undang No. 19 Prp, 1960. Pada tanggal 1969 PN pegadaian berubah menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan). Pada tahun 1990, dengan lahirnya PP No. 10/tahun 1990 tanggal 10 April 1990, sampai dengan terbitnya PP No. 103 tahun 2000, pegadaian berstatus sebagai Perusahaan Umum (Perum).

Sesuai dengan PP No. 103 tahun 2000 Pasal 8, Perum pegadaian melakukan kegiatan usaha utamanya dengan menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai serta menjalankan usaha lain, serta penyaluran uang pinjaman berdasarkan jaminan fidusia, layanan jasa titipan, sertifikat logam mulia, toko emas, industri emas dan usaha lainnya.¹

Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan/ atau bagi hasil.

¹Andri Soemitra, *Op. cit.*, hlm. 388-398.

Tujuan utama usaha pegadaian adalah mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh kepada tukangijon atau rentenir dengan bunga yang sangat tinggi. Perusahaan pegadaian menyediakan pinjaman uang dengan jaminan barang-barang berharga, jika seseorang membutuhkan dana, ia dapat mengajukan ke berbagai sumber dana, seperti meminjam uang di bank dan lembaga keuangan lain. Kendala utamanya adalah prosedur yang rumit dan memakan waktu yang relatif lebih lama, di samping persyaratan yang lebih sulit. Begitu pula, dengan jaminan barang-barang jaminan tertentu karena tidak semua barang dapat dijadikan jaminan bank.²

Proses transaksi di PT Pegadaian (Persero) sangat mudah, masyarakat cukup datang ke kantor PT Pegadaian (Persero) terdekat dengan membawa jaminan barang tertentu sehingga uang pinjaman pun dalam waktu singkat terpenuhi sesuai dengan nilai barang yang di jaminkan.

2. Tabungan Emas

a. Pengertian Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

Pengertian tabungan emas pada pegadaian syariah adalah layanan jual, beli, titipan emas logam mulia secara retail mulai dari

²Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm.281-282.

pecahan 0.01 gram, dimana pembelian emas tersebut dicatat dalam suatu rekening tabungan emas. Fisik emas dapat dicetak apabila akumulasi emas yang ditabung minimal mencapai 5 gram.³

Dari pengertian diatas peneliti dapat menarik kesimpulan dari pengertian tabungan emas. Bahwa Tabungan emas sama dengan tabungan biasa lainnya hanya saja tabungan emas bisa diperjualbelikan sedangkan tabungan biasanya hanya berupa titipan, dan tabungan emas merupakan suatu layanan yang mempermudah masyarakat untuk berinvestasi emas.

Secara umum, landasan dasar syariah menabung terdapat pada Al-qur'an surah Yusuf (12) ayat 47, 48 dan 49.

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعُ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ هُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَحْصِنُونَ ﴿٤٨﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُعَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْرِضُونَ

﴿٤٩﴾

Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan. kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur."⁴

³www.pegadaian.co.id, *Op. Cit.*

⁴STAI As-sunnah, Al-Quran dan Terjemahnya, (Depok: Sabiq, 2009), hlm: 241.

Kata *yughats*, apabila dipahami dari kata *ghaits/hujan*, terjemahannya adalah *diberi hujan*, dan jika ia berasal dari kata *ghauts* yang berarti pertolongan, ia berarti *perolehan manfaat yang sangat dibutuhkan guna menampik datangnya mudharat*.

Ulama menilai bahwa mimpi tersebut adalah isyarat kepada raja untuk mengambil langkah-langkah guna menyelamatkan masyarakat dari krisis pangan. Yaitu hendaklah dia menggemukkan tujuh ekor sapi agar dimakan oleh tujuh ekor sapi kurus dan menyimpan sebagian besar dari bahan pangan yang telah dituai tetap dalam bulirnya agar tetap segar dan tidak rusak oleh faktor cuaca dan sebagainya.⁵

Dari ayat diatas menganjurkan kepada umat Islam untuk menabung untuk masa depan dan mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan dengan finansial.

b. Keunggulan Tabungan Emas

Adapun keunggulan dari tabungan emas pada Pegadaian Syariah adalah:

- 1) Pegadaian Tabungan Emas tersedia di Kantor Cabang di seluruh Indonesia.
- 2) Pembelian emas dengan harga terjangkau (mulai dari berat 0,01 gram).
- 3) Layanan petugas yang profesional.

⁵M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm:112.

- 4) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- 5) Mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan dana.

c. Prosedur Tabungan Emas

Adapun prosedur tabungan emas adalah sebagai berikut:

- 1) Membuka rekening Tabungan Emas di Kantor Cabang Pegadaian hanya dengan melampirkan fotocopy identitas diri (KTP/ SIM/ Passpor) yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir pembukaan rekening serta membayar biaya administrasi sebesar Rp. 5.000,- dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000,-.
- 3) Proses pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0.01 gram dengan atau sebesar Rp. 5.330,- untuk tanggal hari ini (17-03-2016). Misalnya jika ingin membeli 1 gram, maka harganya adalah Rp. 533.000,- .
- 4) Apabila membutuhkan dana tunai, saldo titipan emas dapat dijual kembali (*buyback*) ke Pegadaian dengan minimal penjualan 1 gram dan dapat menerima uang tunai sebesar Rp. 518.000,- untuk tanggal 17-03-2016.
- 5) Apabila menghendaki fisik emas batangan, dapat melakukan order cetak dengan pilihan keping (5gr, 10gr, 25gr, 50gr, dan 100gr) dengan membayar biaya cetak sesuai dengan kepingan yang dipilih.
- 6) Minimal saldo rekening adalah 0.1 gram.

7) Transaksi penjualan emas kepada Pegadaian dan pencetakan emas batangan, saat ini hanya dapat dilayani di Kantor Cabang tempat pembukaan rekening dengan menunjukkan Buku Tabungan dan identitas diri yang asli.

d. Biaya Transaksi Tabungan Emas

Pembukaan rekening Rp 5.000,-transfer emas -pencetakan rekening Koran Rp.1.000,-pembukaan pemblokiran rekening -penggantian buku tabungan Rp.10.000,-penutupan rekening Rp. 30.000,-tambahan atas keterlambatan pengambilan emas cetak Rp. 20.000,-fasilitas titipan emas perbulan (dibebankan sekaligus diawal masa titipan selama 1 tahun) Rp. 2.500,- *) semua biaya sudah termasuk ppn 10%.

3. Teori Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Keputusan (*deciosion*) merupakan proses untuk memilih berbagai macam alternatif yang di tawarkan, dari sejumlah alternatif yang di kemukakan.⁶ Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang dan jasa.⁷

b. Pengertian Nasabah

⁶ Nur Asnawai dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 3.

⁷ Arifah Afriana, “Pengaruh Nilai Taksir Dan Biaya Ijarah Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Abdullah Dg. Sirua Makassar” (Skripsi, UIN ALAUDDIN Makassar, 2016), hlm. 18.

Defenisi nasabah dalam UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian yaitu nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah.⁸

Jadi kesimpulan dari pengertian nasabah di atas peneliti mengambil kesimpulan pengertian nasabah adalah masyarakat yang menempatkan dananya pada lembaga keuangan dalam bentuk simpanan atau masyarakat yang menggunakan layanan jasa dan produk lembaga keuangan yang berdasarkan perjanjian antara lembaga keuangan dengan nasabah yang bersangkutan.

c. Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang dan jasa, atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan.⁹

Secara etimologi pengambilan keputusan berarti mengambil menetapkan atas sesuatu. Sedangkan secara terminologi pengambilan

⁸www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-nasabah-debitur-penyimpanan.html. di akses 14 Mei 2018 pukul 13.47 WIB.

⁹ Arifah Afriana, *Op. Cit.*, hlm.19.

keputusan adalah suatu proses penetapan sesuatu dengan mana menetapkan itu dijadikan panduan rujukan bagi kegiatan berikutnya.

Menurut Pandji Anogara (1995) pengambilan keputusan adalah perumusan beberapa alternatif tindakan dalam menggarap situasi yang di hadapi serta penetapan pilihan yang antara beberapa alternatif yang tersedia, setelah di adakan pengevaluasian mengenai keefektifan masing-masing untuk mencapai sasaran para pengambil keputusan.¹⁰

d. Model sederhana pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai tiga tahap yang berbeda namun berhubungan satu sama lain: tahap masukan (*input*), tahap proses, dan tahap keluar (*output*).

- 1) Tahap masukan mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan atas produk dan terdiri dua sumber informasi utama: usaha pemasaran perusahaan (produk itu sendiri, harga, promosi dan dimana di jual) dan pengaruh sosiologis eksternal atas konsumen (keluarga, teman-teman, tetangga, sumber informal dan non-komersial lain, kelas sosial, serta keanggotaan budaya dan *subbudaya*). Dampak kumulatif dari setiap usaha pemasaran perusahaan, pengaruh keluarga, teman-teman, tetangga, dan tata perilaku masyarakat yang ada, semuanya merupakan masukan yang mungkin mempengaruhi apa yang di beli konsumen dan bagaimana mereka menggunakan apa yang mereka beli.

¹⁰ Amini, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Citapustaka media, 2004), hlm. 108-109.

- 2) Tahap Proses model ini memfokuskan pada cara konsumen mengambil keputusan. Berbagai faktor psikologis yang melekat pada setiap individu (motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian, dan sikap) mempengaruhi cara masukan dari luar pada tahap masukan mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan, pencarian informasi sebelum pembelian, dan evaluasi terhadap berbagai alternatif .pengalaman yang diperoleh melalui evaluasi alternatif, pada gilirannya akan mempengaruhi sikap psikologis konsumen yang ada.
- 3) Tahap keluar dalam model pengambilan keputusan terdiri dari dua macam kegiatan setelah mengambil keputusan yang berhubungan erat: perilaku membeli dan evaluasi setelah membeli. Perilaku membeli produk yang murah dan tidak tahan lama dapat dipengaruhi oleh kupon produsen dan sebetulnya bisa berupa pembelian percobaan; jika konsumen puas, dia mungkin mengulang pembelian. Percobaan merupakan tahap penyidikan pada perilaku pembelian, yakni konsumen menilai produk melalui pemakaian langsung. Pembelian ulang biasanya menandakan penerimaan akan produk. Evaluasi produk setelah pembelian, secara langsung memberikan pengalaman kepada konsumen dalam tahap proses dalam model ini.¹¹

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

¹¹Leon G Sciffiman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Index, 2004), hlm. 9.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu budaya (budaya, *sub*-budaya, dan kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status), pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri), serta psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap).¹²

Sedangkan menurut Etta Mamang Sangadji bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:

1) Faktor internal (faktor pribadi)

Pengaruh faktor internal atau faktor pribadi (persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan gaya hidup) kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila keterlibatan yang tinggi dan risiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal terdiri atas budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok. Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan.

3) Faktor situasional

¹² Philip Kotler dan Kevin Keller, *Op.Cit.*, hlm. 214.

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian.¹³

f. Pengaruh perilaku konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli.¹⁴

1) Faktor budaya

Budaya, *sub*-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Masing-masing budaya terdiri dari *sub*-budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. *Sub*-budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

2) faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.

3) Faktor Pribadi

¹³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Op.Cit.*, hlm. 41-47.

¹⁴ Nugroho J. Setiadi *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2010), hlm.24.

Keputusan pembelian juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup; pekerjaan; keadaan ekonomi; kepribadian dan konsep-konsep diri; serta nilai dan gaya hidup pembeli.

4) Faktor Psikologi

Satu perangkat psikologi berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan pembelian. Empat proses psikologi penting- motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori serta fundamental mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap berbagai rangsangan pemasaran.¹⁵

g. Keputusan Pembelian

1) Pengenalan Masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembelian menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar dan dahaga. Suatu kebutuhan dapat timbul karena disebabkan rangsangan eksternal seseorang yang melewati sebuah toko roti dan melihat roti yang baru selesai dibakar dapat merangsang rasa lapar.

2) Pencarian informasi

¹⁵Philip Kotler dan Kevin Keller, *Op.Cit.*, hlm. 214-226.

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi secara aktif di mana ia mencari bahan-bahan bacaan, menghubungi teman-temannya dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain.¹⁶

3) Evaluasi alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses keputusan konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentukan penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang di mana setiap merek berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

4) Keputusan membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor

¹⁶Nugroho J. Setiadi., *Op. Cit.*, hlm. 271-273.

yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seorang akan tergantung pada dua hal: (1) intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen, dan (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain tersebut akan semakin berhubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembeliannya.¹⁷

4. Faktor Budaya

Kata budaya berasal dari kata kerja latin colere (Inggris: *culture*) yang berarti mengerjakan tanah, mengolah dan memelihara ladang. Tetapi dalam perkembangannya kata ini mengalami perluasan arti sehingga mencakup juga aktivitas rohani manusia.¹⁸ Budaya adalah keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari yang membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarakat.¹⁹

Secara konsep budaya merupakan sekumpulan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku tertentu yang diperoleh dari lingkungan, keluarga, agama, dan kebangsaan, ras dan geografis.²⁰ Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas terhadap perilaku berbelanja konsumen.²¹

a. Budaya

¹⁷ *ibid.*, hlm. 273.

¹⁸ Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit.*, hlm. 255.

¹⁹ Leon G. Sciffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Op. Cit.*, hlm. 256.

²⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 51.

²¹ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 27.

Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Dengan kata lain, merupakan faktor yang paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian.

Dalam konteks perilaku konsumen, budaya didefinisikan sebagai keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari dan membantu mengatur perilaku konsumen para anggota suatu masyarakat tertentu. Kepercayaan dan nilai-nilai merupakan pedoman bagi perilaku konsumen, kebiasaan merupakan cara yang lazim dan diterima dalam berperilaku.

Dampak budaya atas masyarakat demikian alami dan berurat akar sehingga pengaruhnya kepada perilaku jarang diperhatikan. Namun, budaya memberikan cara, arah, dan pedoman kepada para anggota masyarakat di semua tahap pemecahan masalah manusia. Budaya bersifat dinamis dan secara berangsur-angsur dan terus-menerus berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.²²

b. *Sub*-budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari *subbudaya-subbudaya* yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. *Subbudaya* dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan geografis.²³ Banyak *subbudaya* merupakan segmen pemasaran

²²Leon G. Sciffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Op. Cit.*, hlm. 379.

²³*ibid.*, hlm. 268-269.

penting dan pemasar sering membuat rancangan produk khusus disesuaikan keinginan segmen.²⁴

c. Kelas Sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarkik dan keanggotaannya mempunyai niat, minat, dan perilaku yang serupa.²⁵ Kelas sosial menunjukkan perbedaan yang tegas dalam hal preferensi atas pakaian kelengkapan rumah, kegiatan santai, dan mobil.²⁶

d. Budaya dan Konsumen

Produk mempunyai fungsi, bentuk, dan arti. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka berharap tersebut menjalankan suatu fungsi membersihkan pakaian dalam hal detergen atau memberikan nutrisi dalam makanan.

Konsumen terus membeli produk hanya bila harapan mereka akan produk yang menjalankan fungsi tersebut dipenuhi dengan sangat baik. Namun, bukan hanya fungsi yang menentukan keberhasilan dalam memasarkan produk. Produk yang berhasil harus pula memenuhi harapan mengenai norma.

Kultur/budaya merupakan sesuatu yang perlu dipelajari. Konsumen tidak dilahirkan untuk spontan mengerti tentang nilai dan

²⁴Nembah F. Hartimbul Ginting, *Op. cit.*, hlm. 35.

²⁵Nugroho J. Setiadi, *Op. cit.*, hlm. 269.

²⁶Nembah F. Hartimbul Ginting, *Op. cit.*, hlm. 36.

norma atas kehidupan mereka melainkan mereka harus belajar tentang apa yang diterima dari keluarga dan teman-temannya.

5. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, yakni kelompok rujukan (*reference group*), keluarga, dan peran & status.

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa, diantara kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok referensi dari konsumen sasaran mereka. Orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara: *Pertama*, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. *Kedua*, mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jati diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin "menyesuaikan diri". *Ketiga*, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.²⁷

²⁷Nugroho J. Setiadi, *Op. cit.*, hlm. 269-271.

b. Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: *keluarga orientasi*, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orangtualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. *Keluarga prokreasi*, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.²⁸

c. Peran dan status

Seseorang dapat termasuk anggota dari banyak kelompok: keluarga, klub, organisasi sosial, dan perusahaan. Posisi seseorang dalam setiap kelompok bisa ditentukan menurut peran dan statusnya.²⁹

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh faktor budaya, dan faktor sosial yang mempengaruhi keputusan nasabah. Tabel II.1 sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian terdahulu

No	Penelitian	Judul	Hasil skripsi
1	Melda Yanti Harahap (skripsi IAIN)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah	Hasil penelitian diperoleh variabel promosi (x_1), pribadi (x_2) dan sosial (x_3) mempengaruhi

²⁸ *Ibid.*, hlm. 271.

²⁹ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Op. cit.*, hlm. 38.

	Padangsidimpuan, 2016)	memilih <i>Ar-rah</i> n pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok	keputusan nasabah (Y) memilih <i>Ar-rah</i> n pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok
2	Siti Khadijah Harahap (skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan investa cendekia di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Gunung Tua	Secara parsial faktor pribadi dan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan Investa Cendekia pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Gunung Tua. Secara simultan faktor bagi hasil, faktor pribadi dan faktor sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan investa cendekia pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Gunung Tua
3	Yeyen Fitriyani (skripsi UIN Syarif Hidaytullah, Jakarta, 1437 H/2016 M)	Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Ciputat	Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah adalah faktor pribadi dan psikologi dengan <i>eigen value</i> sebesar 36,254%. Kemudian faktor kedua yaitu faktor budaya dan sosial dengan <i>eigen value</i> sebesar 14,037%
4	Atin Yulaihah (skripsi UIN Syarif Hidaytullah, Jakarta, 2011)	Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (study kasus pada masyarakat Ciputat pengguna jasa perbankan syariah)	Secara parsial variabel pribadi dan psikologi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sedangkan variabel budaya dan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Secara simultan variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah:

- a. Penelitian Melda Yanti Harahap dilakukan pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok pada tahun 2016, sedangkan penelitian

ini dilakukan pada PT Pegadaian syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan pada tahun 2018. Indikator dalam penelitian Melda Yanti Harahap adalah faktor promosi, faktor pribadi, dan faktor sosial sedangkan indikator dari penelitian ini adalah faktor budaya dan faktor sosial.

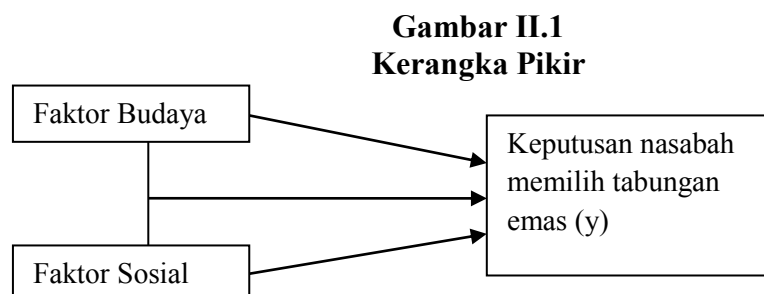
- b. Penelitian Siti Khadijah Harahap dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Gunung Tua tahun 2016, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan pada tahun 2018. Indikator dalam penelitian Siti Khadijah adalah faktor bagi hasil, faktor pribadi dan faktor sosial. Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.
- c. Penelitian Yeyen Fitriyani dilakukan pada PT Bank Syariah Ciputat tahun 2016, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan pada tahun 2018. Indikator dalam penelitian Yeyen Fitriyani adalah faktor budaya, sosial, pemasaran, pribadi dan psikologi. Sedangkan indikator penelitian ini adalah faktor budaya dan sosial.
- d. Penelitian Atin Yulaifah dilakukan pada PT Bank Syariah Ciputat tahun 2011, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan pada tahun 2018. Indikator dalam penelitian Atin Yulaifah adalah budaya,

sosial, pribadi dan psikologi. Sedangkan indikator penelitian ini adalah faktor budaya dan sosial.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir disebut juga sebagai kerangka model konseptual tentang bagaimana teori terhubung dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Berdasarkan landasan teori diatas, maka diperlukan sebuah analisa mengenai bagaimana pengaruh faktor budaya dan sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pegadaian syariah. Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, dapat digambarkan sebagai berikut.



Dari kerangka pikir diatas bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya (x_1) terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas (y) pegadaian syariah, pengaruh faktor sosial (x_2) terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas (y) pegadaian syariah secara parsial, serta pengaruh faktor budaya dan sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas (y) pegadaian syariah secara simultan.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang di ajukan. Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan hipotesis kausalitas. Hipotesis kausalitas yaitu hipotesis yang selain menggambarkan hubungan di antara variabel dua atau lebih variabel, juga menunjukkan variabel mana yang menjadi sebab dan variabel mana yang mana menjadi akibat dalam hubungan tersebut.

Ada beberapa jenis hipotesis yakni yang menyatakan hubungan (*korelasi*) dan perbedaan (*komparasi*). Menurut klasifikasi lain ada hipotesis nol dan hipotesis alternatif atau hipotesis kerja. Hipotesis alternatif atau hipotesis kerja adalah hipotesis yang berupa jawaban sementara terhadap rumusan masalah dan hipotesis yang akan diuji, sedangkan hipotesis nol di rumuskan karena teori yang digunakan masih diragukan keandalannya.³⁰

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pikir penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_{a1} = Terdapat pengaruh faktor budaya terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan.

H_{a2} = Terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2016), hlm. 64.

H_{a3} =Terdapat pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan yang berlokasi di Jl. Merdeka No 454 E Sadabuan Padangsidempuan Sumatera Utara, dan waktu penelitian dilaksanakan mulai Februari 2018 sampai dengan 02 Oktober 2018.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.¹ Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai budaya sebagai variabel x_1 , sosial sebagai variable x_2 , dan keputusan nasabah memilih tabungan emas sebagai variable Y.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian, dapat berupa manusia, wilayah geografis, waktu, organisasi, kelompok, lembaga, buku, kata-kata, surat kabar, majalah dan sebagainya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek, tetapi meliputi seluruh karakteristik

¹*Ibid.*, hlm: 4

yang dimiliki objek yang diteliti.² Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan emas di pegadaian unit pelayanan syariah sadabuan Padangsidempuan yang berjumlah 78 orang. Namun karena keterbatasan dana dan waktu maka peneliti menggunakan sampel untuk penelitian.

2. Sampel

Sampel adalah sebahagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³ Menurut Arikunto “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”⁴ Penetapan yang dilakukan oleh peneliti adalah berpedoman kepada pendapat Suharsimi Arikunto, bahwa subyeknya kurang dari 100 orang lebih baik diambil semua sebagai sampel, selanjutnya jika jumlah subyek lebih dari 100 orang dapat diambil di antara 10-25 %. Sampel berjumlah 78 nasabah dikarenakan jumlah responden kurang dari 100 orang.

Pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang dalam populasi itu.

D. Instrumen Pengumpulan Data

1. Angket

²Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2006), hlm. 68.

³*Ibid*, hlm. 68.

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta, PT.Rineka Cipta, 2006), hlm. 77.

Angket merupakan salah satu alat pengumpulan data yang paling lazim digunakan dalam penelitian.⁵ Menurut Arikunto angket atau kuisioner merupakan pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang diketahui.

Angket digunakan sebagai instrument dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sedangkan skala tingkat pengukuran menggunakan skala rasio. Skala rasio merupakan skala pengukuran yang menunjukkan kategori, peringkat, jarak, dan perbandingan *counstruct* yang diukur. Adapun rumusan angket yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 1
Skor pada Angket

Kategori Jawaban	Skor	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Selanjutnya, dalam penelitian ini peneliti membuat tabel kisi-kisi angket yang menerangkan pertanyaan positif dan pertanyaan negatif yang akan di jawab oleh responden sebagai berikut.

Tabel III. 2

⁵Syukur Kholil, *Op. cit.*, hlm. 97.

Kisi-kisi Angket Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Indikator	Nomor Soal	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1. Pengenalan masalah	1, 2	-
2. Pencarian informasi	3, 5	4
3. Evaluasi alternative	6,7	-
4. Keputusan membeli	8	9, 10

Tabel III. 3**Kisi-kisi Angket Variabel Faktor Budaya (x₁)**

Indikator	Nomor Soal	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1. Budaya	1, 2	3
2. Subbudaya	4, 5	-
3. Kelas Sosial	7, 8	6

Tabel III. 4**Kisi-kisi Angket Variabel Faktor Sosial (x₂)**

Indikator	Nomor Soal	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1. Kelompok referensi	1, 2, 3	-
2. Keluarga	4, 6	5, 7
3. Peran dan status	8	-

2. Wawancara

Wawancara juga lazim digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Wawancara sebagai teknik pengumpulan data sedikit lebih sulit dibanding dengan pemberian angket.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas instrument

1. Uji Validitas

Suatu skala disebut bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka ia tidak bermanfaat bagi peneliti karena

tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁶Kualitas instrumen data harus dinilai dengan uji validitas.Dalam hal ini uji validitas dilakukan pada instrumen tes. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *person product moment* dengan aplikasi SPSS (*Statistical Package Social Science*).⁷

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf yang signifikan 0,1.Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom (df) = n-2*, n adalah jumlah sampel.⁸ Adapun kriteria pengujian adalah:

- a. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan keterandalan suatu indikator yang ada pada instrumen ini tidak berubah-ubah, atau disebut dengan konsisten.⁹ Artinya bila suatu penelitian dilakukan dengan alat ukur yang sama lebih dari satu kali maka hasil penelitian itu seharusnya sama dan bila tidak

⁶ Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

⁷ Duwi Priyatno, *Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 51.

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), hlm. 165.

⁹ *Ibid.*, hlm. 175.

sama maka dikatakan perangkat ukur itu tidak reliabel.¹⁰ Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah pernyataan yang dinyatakan valid.¹¹

F. Analisa Data

Analisis dapat diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian. Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah metode SPSS Versi 23. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Linieritas

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak.¹²

Data yang baik seharusnya memiliki hubungan yang linier antara *independent variable* dan *dependent variable*. Pengujian data digunakan dengan SPSS menggunakan *Linearty* pada taraf signifikan 0,1.

a. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka dapat dikatakan mempunyai hubunganyang linier.

¹⁰Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 104.

¹¹Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 64.

¹²Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 79.

b. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linier.¹³

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.¹⁴ Model regresi yang baik hendaknya memiliki nilai residual yang berdistribusi secara normal. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data antara lain uji *chi-kuadrat*, uji *liliefors*, *One-Sample Kolmogorov Smirnov*. Untuk penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 23 dengan melihat *One-Sample Kolmogorov Smirnov*.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10 % atau 0.1 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $p > 0,1$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $p < 0,1$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang

¹³*Ibid.*

¹⁴Juliansyah Noor, *Op. Cit.*, hlm. 174.

signifikan antar *independent variable*.¹⁵ Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Multikolonieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar error regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*).¹⁶

1) Nilai *tolerance*

Untuk melihat kriteria pengujian multikolonieritas dengan menggunakan nilai *tolerance* yaitu jika nilai *tolerance* > 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolonieritas. Dan jika nilai *tolerance* < 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi terdapat multikolonieritas.

2) VIF (*Variance Inflation Factor*)

Apabila nilai VIF < 10 mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolonieritas dan jika nilai VIF > 10 mengindikasikan bahwa model regresi memiliki multikolonieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara 1

¹⁵Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 177.

¹⁶Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 176.

pengamat ke pengamat lain, model regresi yang baik adalah tidak terjadinya Heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *Scatter Plot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y.¹⁷

4. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Arikunto dikutip oleh Duwi Priyanto regresi linier berganda adalah analisis tentang hubungan antara *dependent variable* dengan dua atau lebih *independent variable*.¹⁸ Hubungan antara *dependent variable* yaitu Keputusan Nasabah (Y) dengan *independent variable* yaitu faktor budaya (X_1), dan faktor sosial (X_2) ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut:¹⁹

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + e$$

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1BUD + b_2SOS + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Nasabah

b_1BUD = Faktor Budaya

b_2SOS = Faktor Sosial

¹⁷ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: PT. Revika Adi Tama, 2013), hlm. 90.

¹⁸ Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 148.

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Op. Cit.*, hlm. 160.

- a = Konstanta
 e = *Standard Error*

5. Uji hipotesis

Pembuktian hipotesis yang diajukan dibagi dalam dua pembuktian. Pembuktian pertama yaitu pembuktian hipotesis secara parsial (Uji t) dan simultan (Uji F).

a. Uji signifikan parsial (Uji t)

Uji Signifikansi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu *independent variable* mempengaruhi *dependent variable*.²⁰ Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi 10%, dengan derajat kebebasan atau $df=(n-k-1)$.

Kriteria Pengujian:²¹

- 1) H_a diterima : Jika nilai $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya ada pengaruh yang signifikan antara *independent variable* secara parsial terhadap *dependent variable*.
- 2) H_0 diterima : Jika nilai $-t_{tabel} \leq t_{hitung}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara *independent variable* secara parsial terhadap *dependent variable*.

b. Uji simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua *independent variable* terhadap *dependent variable*.²² Menentukan F_{tabel} dan F_{hitung} dengan taraf signifikan sebesar 10% (0,1) dengan $df= (n-k-1)$. Dalam

²⁰Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 238.

²¹Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 161.

²²Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 139.

penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas produk, citra merek dan promosi untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu loyalitas pelanggan. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :²³

- 1) Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima. Berarti masing-masing *independent variable* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *dependent variable*.
- 2) Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_a ditolak, Berarti masing-masing *independent variable* secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *dependent variable*.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yaitu nilai untuk mengukur besarnya kontribusi X terhadap Y. Uji koefisien dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independent*.²⁴ *R-square* digunakan apabila menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan *adjusted R-square* digunakan apabila memiliki lebih dari dua *independent variable* dan untuk memperoleh model regresi yang baik seharusnya menggunakan *adjusted R*.²⁵

Untuk mengetahui besarnya *independent variable* dalam memengaruhi variabel *dependent* dapat diketahui melalui nilai koefisien

²³Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 158.

²⁴Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 240.

²⁵Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 156.

determinasi. Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi diantaranya:

Tabel III. 5.
Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan

Berdasarkan catatan sejarah yang ada, lembaga pegadaian dikenal di Indonesia sejak tahun 1746 yang ditandai dengan Gubernur Jendral VOC van Imhoff mendirikan Bank van Leening. Namun diyakini oleh bangsa Indonesia bahwa jauh sebelum itu, masyarakat Indonesia telah mengenal transaksi gadai dengan menjalankan praktik utang piutang dengan jaminan barang bergerak. Oleh karena itu, Perum Pegadaian merupakan sarana alternatif pertama dan sudah ada sejak lama serta sudah banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Apalagi di kota-kota besar dan kecil di seluruh Indonesia. Namun banyak orang yang merasa malu untuk datang ke kantor pegadaian terdekat. Hal itu, menunjukkan bahwa pegadaian sangat identik dengan kesusahan atau kesengsaraan bagi seseorang yang melakukan transaksi gadai. Oleh karena itu, tidak mengherankan bila yang datang ke kantor pegadaian pada umumnya berpenampilan lusuh dengan wajah tertekan. Namun, belakangan ini Perum Pegadaian mulai tampil dan membangun citra baru melalui berbagai media, termasuk media televisi dengan motto barunya, “Menyelesaikan Masalah Tanpa Masalah”.

Pemerintah baru mendirikan lembaga gadai pertama kali di Sukabumi Jawa Barat, dengan nama Pegadaian. Pada tanggal 1 April

1901 dengan Wolf Von Westerode sebagai kepala Pegadaian Negeri pertama, dengan misi membantu masyarakat dari jeratan para lintah darat melalui pemberian uang pinjaman dengan hukum gadai. Seiring dengan perkembangan zaman, Pegadaian telah beberapa kali berubah status mulai sebagai Perusahaan Jawatan (1901), Perusahaan di bawah IBW (1928), Perusahaan Negara (1960), dan kembali ke Perjan di tahun 1969. Baru di tahun 1990 dengan lahirnya PP10/1990 tanggal 10 April 1990 sampai dengan terbitnya PP103 tahun 2000 Pegadaian berstatus sebagai Perum dan merupakan salah satu BUMN dalam lingkungan Departemen Keuangan Republik Indonesia hingga sekarang.

Terbitnya PP/10 tanggal 1 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan Pegadaian. Satu hal yang perlu dicermati bahwa PP10 menegaskan misi yang harus diemban oleh Pegadaian untuk mencegah praktik riba. Misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP103/2000 yang dijadikan landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian sampai sekarang.

Pada saat ini Pegadaian Syariah sudah berbentuk sebagai sebuah lembaga. Ide pembentukan Pegadaian Syariah selain karena tuntutan idealisme juga dikarenakan keberhasilan terlembaganya bank dan asuransi syariah. Setelah terbentuknya bank, BMT, BPR, dan asuransi syariah, maka Pegadaian syariah mendapat perhatian oleh beberapa praktisi dan akademisi untuk dibentuk dibawah suatu lembaga sendiri. Keberadaan Pegadaian Syariah atau *Rahn* lebih dikenal sebagai bagian

produk yang ditawarkan oleh bank syariah, dimana bank menawarkan kepada masyarakat bentuk penjaminan barang guna mendapatkan pembiayaan.

Mengingat adanya peluang dalam mengimplementasikan *Rahn*/gadai syariah, maka Perum Pegadaian bekerja sama dengan Lembaga Keuangan Syariah melaksanakan *Rahn* yang bagi Pegadaian dapat dipandang sebagai pengembangan produk, sedang bagi Lembaga Keuangan Syariah dapat berfungsi sebagai kepanjangan tangan dalam pengelolaan produk *Rahn*. Untuk mengelola kegiatan tersebut, Pegadaian telah membentuk Divisi Usaha Syariah yang semula dibawah binaan Divisi Usaha Lain.¹

Hingga saat ini, Perum Pegadaian syariah telah memiliki banyak kantor wilayah seluruh Indonesia yang membawahi kantor cabang syariah, tidak terkecuali kota Padangsidempuan. Di kota Padangsidempuan sudah didirikan kantor cabang syariah PT Pegadaian (Persero) yang beralamat di Halaman Bolak Padangsidempuan Utara dengan nama Perusahaan PT Pegadaian (Persero) Cabang Halaman Bolak.

Sehubungan kota Padangsidempuan merupakan kota yang sedang berkembang dan juga memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak serta rata-rata mata pencariannya adalah pedagang rasanya tidak cukup hanya satu Pegadaian Syariah saja yang ada di Padangsidempuan.

¹www.Sejarah-pegadaian-syariah-di-indonesia.html.di akses pada Tanggal 20 Januari 2018 pukul 20:14 WIB.

Sehingga pada tanggal 26 Agustus 2008 didirikanlah kantor unit pegadaian syariah yang beralamat di sadabuan dengan nama perusahaan PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

b. Misi

- 1) memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

3. Budaya Perusahaan

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Perseroan, maka telah ditetapkan budaya perusahaan yang harus selalu dipelajari, dipahami,

dihayati, dan dilaksanakan oleh seluruh insan Pegadaian yaitu jiwa INTAN yang terdiri dari:

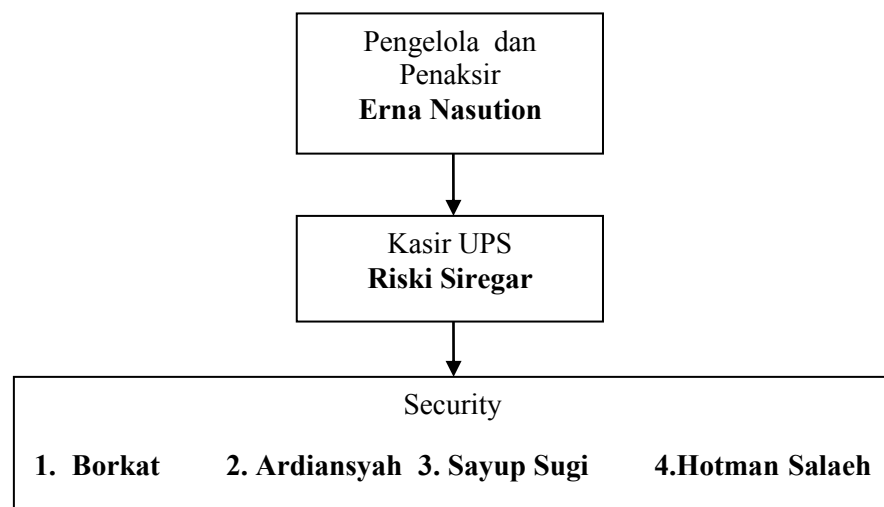
- a. Inovatif
- b. Nilai moral tinggi
- c. Terampil
- d. Adil layanan
- e. Nuansa citra

4. Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero)

Gambar IV.1

Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah

Sadabuan Padangsidempuan



Sumber: PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan

Padangsidempuan

5. Produk dan Jasa PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah

Sadabuan

Untuk memperoleh manfaat dari Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah, ada beberapa produk dan jasa sebagai berikut:

a. *rahn*

produk *rahn* memberikan pinjaman dengan syarat penahanan agunan yaitu bisa berupa emas, perhiasan, berlian, elektronik dan kendaraan bermotor.

b. Arrum

Produk arrum sama dengan *rahn* yaitu memberikan skim pinjaman. Biasanya pinjaman ini diberikan kepada pengusaha mikro dan UKM dengan menjaminkan BPKB kendaraan dengan kata lain barang bergerak.

c. Program Amanah

Pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor dengan prinsip syariah untuk karyawan tetap. Skip pinjaman dari program amanah sama dengan produk arum, tetapi pinjaman biasanya difungsikan untuk nasabah yang ingin memiliki kendaraan.

d. Produk Mulia

Produk mulia memberikan pinjaman berjangka, program mulia merupakan produk yang berfungsi untuk melayani investasi jangka panjang nasabah. Penjualan mulia tunai maupun angsuran baik perorangan maupun arisan dengan pilihan berat.

e. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

f. *Remittance* (Solusi Mudah Penagiriman/Penerimaan Uang)

Layanan pengirim dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri bekerja sama dengan Western.

g. MPO (Multi Pembayaran Online)

Layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan seperti listrik, telepon, PDAM, pembelian pulsa handphone, TV berlangganan, Suzuki Finance.

B. Deskripsi Data Penelitian

Dari lokasi penelitian, peneliti mendapatkan data dari PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan yang disusun dalam bentuk tabel. Adapun data tersebut yaitu jumlah tabungan emas.

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui ” sejauh mana pengaruh faktor budaya dan pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan emas pada pegadaian syariah” melalui penyebaran kuisioner kepada 78 responden yang menjadi sampel penelitian. Pada analisis deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui data tunggal. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian

C. Pembahasan Deskriptif Data Penelitian

Untuk menguji data penelitian, dilakukan pengujian secara kuantitatif dengan menghitung data yang diperoleh dari responden yang dijadikan sebagai sampel. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Package Social Science*) versi 23.0. Adapun hasil penelitian dari peneliti sebagai berikut:

2. Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kesahihan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur yang diukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Uji validitas yang digunakan untuk menguji 10 butir pernyataan untuk keputusan nasabah, 8 butir pernyataan untuk faktor budaya, 8 butir pernyataan untuk faktor sosial. Hasil dari uji validitas penelitian yaitu:

a. Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

Tabel IV.1
Uji Validitas Keputusan Nasabah

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,335	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=76$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,187$	Valid
2	0,539		Valid
3	0,190		Valid
4	0,747		Valid
5	0,560		Valid
6	0,601		Valid
7	0,243		Valid
8	0,403		Valid
9	0,495		Valid
10	0,595		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.0

Pada Tabel IV. 1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel keputusan nasabah dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 10 dinyatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df= 76$ dimana nilai r_{tabel} 0,187.

b. Uji Validitas Faktor Budaya

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Faktor budaya

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,434	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df= 76$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,187$	Valid
2	0,479		Valid
3	0,445		Valid
4	0,550		Valid
5	0,678		Valid
6	0,445		Valid
7	0,672		Valid
8	0,470		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.0

Pada Tabel IV. 2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel faktor budaya dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 8 dinyatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df= 76$. Dimana nilai r_{tabel} sebesar 0,187.

c. Uji Validitas Faktor Sosial (X_2)

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Faktor Sosial

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,421	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df= 76$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh	Valid
2	0,530		Valid
3	0,512		Valid
4	0,272		Valid
5	0,684		Valid
6	0,472		Valid

7	0,678	$r_{\text{tabel}} = 0,187$	Valid
8	0,511		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.0

Pada Tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel faktor sosial dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 8 dinyatakan valid karena memiliki $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = 76$. Dimana nilai r_{tabel} sebesar 0,187.

3. Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Dimana kuesioner dianggap reliabel apabila $Cronbach's Alpha > 0,60$. Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu:

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
Keputusan Nasabah	.625	10
Faktor Budaya	.612	8
Faktor Sosial	.603	8

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.0

Hasil uji reliabilitas keputusan nasabah pada tabel IV.4 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,625. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,625 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel keputusan nasabah (Y) dinyatakan reliabel. Selanjutnya hasil uji reliabilitas pada faktor budaya diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,612. Nilai *Cronbach's*

$Alpha_{0,612} > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor budaya (X_1) dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas faktor sosial diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,603. Nilai *Cronbach's Alpha* $0,603 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor sosial (X_2) dinyatakan reliabel.

4. Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *linearity* pada taraf signifikansi 0,10. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikansi $<$ dari 0,10.

a. Uji Linieritas Keputusan Nasabah dengan Faktor Budaya

Tabel IV. 5
Hasil Uji Linieritas Keputusan Nasabah dengan Faktor Budaya
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KN Betwe (Combined)	154.287	12	12.857	1.421	.179
* en					
BU Group Linearity	68.617	1	68.617	7.584	.008
D s Deviation from Linearity	85.670	11	7.788	.861	.582
Within Groups	588.085	65	9.047		
Total	742.372	77			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23.0

Hasil uji linieritas antara keputusan nasabah dan faktor budaya pada tabel IV.5 diketahui bahwa data tersebut memenuhi asumsi linieritas dengan melihat nilai linier. Nilai linier signifikan $0,008 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel

keputusan nasabah dengan faktor budaya terdapat hubungan yang linier.

- b. Uji Linieritas Keputusan Nasabah dengan Faktor sosial

Tabel IV.6
Hasil Uji Linieritas Keputusan Nasabah dengan Faktor Sosial

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
K	Between	(Combined)	131.768	11	11.979	1.295	.247
N	Groups	Linearity	21.316	1	21.316	2.304	.134
*		Deviation from	110.451	10	11.045	1.194	.311
S		Linearity					
O							
S	Within Groups		610.604	66	9.252		
	Total		742.372	77			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23.0

Hasil uji linieritas antara keputusan nasabah dan faktor sosial pada tabel IV.6 diketahui bahwa data tersebut memenuhi asumsi linieritas dengan melihat nilai linier. Nilai linier signifikan $0,134 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel keputusan nasabah dengan faktor sosial tidak terdapat hubungan yang linier.

5. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan berdasarkan pada metode uji *one sample kolmogorov smirnov*.

Tabel IV. 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		BUD	SOS	KN
N		78	78	78
Normal	Mean	28.37	29.08	32.91
Parameters	Std. Deviation	2.787	2.416	3.105
a.,b				
Most	Absolute	.106	.136	.168
Extreme	Positive	.083	.108	.168
Differences	Negative	-.106	-.136	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.938	1.201	1.483
Asymp. Sig. (2-tailed)		.343	.112	.025

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.0

Untuk menilai p dapat diambil dari nilai absolute dan dapat juga diambil dari nilai kolmogorov smirnov Z.

Hasil uji normalitas pada tabel IV.7 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel budaya lebih dari 0,10 ($0,106 > 0,10$) maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, variabel sosial ($0,136 > 0,10$) lebih dari $p > 0,10$ maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, sedangkan keputusan nasabah ($0,168 > 0,10$) maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

6. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolonierritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya korelasi antara *independent variable*. Apabila

nilai VIF (*variance inflation factor*) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel IV. 7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	24.870	4.150		5.992	.000		
Bud	.429	.178	.385	2.405	.019	.469	2.133
Sos	-.142	.205	-.111	-.695	.489	.469	2.133

a. Dependent Variable: KN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23.0

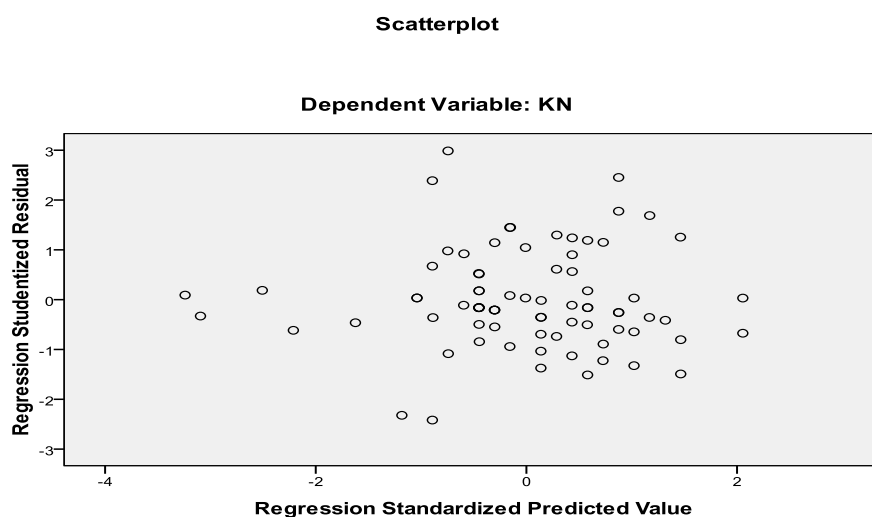
Berdasarkan tabel IV.7 di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari faktor budaya adalah $0,469 > 0,1$, variabel faktor sosial adalah $0,469 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua *independent variable* lebih besar dari 0,1. Dari penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara *independent variable*.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF variabel faktor budaya adalah $2,133 < 10$, dan variabel faktor sosial sebesar $2,133 < 10$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua *independent variable* lebih kecil dari 10. Sehingga tidak terjadi multikolinearitas antara *independent variable*.

b) Uji Heteroskedastisitas

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji heterokedastisitas dengan uji *Scatter Plot*.

Tabel IV. 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *Scatter Plot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y.

7. Analisis regresi berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini

Tabel IV. 9
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	24.870	4.150	
BUD	.429	.178	.385
SOS	-.142	.205	-.111

a. Dependent Variable: KN

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV.11, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + e$$

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1BUD + b_2SOS + e$$

$$Y = 24.870 + 0.429 BUD - 0.142 SOS$$

Keterangan:

Y = Keputusan Nasabah

b_1BUD = Faktor budaya

b_2SOS = Faktor sosial

a = Konstanta

e = *Standard Error*

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai Konstanta adalah sebesar 24.870 satuan menyatakan bahwa jika faktor budaya, faktor sosial di asumsikan 0 maka keputusan nasabah

tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangdidimpuan sebesar 24.870 satuan.

- b. Nilai Koefisien regresi faktor budaya adalah sebesar 0,429 satuan. Artinya jika faktor budaya diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat keputusan nasabah sebesar 0,429 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor budaya dengan keputusan nasabah.
- c. Nilai Koefisien regresi faktor sosial adalah sebesar -0,142 satuan. Artinya jika faktor sosial diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat keputusan nasabah sebesar -0,142 satuan. Koefisien bernilai negative artinya terjadi hubungan negatif antara faktor sosial dengan keputusan nasabah.

8. Uji hipotesisi

a) Uji signifikan parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi *independent variable* kualitas faktor budaya dan faktor sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *dependent variable* keputusan nasabah. Adapun hasil analisis regresi sebagai berikut:

Tabel IV. 10
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	24.870	4.150		5.992	.000
BUD	.429	.178	.385	2.405	.019
SOS	-.142	.205	-.111	-.695	.489

a. Dependent Variable: KN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23.0

Untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $78 - 2 - 1 = 75$, dengan menggunakan uji dua sisi $10\% : 2 = 5\%$ (0,05). Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,665 jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima.

Pada variabel faktor budaya adalah $2,40 > 1,665$ maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel faktor budaya terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk variabel faktor sosial adalah $-0,695 < 1,665$ maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

b) Uji simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua *independent variable* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap *dependent variable*. Adapun hasil uji simultan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	72.924	2	36.462	4.085	.021 ^a
Residual	669.448	75	8.926		
Total	742.372	77			

a. Predictors: (Constant), SOS, BUD

b. Dependent Variable: KN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23.0

Hasil uji simultan pada tabel IV.10, nilai F_{hitung} sebesar 4.085 dan $F_{tabel 2,37}$ dengan $df=75$. Maka diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

9. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted r Square*) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari *variable independen* (X) terhadap *variable dependen* (Y) dan hanya digunakan apabila memiliki lebih dari dua *independent variable*, sedangkan sisanya

dipengaruhi oleh *independent variable* yang tidak dimasukkan kedalam model. Adapun hasil dari koefisien determinasi (*Adjusted r Square*) sebagai berikut:

Tabel IV. 12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.313 a	.098	.074	2.988

a. Predictors: (Constant), SOS, BUD

b. Dependent Variable: KN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel IV.12 diperoleh nilai R sebesar 0,098, artinya korelasi antara variabel faktor budaya, faktor sosial terhadap keputusan nasabah sebesar 0,098. Hubungan antara faktor budaya, faktor sosial terhadap keputusan nasabah berada pada interpretasi hubungan yang sangat rendah, hal ini sesuai dengan tabel. Nilai *R square* sebesar 0,098 artinya faktor budaya, faktor sosial mampu menjelaskan keputusan nasabah sebesar 9,8 % sedangkan 90,2 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Nilai *adjusted R square* = 0,098 artinya faktor budaya, faktor sosial mampu menjelaskan *dependent variable* keputusan nasabah sebesar 9,8% sedangkan 90,2% dijelaskan oleh variabel lain.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan, data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 23 diketahui bahwa.

1. Hasil uji Validitas dengan menguji 10 butir pertanyaan untuk keputusan nasabah, 8 butir pertanyaan untuk faktor budaya dan 8 butir pertanyaan untuk faktor sosial, hasil uji validitas penelitian yaitu:
 - a. Uji validitas keputusan nasabah (y) disimpulkan bahwa angket keputusan nasabah dari 1 sampai dengan 10 pernyataan dinyatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 76$ dengan nilai $r_{tabel} 0,187$.
 - b. Uji validitas faktor budaya disimpulkan bahwa angket faktor budaya dari 1 sampai dengan 8 pernyataan dinyatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 76$ dengan nilai $r_{tabel} 0,187$.
 - c. Uji validitas faktor sosial disimpulkan bahwa angket faktor sosial dari 1 sampai dengan 8 pernyataan dinyatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 76$ dengan nilai $r_{tabel} 0,187$.
2. Reliabilitas dengan menggunakan metode *cronbah's Alpha* dimana kuisisioner dianggap *reliable* apabila *cronbah's Alpha* $> 0,60$. Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu:

- a. Hasil reliable keputusan nasabah diperoleh nilai *cronbah's Alpha* sebesar 0,625. Nilai *cronbah's Alpha* ($0,625 > 0,60$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan nasabah di nyatakan *reliable*.
 - b. Hasil reliable faktor budaya diperoleh nilai *cronbah's Alpha* sebesar 0,612. Nilai *cronbah's Alpha* ($0,612 > 0,60$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor budaya di nyatakan *reliabel*.
 - c. Hasil reliable faktor sosial diperoleh nilai *cronbah's Alpha* sebesar 0,603. Nilai *cronbah's Alpha* ($0,603 > 0,60$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial di nyatakan *reliabel*.
3. Hasil uji linieritas dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikan $<$ dari 0,10.
- a. Hasil uji linieritas antara keputusan nasabah dengan budaya diketahui bahwa data tersebut memenuhi asumsi linieritas dengan melihat nilai linier. Nilai linier signifikan $0,008 < 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel keputusan dengan faktor budaya terdapat pengaruh yang linier.
 - b. Hasil uji linieritas antara keputusan nasabah dengan sosial diketahui bahwa data tersebut memenuhi asumsi linieritas dengan melihat nilai linier. Nilai linier signifikan $0,134 > 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel keputusan dengan faktor sosial tidak terdapat pengaruh yang linier.

4. Hasil Uji Multikolonieritas apabila nilai VIF < dari 10 dan nilai *tolerance* > dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi Multikolonieritas, adapun hasil Uji Multikolonieritas yaitu:
 - a. Nilai *tolerance* dari faktor budaya dan faktor sosial adalah $0,469 > 0,1$.
Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua independent variabel lebih besar dari 0,1, nilai tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolonieritas.
 - b. Berdasarkan nilai VIF variabel budaya dan variabel sosial $2,133 < 10$.
Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolonieritas.
5. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *scatter Plot* bahwa titik-titik pada *scatter Plot* regresi tidak membentuk pola tertentu di angka 0 pada sumbu y.
6. Analisis regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut:
$$KN = 24.870 + 0,429 \text{ Faktor Budaya} + -0,142 \text{ Faktor Sosial}$$
Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:
 - a. Nilai Konstanta adalah sebesar 24.870 satuan menyatakan bahwa jika faktor budaya, faktor sosial di asumsikan 0 maka keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan sebesar 24.870 satuan.
 - b. Nilai Koefisien regresi faktor budaya adalah sebesar 0,429 satuan. Artinya jika faktor budaya diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat keputusan nasabah sebesar 0,429 satuan. Koefisien bernilai

positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor promosi dengan keputusan nasabah.

- c. Nilai Koefisien regresi faktor sosial adalah sebesar -0,142 satuan. Artinya jika faktor sosial diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat keputusan nasabah sebesar -0,142 satuan. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan antara faktor sosial dengan keputusan nasabah.

7. Hasil Uji Parsial

a) Faktor Budaya Terhadap Keputusan Nasabah

Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Dengan kata lain, merupakan faktor yang paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Dampak budaya atas masyarakat demikian alami dan berurat akar sehingga pengaruhnya kepada perilaku jarang diperhatikan. Namun, budaya memberikan cara, arah, dan pedoman kepada para anggota masyarakat di semua tahap pemecahan masalah manusia. Budaya bersifat dinamis dan secara berangsur-angsur dan terus-menerus berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Secara parsial terdapat pengaruh antarfaktor budayaterhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,405 > 1,665$) maka H_a diterima. Penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Etta Mamang Sangadji

dalam buku Perilaku Konsumen bahwa: Faktor budaya mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan, diantaranya dalam hal gaya hidup, nilai-nilai/norma-norma, kepercayaan, kebiasaan, selera dan kelas sosial masyarakat. Selain teori yang dikemukakan oleh Etta Mamang Sangadji penelitian ini di dukung oleh Philip Kotler dan Kevin Keller dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pemasaran di Indonesia “Pengaruh perilaku konsumen di pengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Yang mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam adalah faktor-faktor budaya.”

Diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Yeyen Fitriyani (skripsi UIN Syarif Hidaytullah, Jakarta, 1437 H/2016 M) dalam skripsinya yang berjudul Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Ciputat menunjukkan Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah adalah faktor pribadi dan psikologi dengan *eigen value* sebesar 36,254%. Kemudian faktor kedua yaitu faktor budaya dan sosial dengan *eigen value* sebesar 14,037%.

b) Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunikasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan

berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial.

Secara parsial bahwa tidak terdapat pengaruh antara faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan. Dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,695 < 1,665$) maka H_a ditolak.

Diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Atin Yulaifah (skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011) dalam skripsinya yang Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (study kasus pada masyarakat Ciputat pengguna jasa perbankan syariah) menunjukkan Secara parsial variabel pribadi dan psikologi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sedangkan variabel budaya dan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

8. Hasil Uji Simultan

Secara simultan menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan dengan nilai F_{hitung} sebesar 4,085 dan F_{tabel} 2,37.

9. Hasil uji koefisien determinasi *adjusted R Square* dengan nilai *adjusted R square* = 0,098 artinya faktor budaya, faktor sosial mampu menjelaskan *dependent variable* keputusan nasabah sebesar 9.8% sedangkan 90,2% dijelaskan oleh variabel lain.

E. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan keterbatasan yang dapat memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah.

- a. Keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada faktor budaya, faktor sosial dan keputusan nasabah. Sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat diteliti
- b. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
- c. Walaupun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna maupun hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan yaitu:

1. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil uji signifikan parsial (Uji t) untuk variabel faktor budaya adalah $2,405 > 1,665$ maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara faktor budaya terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan. Berdasarkan hasil uji signifikan parsial (Uji t) untuk variabel faktor sosial adalah $-0,695 < 1,665$. Dari hasil Uji parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan.

3. Hasil uji simultan (Uji F) variabel faktor budaya dan faktor sosial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padang sidimpulan terlihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $4.085 > 2,37$ dengan $df = 75$.

B. Saran

Adapun saran peneliti berdasarkankesimpulan di atas, sebagaiberikut:

1. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat terhadap keputusan nasabah dan mengetahui faktor apa saja yang membuat nasabah mengambil keputusan memilih tabungan emas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini. Menjadi bahan peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang memengaruhi keputusan nasabah, selain dari faktor budaya, dan faktor sosial, untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Amini, *perilaku organisasi*, Bandung: Citapustaka media, 2004.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Arifah Afriana, “Pengaruh Nilai Taksir Dan Biaya Ijarah Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Abdullah Dg. Sirua Makassar” (Skripsi, UIN ALAUDDIN Makassar, 2016)
- Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* Bandung: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, Bandung: PT. Revika Adi Tama, 2013.
- Duwi Priyatno, *Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Depok: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Joko Salim, *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini*, (Jakarta: Visimedia, 2010).
- Leon G. Sciffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Index, 2004.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Yrama Widya, 2011.

- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Kencana, 2010.
- Nur Asnawai & Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Philip Kotler & Kevin Keller, *Manajemen Permasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Sigit Triandaru & Totok Budi Sabtoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Edward Tanujaya, 2006.
- STAI As-sunnah, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Depok: Sabiq, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2016.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta, PT.Rineka Cipta, 2006,
- Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Citapustaka Media, 2006.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi* Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015.

Sumber Lain

[sejarah-pegadaian-syariah-di-indonesia.html](#). di akses pada Tanggal 20 Januari 2018 pukul 20:14 WIB.

<http://www.thegold.asia/kelebihan-berinvestasi-emas-dalam-bentuk-perhiasan/> di akses 06 Maret 2018 pukul 11:05WIB.

www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-nasabah-debitur-penyimpanan.html. di

akses 14 Mei 2018 pukul 13:47 WIB.

www.m.liputan6.com diakses 19 Ferbruari 2018 pukul 10:32WIB .

www.pegadaian.co.id, diakses 17 Maret 2016 pukul 10:32 WIB.

PT Pegadaian (Persero), Laporan Tahunan 2015, (www.pegadaian.co.id di akses pada tanggal 21 April 2017).

PT Pegadaian (Persero), LaporanTahunan 2010, (www.pegadaian.co.id di akses 04 Maret 2017 pukul 10:53 WIB).

Hasil Wawancara dengan Ibu Mega sebagai nasabah Tabungan Emas di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan, 06 Maret 2018.

Hasil Wawncara dengan Ibu Yati sebagai nasabah Tabungan Emas di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan, 06 Maret 2018.

CURICULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : Adelina
Nim : 14 401 00078
Tempat/ tanggalahir : Sibuhuan, 21 Nopember 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 5 dari 5 bersaudara
Alamat : Jln. Jend Sudirman untemanis kelurahan losungbatu, Kecamatan
Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera
Utara
Agama : Islam

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Mistam
Pekerjaan : Wiraswasta
NamaIbu : Nurlan
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jln. Jend Sudirman untemanis kelurahan losungbatu, Kecamatan
Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera
Utara

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2002-2007 : SD Negeri 200118 Sadabuan
Tahun 2008-2010 : SMP N 9 Padangsidimpuan
Tahun 2011-2013 : SMK N 1 Padangsidimpuan
Tahun 2014-2018 : Program Sarjana (Strata-1) PerbankanSyari'ah IAIN
Padangsidimpuan

Motto Hidup : Ketika kamu lelah akan lika likunya hidup untuk kebahagiaan
orangtuamu ingatlah bahwa perjuanganmu belum seberapa dibanding
perjuangan orangtua demi kebahagiaamu

Lampiran 1

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama: Hamni Fadlilah Nasution, S.Pd.,M,Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket faktor budaya untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan.

Yang disusun oleh:

Nama : Adelina

Nim : 14 401 00078

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket faktor budaya yang baik.

Padangsidimpuan, 2018

Hamni Fadlilah Nasution, S.Pd.,M,Pd

Lampiran 2

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama: Hamni Fadlilah Nasution, S.Pd.,M,Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket faktor sosial untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpun

Yang disusun oleh:

Nama : Adelina
Nim : 14 401 00078
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket faktor sosial yang baik.

Padangsidimpun, 2018

Hamni Fadlilah Nasution, S.Pd.,M,Pd

Lampiran 3

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama: Hamni Fadlilah Nasution, S.Pd.,M,Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket keputusan nasabah untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpun

Yang disusun oleh:

Nama : Adelina
Nim : 14 401 00078
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket keputusan nasabah yang baik.

Padangsidempuan, 2018

Hamni Fadlilah Nasution, S.Pd.,M.Pd

LEMBAR VALIDASI ANGKET FAKTOR BUDAYA

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembaran soal terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	Positif	Negatif			
a. Budaya	1, 2	3			
b. Subbudaya	4, 5	-			
c. Kelas Sosial	7,8	6			

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsisimpulan, 2018

Validator

Hamni Fadlilah Nasution, S.Pd.,M.Pd

LEMBAR VALIDASI
ANGKET FAKTOR SOSIAL

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembaran soal terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	Positif	Negatif			
a. Kelompok Referensi	1, 2, 3	-			
b. Keluarga	4, 6	5, 7			
c. Peran dan Status	8	-			

Catatan:

.....
.....

Padangsisimpuan, 2018

Validator

Hamni Fadlilah Nasution, S.Pd.,M.Pd

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN NASABAH

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembaran soal terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	Positif	Negatif			
a. Pengenalan Masalah	1, 2	-			
b. Pencarian Informasi	3, 5	4			
c. Evaluasi Alternatif	6,7	-			
d. Keputusan membeli	8,	9, 10			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan.

Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

1. Dengan segala kerendahan hati, penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/ Sdr/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada. Kuesioner dibuat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang ilmu perbankan syariah, dengan judul, "Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidimpuan".
2. Untuk mencapai maksud tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
3. Atas kesediaan Bapak/Ibi/Sdr/i meluangkan waktu membantu saya mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Padangsidimpuan, 2018
penulis

Adelina
14 401 000078

1. Budaya

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Menabung di tabungan emas sesuai dengan penerapan prinsip syariah					
2.	Saya menggunakan tabungan emas untuk					

	mengikuti perkembangan kebudayaan saat ini					
3.	Saya tidak menyukai tabungan emas karna tren saja					
4.	Saya memilih tabungan emas karena lokasi dekat dengan tempat tinggal.					
5.	Nilai-nilai di masyarakat dapat mempengaruhi saya memilih tabungan emas.					
6.	Tabungan emas tidak menyesuaikan status sosial					
7.	Saya memilih tabungan emas agar sesuai kelas sosial saya					
8.	Saya menggunakan tabungan emas karena terpandangnya orang yang memiliki emas					

2. Sosial

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tertarik dengan tabungan emas karena orang-orang sekitar					
2.	Saya menggunakan tabungan emas karena dipengaruhi oleh lingkungan pekerjaan saya					
3.	Teman-teman saya juga harus menggunakan tabungan emas					
4.	Saya menggunakan tabungan emas karena keluarga saya menggunakan tabungan emas					

5.	Saya tidak pernah disarankan oleh anggota keluarga untuk menggunakan tabungan emas					
6.	Dengan menggunakan tabungan emas akan menaikkan status sosial di masyarakat					
7.	Dalam keluarga saya tidak ada yang menggunakan tabunga emas					
8.	Saya menggunakan tabungan emas agar sesuai peran dan status saya di masyarakat					

3. Keputusan

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tertarik dengan tabungan emas karena sesuai kebutuhan					
2.	Saya percaya bahwa tabungan emas mampu memenuhi kebutuhan saya					
3.	Sebelum menggunakan tabungan emas saya melakukan konsultasi dengan kerabat					
4.	Saya sulit memperoleh informasi mengenai prosedur dan persyaratan tabungan emas					
5.	Saya mencari informasi lebih lanjut mengenai produk yang ditawarkan					
6.	Saya akan memakai tabungan emas setelah mempertimbangkan dengan tabungan lain					
7.	Setelah melakukan evaluasi, saya memutuskan					

	menggunakan tabungan emas					
8.	Saya memilih tabungan emas karena kualitas produknya bagus					
9.	Pilihan saya untuk menggunakan tabungan emas adalah pilihan yang salah					
10.	saya tidak puas dengan tabungan emas					

bud7	Pearson Correlation	-.012	.019	.031	.211	.972**	.434**	1	.090	.672**
	Sig. (2-tailed)	.914	.869	.791	.063	.000	.000		.434	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78
bud8	Pearson Correlation	.184	.366**	.144	.076	.097	.051	.090	1	.470**
	Sig. (2-tailed)	.107	.001	.208	.508	.399	.659	.434		.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Total	Pearson Correlation	.434**	.479**	.445**	.550**	.678**	.445**	.672**	.470**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78

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

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

	Sig. (2-tailed)	.652	.041	.340	.878	.000	.243		.001	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78
sos8	Pearson Correlation	-.060	.079	.020	-.219	.319**	.618**	.380**	1	.511**
	Sig. (2-tailed)	.600	.493	.863	.054	.004	.000	.001		.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Total	Pearson Correlation	.421**	.530**	.512**	.272*	.684**	.472**	.678**	.511**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.016	.000	.000	.000	.000	
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78

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

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

	Sig. (2-tailed)	.677	.602	.702	.009	.075	.079		.175	.590	1.000	.032
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
KN8	Pearson Correlation	.013	.123	-.425**	.385**	.339**	.192	.155	1	.019	.237*	.403**
	Sig. (2-tailed)	.913	.284	.000	.000	.002	.093	.175		.869	.036	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
KN9	Pearson Correlation	.271*	-.047	-.122	.347**	.150	.081	-.062	.019	1	.520**	.495**
	Sig. (2-tailed)	.016	.682	.286	.002	.189	.480	.590	.869		.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
KN10	Pearson Correlation	.058	.156	-.020	.320**	.180	.373**	.000	.237*	.520**	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.615	.174	.864	.004	.116	.001	1.000	.036	.000		.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Total	Pearson Correlation	.335**	.539**	.190	.747**	.560**	.601**	.243*	.403**	.495**	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.096	.000	.000	.000	.032	.000	.000	.000	
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78

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

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

Lampiran 5 : Hasil Uji Reliability

1. Budaya

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.612	8

2. Sosial

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	8

3. Keputusan Nasabah

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	10

Lampiran 6 : Uji Linear

1. Budaya

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KN * BUD	Between Groups	(Combined)	154.287	12	12.857	1.421	.179
		Linearity	68.617	1	68.617	7.584	.008
		Deviation from Linearity	85.670	11	7.788	.861	.582
	Within Groups		588.085	65	9.047		
	Total		742.372	77			

2. Sosial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KN * SOS	Between Groups	(Combined)	131.768	11	11.979	1.295	.247
		Linearity	21.316	1	21.316	2.304	.134
		Deviation from Linearity	110.451	10	11.045	1.194	.311
	Within Groups		610.604	66	9.252		
	Total		742.372	77			

Lampiran 7: Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		BUD	SOS	KN
N		78	78	78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	28.37	29.08	32.91
	Std. Deviation	2.787	2.416	3.105
Most Extreme Differences	Absolute	.106	.136	.168
	Positive	.083	.108	.168
	Negative	-.106	-.136	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.938	1.201	1.483
Asymp. Sig. (2-tailed)		.343	.112	.025

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 8 :Hasil Uji Multikolonierritas

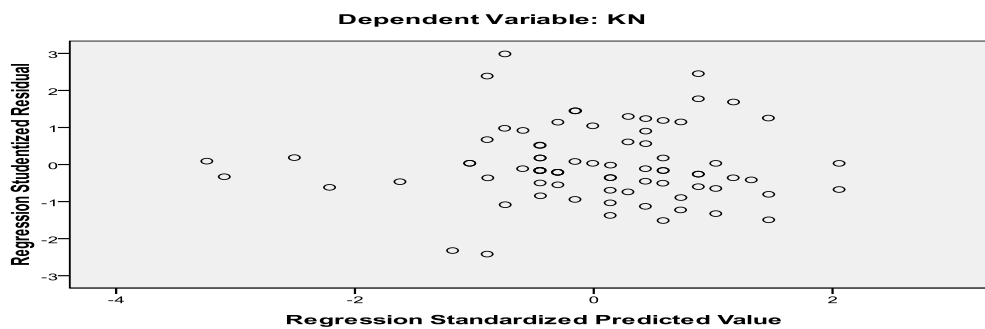
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.870	4.150		5.992	.000		
	Bud	.429	.178	.385	2.405	.019	.469	2.133
	Sos	-.142	.205	-.111	-.695	.489	.469	2.133

a. Dependent Variable: KN

Lampiran 9: Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 10 :Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.313 ^a	.098	.074	2.988

a. Predictors: (Constant), SOS, BUD

b. Dependent Variable: KN

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.924	2	36.462	4.085	.021 ^a
	Residual	669.448	75	8.926		
	Total	742.372	77			

a. Predictors: (Constant), SOS, BUD

b. Dependent Variable: KN

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.870	4.150		5.992	.000
	BUD	.429	.178	.385	2.405	.019
	SOS	-.142	.205	-.111	-.695	.489

a. Dependent Variable: KN

Lampiran : Data Responden

1. Faktor Budaya

No	1	2	3	4	5	6	7	8	jumlah
1	4	4	4	5	4	4	4	4	33
2	4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	5	3	3	4	2	3	2	4	26
4	5	4	4	5	4	3	4	3	32
5	4	4	3	4	4	3	4	3	29
6	3	3	3	4	4	4	3	3	27
7	4	4	4	4	4	1	4	4	29
8	5	4	3	3	2	3	2	3	25
9	4	3	4	3	3	4	3	3	27
10	4	4	3	4	3	3	3	4	28
11	5	3	3	4	4	4	4	4	31
12	4	3	3	3	2	1	2	3	21
13	3	3	3	3	4	4	4	3	27
14	3	3	4	4	3	3	3	2	25
15	5	3	4	4	4	3	4	3	30
16	4	4	4	3	3	3	3	4	28
17	4	3	4	3	4	4	4	4	30
18	5	4	3	3	4	4	4	3	30
19	3	4	4	4	4	3	4	4	30
20	4	4	4	3	2	3	2	4	26
21	3	3	3	4	4	4	4	3	28
22	4	2	3	3	3	3	3	2	23
23	4	3	3	3	4	4	4	3	28
24	4	4	3	3	4	3	4	4	29
25	4	3	4	5	4	4	4	3	31
26	5	4	4	4	4	3	4	3	31
27	4	3	3	3	4	4	4	4	29
28	5	3	4	3	3	4	3	2	27
28	4	4	4	3	3	3	3	4	28
30	5	4	3	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	3	3	3	4	29
32	5	4	4	3	3	3	3	3	28
33	5	4	4	4	4	4	4	4	33
34	5	4	5	5	4	4	4	4	35
35	4	4	3	3	3	4	3	2	26
36	5	4	3	3	3	2	3	2	25
37	4	4	3	3	4	4	4	4	30
38	4	3	4	3	3	3	3	4	27
39	4	3	3	4	4	3	4	3	28

40	3	3	3	3	4	4	4	4	28
41	5	5	5	4	4	4	4	4	35
42	5	4	5	4	4	4	4	3	33
43	4	3	4	3	3	4	3	3	27
44	5	4	5	4	3	3	3	4	31
45	5	3	3	4	4	4	4	4	31
46	4	3	3	3	2	1	2	3	21
47	3	3	3	3	4	4	4	3	27
48	3	3	4	4	3	3	3	2	25
49	5	4	4	4	4	3	4	3	31
50	4	4	4	3	3	3	3	4	28
51	4	3	4	3	4	4	4	4	30
52	5	4	3	3	3	4	3	3	28
53	4	4	5	4	3	3	3	3	29
54	4	4	4	3	2	3	2	4	26
55	3	3	3	2	4	4	4	3	26
56	4	4	3	3	3	3	3	4	27
57	3	3	3	2	4	4	4	2	25
58	4	4	5	3	4	3	4	4	31
59	3	4	3	4	3	4	3	3	27
60	3	4	4	4	4	3	4	3	29
61	4	3	4	3	3	4	3	3	27
62	5	4	5	4	3	3	3	4	31
63	5	3	3	4	3	4	3	4	29
64	4	3	4	3	2	1	2	3	22
65	3	3	3	3	4	4	4	3	27
66	3	3	4	4	3	3	3	2	25
67	5	4	4	4	4	3	4	3	31
68	4	4	3	3	3	3	3	4	27
69	4	4	4	4	3	4	3	3	29
70	5	4	3	3	4	3	4	4	30
71	4	4	5	4	4	3	4	3	31
72	3	4	4	3	2	3	2	4	25
73	3	3	3	3	4	4	4	3	27
74	4	4	3	4	3	3	3	3	27
75	4	3	4	3	4	4	4	4	30
76	3	4	5	3	4	3	4	4	30
77	4	4	3	3	3	4	3	4	28
78	4	4	3	4	4	3	4	4	30

2. Faktor Sosial

No	1	2	3	4	5	6	7	8	jumlah
1	4	5	4	4	4	4	4	4	33
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	5	4	3	3	2	3	2	3	25
4	5	5	4	4	3	3	3	3	30
5	4	4	3	4	3	3	3	3	27
6	4	4	3	3	4	4	4	4	30
7	4	4	4	3	4	2	4	3	28
8	5	3	3	4	2	3	2	3	25
9	4	3	4	3	3	4	3	4	28
10	4	4	3	4	3	3	4	3	28
11	5	4	3	3	4	4	4	4	31
12	4	3	4	4	4	4	3	3	29
13	4	3	4	4	4	4	4	4	31
14	4	4	4	4	3	4	3	4	30
15	5	4	4	3	4	3	4	4	31
16	4	3	4	4	3	3	3	3	27
17	4	4	4	3	4	4	3	4	30
18	5	4	3	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	3	4	3	30
20	4	3	4	4	2	3	2	3	25
21	3	4	3	4	3	4	3	4	28
22	4	3	4	3	3	4	3	4	28
23	4	4	4	3	4	4	4	4	31
24	4	4	3	4	4	3	4	3	29
25	4	5	4	3	4	4	4	4	32
26	5	4	4	4	4	3	3	3	30
27	4	3	3	3	4	4	4	4	29
28	5	3	4	3	3	4	3	3	28
28	4	3	4	4	3	3	3	3	27
30	5	4	3	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	3	3	3	3	28
32	5	3	4	4	3	3	4	4	30
33	5	4	4	4	4	4	4	4	33
34	5	5	5	4	4	4	4	4	35
35	4	4	4	4	3	4	3	4	30
36	5	3	3	4	3	2	3	2	25
37	4	3	3	4	4	4	4	4	30
38	4	3	4	3	3	3	3	3	26

39	4	4	3	3	3	3	4	3	27
40	4	3	4	4	3	4	4	4	30
41	5	4	5	5	4	4	4	4	35
42	5	4	5	4	4	4	4	4	34
43	4	3	4	3	3	4	3	4	28
44	5	4	5	4	3	4	3	3	31
45	5	4	4	3	4	4	3	3	30
46	4	4	4	3	3	2	4	4	28
47	3	3	3	4	4	3	4	4	28
48	4	4	3	3	3	3	3	3	26
49	5	4	4	4	4	3	4	3	31
50	4	3	4	4	3	3	3	3	27
51	4	3	4	3	4	4	3	4	29
52	5	3	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	5	4	4	3	4	4	32
54	4	3	4	4	2	3	2	3	25
55	3	2	3	3	4	4	4	4	27
56	4	3	3	4	3	3	3	3	26
57	3	2	3	3	4	4	3	3	25
58	4	3	4	4	4	3	4	3	29
59	4	4	3	4	3	4	3	4	29
60	4	4	4	4	4	3	4	3	30
61	4	3	4	3	3	4	3	4	28
62	5	4	5	4	3	4	3	3	31
63	5	4	3	3	3	3	3	4	28
64	4	4	4	4	3	2	3	3	27
65	3	3	3	3	4	4	4	4	28
66	3	4	4	3	3	3	3	3	26
67	4	4	4	4	4	3	4	3	30
68	4	4	3	4	3	3	3	3	27
69	4	4	4	4	3	4	3	4	30
70	5	3	4	4	4	3	4	3	30
71	4	4	5	4	4	3	4	3	31
72	3	3	4	4	2	3	2	3	24
73	3	3	3	3	3	4	4	4	27
74	4	4	3	4	3	3	3	3	27
75	4	4	4	3	4	3	4	4	30
76	3	4	5	4	4	4	4	3	31
77	4	4	4	4	3	4	3	4	30
78	4	4	4	3	4	4	4	4	31

3. Keputusan Nasabah

no	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	jumlah
1	5	4	4	2	2	3	3	4	2	1	30
2	4	2	3	3	3	4	5	5	1	1	31
3	4	5	3	2	4	4	4	5	1	2	34
4	5	4	4	3	5	4	4	5	2	2	38
5	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
6	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	29
7	4	4	4	1	4	3	4	4	1	1	30
8	4	5	4	4	4	4	5	5	2	2	39
9	4	3	4	2	4	4	4	4	2	2	33
10	5	5	5	2	3	4	4	4	1	3	36
11	4	4	4	2	3	4	4	4	1	2	32
12	5	4	4	1	2	3	4	4	2	1	30
13	4	2	4	1	5	4	2	5	2	2	31
14	4	5	4	2	4	2	2	5	1	1	30
15	5	4	5	3	4	4	4	4	2	1	36
16	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
17	4	4	4	1	4	3	4	4	3	2	33
18	4	5	4	4	4	4	5	5	1	1	37
19	4	3	4	2	4	4	4	4	2	2	33
20	5	4	5	2	3	3	4	4	1	1	32
21	4	4	4	3	3	4	4	4	1	2	33
22	5	4	4	1	2	3	4	4	1	1	29
23	4	2	3	2	3	4	5	5	1	1	30
24	4	5	4	2	4	4	4	5	1	2	35
25	5	4	3	3	5	4	4	5	2	2	37
26	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
27	5	3	3	1	3	3	4	5	2	2	31
28	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
28	4	4	4	1	4	3	4	4	1	1	30
30	4	5	4	4	4	4	5	5	2	2	39
31	4	3	4	2	4	4	4	4	2	2	33
32	5	5	5	2	3	4	4	4	1	3	36
33	4	4	4	2	3	4	4	4	1	2	32
34	5	4	4	3	2	3	5	4	2	1	33
35	3	3	3	1	2	3	4	4	1	1	25

36	4	5	3	2	4	4	4	5	1	2	34
37	5	4	3	3	5	4	4	5	2	2	37
38	4	4	4	2	4	4	4	4	2	1	33
39	5	4	4	1	2	3	4	4	1	1	29
40	4	2	3	2	4	4	4	5	2	1	31
41	4	5	3	2	4	4	4	5	2	2	35
42	5	4	3	3	5	4	2	4	2	1	33
43	4	4	4	2	4	3	4	4	1	1	31
44	5	5	4	3	4	4	4	4	5	3	41
45	4	4	4	1	4	3	4	4	1	1	30
46	5	4	4	1	2	3	4	4	1	1	29
47	4	3	4	2	4	4	4	4	2	2	33
48	4	4	4	2	3	4	4	4	1	2	32
49	4	4	4	2	3	4	4	4	2	2	33
50	5	4	4	2	2	3	4	4	2	1	31
51	4	2	3	2	2	3	5	5	2	2	30
52	4	5	4	2	4	4	4	5	1	2	35
53	5	4	3	3	5	4	4	5	2	2	37
54	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
55	5	5	4	3	4	4	4	4	5	3	41
56	4	4	4	1	4	3	4	4	1	1	30
57	3	3	3	1	2	3	4	4	1	1	25
58	4	3	4	2	4	4	4	4	2	2	33
59	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
60	4	4	4	2	3	4	4	4	2	2	33
61	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
62	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	33
63	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
64	4	4	4	2	4	3	4	4	1	1	31
65	4	3	5	2	4	4	4	4	2	2	34
66	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
67	4	3	5	2	4	4	4	4	2	2	34
68	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
69	4	4	4	2	3	4	4	4	1	2	32
70	5	4	4	1	2	3	4	4	1	1	29
71	4	5	4	4	4	4	5	5	2	2	39
72	4	5	4	2	4	4	4	5	1	2	35
73	5	4	3	3	5	4	4	5	2	2	37
74	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
75	4	4	4	2	4	4	4	5	1	2	34
76	4	5	4	2	4	4	4	5	1	2	35
77	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	32
78	4	5	4	3	4	4	4	5	2	2	37

Lampiran 2

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	39.86	49.5	53.59	55.83	57.24	58.2	58.91	59.44	59.86	60.19
2	8.53	9	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.4	3.37	3.34	3.32	3.3
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.7
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.3	2.27	2.25
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.2	2.16	2.14
14	3.1	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.1
15	3.07	2.7	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.1	2.06	2.03	2
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.2	2.13	2.08	2.04	2	1.98
19	2.99	2.61	2.4	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2	1.96	1.94
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.9
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.1	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86
27	2.9	2.51	2.3	2.17	2.07	2	1.95	1.91	1.87	1.85
28	2.89	2.5	2.29	2.16	2.06	2	1.94	1.9	1.87	1.84
29	2.89	2.5	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.8

34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.9	1.86	1.82	1.79
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.9	1.85	1.82	1.79
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78
37	2.85	2.45	2.24	2.1	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78
38	2.84	2.45	2.23	2.1	2.01	1.94	1.88	1.84	1.8	1.77
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2	1.93	1.88	1.83	1.8	1.77
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74
47	2.82	2.42	2.2	2.07	1.97	1.9	1.85	1.8	1.77	1.74
48	2.81	2.42	2.2	2.07	1.97	1.9	1.85	1.8	1.77	1.73
49	2.81	2.41	2.2	2.06	1.97	1.9	1.84	1.8	1.76	1.73
50	2.81	2.41	2.2	2.06	1.97	1.9	1.84	1.8	1.76	1.73
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73
52	2.8	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72
53	2.8	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72
54	2.8	2.4	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72
55	2.8	2.4	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72
56	2.8	2.4	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71
57	2.8	2.4	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
58	2.79	2.4	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.7
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.7
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.7
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.7
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.7
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.7
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.8	1.76	1.72	1.69
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.8	1.76	1.72	1.69
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.8	1.76	1.72	1.69
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.8	1.76	1.72	1.69

74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.8	1.75	1.72	1.69
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.8	1.75	1.72	1.69
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.8	1.75	1.72	1.68
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.8	1.75	1.71	1.68
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.8	1.75	1.71	1.68
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.7	1.67
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.7	1.67
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.7	1.67
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.7	1.67

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr df	0.25 0.5	0.1 0.2	0.05 0.1	0.025 0.05	0.01 0.02	0.005 0.01	0.001 0.002
1	1	3.07768	6.31375	12.7062	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.8165	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.5407	5.84091	10.21453
4	0.7407	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.306	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.1437
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.0247
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.681	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.6912	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.6892	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.5794
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.0639	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.435
27	0.68368	1.3137	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.3749
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.682	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.6883	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.681	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903

39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.4208	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.6951	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.0141	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.0129	2.41019	2.68701	3.2771
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.6822	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.6789	1.29685	1.67252	2.00324	2.3948	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.2368
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.001	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.6786	1.29582	1.67065	2.0003	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.2293
62	0.67847	1.29536	1.6698	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.6784	1.29513	1.6694	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.3851	2.6536	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.3833	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.2126
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.6479	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.6666	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.666	1.993	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.2931	1.66571	1.99254	2.3778	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.9921	2.3771	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.6412	3.19948
78	0.67765	1.2925	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.6395	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Tabel r un tuk df=51-100

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.428
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.421
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.411
60	0.2108	0.25	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.248	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.288	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.315	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.306	0.385
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.194	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.27	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.263	0.29	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.283	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.255	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.252	0.278	0.3507
84	0.1786	0.212	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.343
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393

90	0.1726	0.205	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.168	0.1996	0.2359	0.2604	0.329
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.254	0.3211

Dokumentasi







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihatang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B- 144 /In.14/G/TL.00/3/2018
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Pra Riset

6 Maret 2018

Yth;
Pimpinan PT. Pegadaian (Persero)
Unit Syariah Sadabuan
di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Adelina
NIM : 1440100078
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidimpuan)** ".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin pra riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,


Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihatang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-980/In.14/G.1/G.5/TL.00/8/2018
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

14 Agustus 2018

Yth;
Pimpinan PT. Pegadaian (Persero)
Unit Pelayanan Syariah Sadabuan

di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Adelina
NIM : 1440100078
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Benar Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilin Tabungan Emas pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan Padangsidempuan** ".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



an.Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Tembusan :
Dekan FEBI IAIN Padangsidempuan