



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHIKEPUTUSAN
MASYARAKAT MENGGUNAKAN
PRODUK BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana (S.E) Dalam
Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

MAIMUNA HARAHAHAP

NIM: 15 401 00136

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN
PRODUK BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana (SE) dalam
Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh:
MAIMUNA HARAHAH
NIM: 15 401 00136**

Pembimbing I


Nofinawati, SEL., MA
NIP. 19821116201101 2 003

Pembimbing II


Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2019



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

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **MAIMUNA HARAHAHAP**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Nopember 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **MAIMUNA HARAHAHAP** yang berjudul "**Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Nofinawati, SEL., MA
NIP. 19821116201101 2 003

PEMBIMBING II

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.
Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : MAIMUNA HARAHAHAP
NIM : 15 401 00136
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/PS-3
Judul Skripsi : **Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah.**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran 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 hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 18 Oktober 2019

Saya yang menyatakan,



MAIMUNA HARAHAHAP
NIM. 15 401 00136

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

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MAIMUNA HARAHAHAP
Nim : 15 401 00136
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 Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal, 18 Oktober 2019
Yang Menyatakan



MAIMUNA HARAHAHAP
Nim: 15 401 00136



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : MAIMUNA HARAHAHAP
NIM : 15 401 00136
FAKULTAS/JURUSAN : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah

Ketua

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

Sekretaris

Nofinawati, SEI., M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

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

Nofinawati, SEI., M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Hamni Fadliah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317201801 2 001

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Senin/ 04 November 2019
Pukul : 13.30 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 76 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,30
Predikat : SANGAT MEMUASKAN



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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK
SYARIAH**

NAMA : MAIMUNA HARAHAP
NIM : 15 401 00136

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

Padangsidimpuan, 16 Nopember 2019
Dekan,



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

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur *Alhamdulillah* peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, yang senantiasa mencurahkan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam peneliti sanjung tinggikan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat kelak.

Untuk menyelesaikan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, maka penyusunan skripsi merupakan salah satu tugas akhir yang harus diselesaikan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah, Skripsi ini berjudul: **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah”**.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun immaterial, akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku 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, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, 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. H. Arbanur Rasyid. M.A., selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati, SEI.,MA selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan selaku penasehat akademik yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan 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.
4. Ibu Nofinawati, SEI., MA 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. Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M 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 Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Ali Mahad Hrp dan Ibunda Elly Derwati Parapat yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta

doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada abang, kakak dan adik-adik (Muhammad Naridin, Rita Nirwana, Suriani Harahap, Afrizal Riski Harahap, Nuraini Harahap) karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi penulis.

9. Sahabat-sahabat terbaik peneliti Siti Ratna Sari Harahap, Lasma Doharma, Fauziah Ammi Lubis, Seri Wahyuni, Yakinah, Vera, Laila, Nurhalimah dan teman-teman perbankan syariah-3, teman-teman KKL Kelomok. 72 khususnya Fuja Anggun siregar, Hani Riski Maulidha, Nofi Afrilliana, dan tidak lupa kepada teman-teman yang berada di May kos khususnya kepada teman saya Desi Suriani, dan Neni Rahma Ningsih Limbong yang selalu memberi semangat, do'a dan dukungan kepada peneliti agar tak berputus asa, dan tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Bapak kepala Desa Batu Hula Muhammad Alinafia Nasution, serta perangkat-perangkat dan juga kepada abanganda Muhammad Daud Siregar, Sabda Alamsyah, Dahlan Situmeang, Bataruddin Ritonga dan seluruh masyarakat Desa Batu Hula.

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, November 2019
Peneliti

MAIMUNA HARAHAHAP
NIM.15 401 00136

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system 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 translitasinya 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	zal	z	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	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik 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 vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>Fathah</i>	A	A
— /	<i>Kasrah</i>	I	I
— ُ	<i>Dommah</i>	U	U

b. VokalRangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

HarkatdanHuruf	Nama	HurufdanTanda	Nama
.....ا.....	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
.....ى	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
.....و	<i>domma h dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapa tharkat fatḥah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harka tsukun, transliterasinya 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 ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tsaydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam system 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 syaddahitu.

5. **Kata Sandang**

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

ا. Namun dalam tulisan transliterasinya 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*

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*

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

6. Hamzah

Dinyatakan di depan 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 transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bias dipisah per kata 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 capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital 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 capital tidak di pergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihandalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan 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 : Maimuna Harahap

Nim : 1540100136

Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebiasaan masyarakat yang menggunakan bank konvensional dan sedikitnya jumlah masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru yang menggunakan bank syariah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat yaitu diantaranya faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial antara faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah, dan untuk mengetahui secara simultan antara faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.

Penelitian ini berkaitan dengan teori mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat maupun konsumen dalam mengambil keputusan, dalam teori nya Nugroho J, Setiadi dalam bukunya yang berjudul perilaku konsumen perspektif kontemporer pada tujuan, dan keinginan konsumen, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen ada empat diantaranya yaitu: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis, namun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya hanya tiga yaitu, variabel faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, data yang diperoleh dari penyebaran angket, kemudian data diolah dengan menggunakan *SPSS Versi 22*. Data yang diolah dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi, uji parsial atau uji t, dan uji simultan atau uji F. Kemudian uji analisis regresi berganda dan uji koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian variabel faktor budaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat, hal ini dibuktikan pada hasil penelitian uji hipotesis bahwa variabel faktor budaya memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,932 > 1,69726$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dan variabel faktor sosial secara parsial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat, hal ini di buktikan pada hasil penelitian uji hipotesis bahwa variabel faktor sosial memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,726 > 1,69726$) maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Dan variabel faktor pribadi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat, hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis bahwa variabel faktor budaya memiliki $t_{hitung} < t_{tebel}$ ($0,188 > 21,69726$). Kemudian variabel faktor budaya, faktor sosial dan variabel faktor pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,362 > 2,28$). maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari uji determinasi diperoleh Adjusted R Square sebesar 67% ditentukan oleh faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi dan sisanya 33% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATAPENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	14
1. Pengambilan Keputusan	14
a. Pengenalan Masalah	15
b. Pencarian Informasi	15
c. Evaluasi Alternatif	16
d. Keputusan Membeli	17
e. Perilaku Pasca Membeli	17
f. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	18
2. Faktor Budaya	18
a. Kebudayaan	18
b. Subbudaya	19
c. Kelas Sosial	19
3. Faktor Sosial	20
a. Keluarga	20
b. Kelompok Referensi	20
c. Peran dan Status	21
4. Faktor Pribadi	21
a. Umur dan Tahap Siklus Hidup	21
b. Pekerjaan	21
c. Keadaan Ekonomi	22

d. Gaya Hidup	22
e. Kepribadian dan Konsep Diri	22
5. Produk Perbankan Syariah	23
a. Produk Penghimpun Dana	23
1) Giro (<i>Demand Deposit</i>)	23
2) Tabungan (<i>Saving Deposit</i>)	23
3) Deposito (<i>Time Deposit</i>)	24
b. Produk Penyaluran Dana	24
1) Produk Pembiayaan Dengan Akad Jual Beli	24
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
B. Jenis Penelitian	31
C. Populasi dan Sampel	31
D. Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Instrumen Pengumpulan Data	35
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	36
H. Analisis Data	37
1. Uji Normalitas	37
2. Uji Asumsi Klasik	38
a. Uji Multikolinearitas	38
b. Uji Heterokedastisitas	38
3. Uji Hipotesis	39
a. Uji Parsial (Uji t)	40
b. Uji Simultan (Uji F)	40
4. Analisis Regresi Berganda	40
5. Koefisien Determinan (R^2)	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Batu Hula	43
1. Sejarah Berdirinya Desa Batu Hula	43
2. Sejarah Pemerintahan Desa Batu Hula	43
3. Data Geografi Desa Batu Hula	44
4. Data Demografi Desa Batu Hula	44
B. Karakteristik Responden Penelitian	45
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
C. Deskripsi Variabel Penelitian	48
1. Variabel Faktor Budaya	48
2. Variabel Faktor Sosial	50
3. Variabel Faktor Pribadi	53
4. Variabel Keputusan	55
D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas	61
E. Analisis Data	63
1. Uji Normalitas	63
2. Uji Asumsi Klasik	64
a. Uji Multikolinearitas	64
b. Uji Heterokedastisitas	65
3. Uji Hipotesis	67
a. Uji Parsial (Uji t)	67
b. Uji Simultan (Uji F)	68
4. Uji Analisis Regresi Berganda	69
5. Uji Koefisien Determinan (R^2)	71
F. Pembahasan Hasil Penelitian	72
G. Keterbatasan Penelitian	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1: Data Masyarakat Pengguna Produk Bank Syariah dan Masyarakat Pengguna Produk Konvensional	6
Tabel I. 2: Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II. 1: Penelitian Terdahulu	25
Tabel III. 1: Skor Penilaian Angket	35
Tabel III. 2: Kisi-kisi Kuisisioner Tentang Variabel Independen	36
Tabel III. 3: Kisi-kisi Kuisisioner Tentang Keputusan Masyarakat	36
Tabel III. 4: Tabel R (Korelasi)	42
Tabel IV. 1: Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel IV. 2: Data Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel IV. 3: Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel IV. 4: Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel IV. 5: Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel X_1	49
Tabel IV. 6: Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel X_2	51
Tabel IV. 7: Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel X_3	53
Tabel IV. 8: Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Y	56
Tabel IV. 9: Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Budaya (X_1)	59
Tabel IV. 10: Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial (X_2)	60
Tabel IV. 11: Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Pribadi (X_3)	60
Tabel IV. 12: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Masyarakat (Y)	61
Tabel IV. 13: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Budaya (X_1)	61
Tabel IV. 14: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Sosial (X_2)	62
Tabel IV. 15: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Pribadi (X_3)	62
Tabel IV. 16: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Masyarakat (Y)	63
Tabel IV.17: Hasil Uji Normalitas	64
Tabel IV.18: Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel IV. 20: Hasil Uji Parsial (Uji t)	67
Tabel IV. 21: Hasil Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel IV. 22: Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	70
Tabel IV. 23: Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1: Kerangka Pikir.....	29
Gambar IV. 1: Hasil Uji Heterokedastisitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Validasi Angket
- Lampiran 2 : Lembaran Angket
- Lampiran 3 : Hasil Kuisisioner Variabel Faktor Budaya (X_1)
- Lampiran 4 : Hasil Kuisisioner Variabel Faktor Sosial (X_2)
- Lampiran 5 : Hasil Kuisisioner Variabel Faktor Pribadi (X_3)
- Lampiran 6 : Hasil Kuisisioner Variabel Keputusan (Y)
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 8 : Tabel r
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Tabel F

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejarah awal timbulnya bank bermula dari bentuknya sebagai usaha tukar-menukar uang seterusnya berkembang untuk menerima simpanan, memberikan pinjaman, perantara dalam urusan pembayaran hingga pada tahap yang modern, yaitu menciptakan uang. Apabila dilihat dari aspek perkembangan bank tersebut boleh dikatakan bank disebut juga sebagai lembaga kepercayaan. Oleh karena itu, dalam menjalankan peranan dan fungsi tersebut, pemerintah merasa perlu untuk mengatur usahanya. Hal ini disebabkan berbagai aktivitas bank berkaitan dengan dana masyarakat, apalagi kalau berkaitan dengan berbagai piranti kebijakan moneter.¹

Dalam menyampaikan pengertian bank, penulis mengungkapkan dari dua pandangan, yaitu secara bahasa (*etimologi*) dan istilah (*terminologi*). Secara bahasa (*etimologi*), istilah bank berasal dari kata Italia “*banco*” yang artinya “bangku”. Bangku ini digunakan pegawai bank untuk melayani aktivitas operasinya kepada para penabung.

Secara istilah (*terminologi*) ada beberapa definisi bank yang dikemukakan para pakar sesuai dengan tahap perkembangan bank itu sendiri. Menurut G. M. Verryn Stuart, *bank is a company who satisfied other people by giving a credit with the money they accept as a gamble to*

¹Syukri Iska, *Sistem Perbankan Di Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi* (Yogyakarta: Fajar Media Press), hlm. 11-12.

the other, even though they should supply the new money. (Bank ialah badan usaha yang diwujudkan untuk memuaskan keperluan orang lain dengan memberikan kredit berupa uang yang diterimanya dari orang lain sekalipun dengan cara mengeluarkan uang baru kertas).

Peranan perbankan sangatlah besar dalam memajukan perekonomian suatu negara. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu kemajuan bank suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan, artinya keberadaan bank semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat.²

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip - prinsip dasar ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat.

Perbankan syariah di Indonesia berkembang sangat pesat, hal ini terbukti dengan munculnya bank syariah di setiap daerah. Keberadaan bank syariah memperketat persaingan di dunia perbankan baik secara nasional maupun secara global. Dalam kondisi seperti inilah, para banker berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai macam produknya.

² *Ibid.* hlm. 13

penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen”.⁴

Keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang pertama yaitu faktor budaya, faktor budaya yang meliputi kebudayaan. Yang mana kebudayaan ini merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seperti yang terlihat di Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru bahwa budaya dan kebiasaan masyarakatnya masih memilih menggunakan bank konvensional daripada bank syariah.

Menurut bapak Muhammad Alinafia Nasution pengguna bank konvensional, masyarakat Desa Batu Hula lebih memilih menggunakan bank konvensional daripada menggunakan bank syariah.⁵ Karena menggunakan bank konvensional sudah menjadi kebiasaan anggota keluarganya secara turun temurun, karena anggota keluarga sebelumnya telah menggunakan bank konvensional maka anggota keluarga yang selanjutnya juga akan mengikuti pilihan dari keluarganya. Begitu juga sebaliknya seperti yang dikatakan oleh ibu Faridah Siagian apabila anggota keluarga yang sebelumnya menggunakan bank syariah maka anggota keluarga yang selanjutnya juga akan menggunakan bank syariah.⁶

Kedua faktor sosial, yaitu perilaku konsumen dalam mengambil keputusan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial seperti keluarga,

⁴Nugroho J, Setiadi, *Perilaku Konsumen perspektif Kontemporer Pada Tujuan, Dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kecana 2010), hlm. 10-11.

⁵Hasil Wawancara dengan Bapak Muhammad Alinafia Nasution Masyarakat Desa Batuhula, 15 Februari 2019.

⁶ Hasil Wawancara dengan ibu Faridah Siagian Masyarakat Desa Batu Hula, 15 Februari 2019.

kelompok referensi dan kelompok acuan-acuan, status sosial dan peran sosial. Menurut bapak Sabda Alamsyah Siregar pengguna bank syariah, alasannya memilih bank syariah yaitu karena semua anggota keluarga dan orang di sekitarnya menggunakan bank syariah, makanya bapak Sabda Alamsyah tertarik untuk menggunakan bank syariah.⁷

Ketiga faktor pribadi, keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.⁸ Seperti yang terlihat di Desa Batu Hula bahwa masyarakatnya masih memiliki gaya hidup yang mengikuti zaman, seperti kata bapak Dahlan Situmeang, beliau tertarik menggunakan bank syariah karena menurut beliau bank syariah lagi *trend* pada saat ini, makanya bapak Dahlan tersebut tertarik untuk menggunakan bank syariah. Masyarakat Desa Batu Hula juga memiliki berbagai jenis pekerjaan diantaranya yaitu sebagai PNS, honorer, pedagang, petani, dan wiraswasta dengan jumlah pendapatan yang berbeda-beda yaitu mulai dari 1.000.000 perbulan sampai 6.000.000 perbulannya. Dengan jumlah pendapatannya yang lumayan tinggi maka mereka mempunyai kesempatan atau peluang untuk menabung di bank, tetapi mereka lebih memilih menabung di bank konvensional daripada di bank syariah.

⁷Hasil Wawancara dengan Bapak Sabda Alamsyah Siregar Masyarakat Desa Batu Hula, 15 Februari 2019.

⁸Hasil Wawancara dengan Bapak Dahlan Situmeang Masyarakat Desa Batu Hula, 15 Februari 2019.

Desa Batu Hula adalah salah satu Desa di Kecamatan Batangtoru yang memiliki masyarakat sekitar 260 kepala keluarga dengan jumlah masyarakatnya secara keseluruhan sekitar 997 jiwa. Banyak diantara mereka yang melakukan transaksi di bank, mulai dari menabung, melakukan pengiriman uang, dan melakukan pembiayaan untuk menambah modal usahanya, selain itu ada juga sebagian yang menerima gaji atau upahnya dari bank. Tetapi kebanyakan dari masyarakat Desa Batuhula Kecamatan Batangtoru lebih banyak melakukan transaksi di bank konvensional daripada di bank syariah. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada masyarakat yang mulai berusia 17 tahun sampai dengan usia 70 tahun sebanyak 298 orang.⁹

Tabel I. 1
Data Masyarakat Pengguna Produk Bank Syariah dan Masyarakat Pengguna Produk Bank Konvensional

No	Kriteria	Jumlah	Persen
1	Nasabah bank syariah	34 orang	11,4%
2	Nasabah bank konvensional	168 orang	56,4%
3	Bukan nasabah	96 orang	32,2%
4	Jumlah	298 orang	100%

Sumber: Wawancara dengan Masyarakat Desa Batuhula, Tanggal 15 Februari 2019.¹⁰

Dari Tabel I. 1 dapat dilihat bahwa pengguna bank syariah lebih sedikit, yaitu sebanyak 34 orang atau sekitar 11,4 persen saja dibandingkan dengan pengguna bank konvensional sebanyak 168 orang atau sekitar 56,4 persen dan masih banyak lagi masyarakat yang tidak menggunakan transaksi di bank, baik itu di bank konvensional maupun di

⁹ *Ibid.* hlm. 4

¹⁰ Wawancara dengan Masyarakat Desa Batuhula, Tanggal 15 Februari 2019.

bank syariah sebanyak 96 orang atau sekitar 32,2 persen. Melihat pandangan masyarakat tentang bank syariah, terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk bank syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan peneliti maka identifikasi masalahnya antara lain:

1. Budaya dan kebiasaan masyarakat Desa Batu hula masih memilih menggunakan produk bank konvensional dengan sistem riba dibandingkan dengan produk bank syariah.
2. Masyarakat Desa Batu Hula memilih menggunakan bank konvensional karena kelompok serta keluarganya menggunakan bank konvensional.
3. Gaya hidup masyarakat Desa Batu Hula cenderung memilih menggunakan produk bank konvensional dibandingkan dengan menggunakan produk bank syariah.
4. Masyarakat Desa Batu Hula kurang paham tentang perbankan syariah atau kurang termotivasi untuk menggunakan produk bank syariah.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut, peneliti membatasi penelitian ini hanya pada masalah pengaruh faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah khususnya masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoruyang menabung di bank syariah.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen (Y) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamat akan dapat memprediksikan atau menerangkan variabel dependen beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Sedangkan variabel Independen (X) adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen yang mempunyai hubungan positif atau negatif bagi variabel dependen nantinya. Variasi dalam variabel dependen merupakan hasil dari variabel independen.

Pada bagian ini peneliti menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti, yaitu:

Tabel I. 2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Faktor Budaya (X ₁)	Faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang, dan makhluknya bertindak berdasarkan naluri	1. Kebudayaan 2. Subbudaya 3. Kelas sosial	Skala Ordinal
2	Faktor Sosial (X ₂)	Faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial	1. Kelompok referensi 2. Keluarga 3. Peran dan status	Skala Ordinal
3	Faktor Pribadi (X ₃)	Faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang dalam suatu tindakan	1. Umur dan tahapan dalam siklus hidup 2. Pekerjaan 3. Keadaan ekonomi 4. Gaya hidup 5. Kepribadian dan konsep diri	Skala Ordinal
4	Keputusan (Y)	Seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Membeli 5. Perilaku Sesudah Pembelian	Skala Ordinal

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dirumuskan berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh faktor budaya terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru?
4. Apakah terdapat pengaruh faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang di peroleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh faktor budaya terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru.
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh faktor sosial terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru.

3. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah studi kasus masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya ,faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah studi kasus masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru.

G. Kegunaan Bagi Peneliti

Adapun menurut peneliti, penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini akan mempunyai kegunaan baik secara teoritis maupun praktis yaitu:

1. Secara teoritis penelitian ini akan berguna bagi lingkungan pendidikan, untuk perluasan khazanah teori dan penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.
2. Secara praktis kegunaan penelitian ini bagi penulis adalah untuk lebih memahami lagi tentang produk-produk yang ada di bank syariah.
3. Bagi pihak lain yaitu, sebagai tambahan referensi bagi rekan-rekan yang memerlukan sumber data dalam melakukan penelitian dengan objek skripsi yang sama.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi ini terdiri dari bagian-bagian berikut agar lebih mudah memahami isinya.

Bab I berisikan mengenai latar belakang masalah skripsi tersebut dengan alasan-alasan yang menjadi pedoman, dilanjutkan dengan identifikasi masalah untuk melihat permasalahan apa saja yang dibuat di latar belakang masalah. Batasan penelitian dibuat untuk mendapatkan hasil yang spesifik dan mendalam. Selanjutnya rumusan masalah dan tujuan penelitian serta variabel penelitian dijelaskan satu per satu agar mudah dipahami di pembahasan selanjutnya.

Bab II menjelaskan tentang landasan teori dari variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Teori dan pembahasan yang berkaitan akan mendukung hasil penelitian tersebut. Peneliti juga mencantumkan penelitian terdahulu sebagai acuan untuk memperkuat penelitian. Hipotesis atau dugaan sementara dari hasil penelitian juga dicantumkan sebelum peneliti melakukan riset ke lapangan.

Bab III menjelaskan dimana lokasi dan waktu penelitian dilakukan, serta cara peneliti untuk memperoleh data melalui angket, wawancara maupun dokumentasi dalam penelitian. Pada bagian ini juga dijelaskan teknik apa saja yang dilakukan peneliti untuk menguji hasil yang diperoleh ketika sudah melakukan penelitian.

Bab IV menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian serta hasil uji yang telah dilakukan di lapangan apakah terdapat

kesinambungan antara hipotesis dengan uji sebenarnya yang telah dilakukan oleh peneliti apabila data sudah diolah, selanjutnya diakhiri dengan pembahasan atau penjelasan.

Bab V menjelaskan mengenai kesimpulan serta merangkum hal-hal penting dengan singkat, jelas dan padat yang merangkum seluruh poin inti. Selanjutnya dengan memberikan saran yang diharapkan menjadi pemacu yang lebih baik bagi pihak yang terlibat.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.¹Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. Suatu pilihan tanpa pilihan disebut “*hobson*”. Keputusan merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu dari beberapa alternatif yang dapat dipakai untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia nasabah diartikan sebagai perbandingan, orang biasa berhubungan dengan atau yang menjadi pelanggan bank, dalam hal keuangan.

Pemasar perlu mengetahui kebutuhan spesifik konsumen yang akan dipuaskannya, dan bagaimana menerjemahkan kebutuhan itu ke dalam kriteria pembelian. Pemasar perlu memahami bagaimana konsumen mengumpulkan informasi berkenaan dengan berbagai

¹ Nugroho J Setiadi, *Op. Cit.* hlm. 14.

alternatif dan menggunakan informasi itu untuk memilih produk atau merek. Merek perlu memahami bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian, dimana mereka lebih suka membeli produk, bagaimana mereka dipengaruhi oleh stimulus pemasaran di lokasi penjualan. Pemasaran juga perlu memahami bagaimana proses keputusan konsumen dan alasan pembelian yang tidak sama diantara berbagai tipe konsumen. Misalnya, keputusan pembelian mungkin dipengaruhi oleh keputusan kepribadian serta gaya hidup konsumen.

Keputusan membeli adalah tindakan memilih suatu produk diantara beberapa pilihan dengan berbagai pertimbangan yang mempengaruhinya. Proses pengambilan keputusan ini melalui lima tahap yaitu:

a. Pengenalan Masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang atau rangsangan eksternal seseorang.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang telah tertarik mungkin akan mencari lebih banyak informasi. Apabila dorongan konsumen begitu kuat dan produk yang memuaskan berada dalam jangkauan, konsumen

kemungkinan besar akan membelinya. Namun jika produk yang diinginkan berada jauh dari jangkauan, walaupun konsumen mempunyai dorongan yang kuat, konsumen mungkin akan menyimpan kebutuhannya dalam ingatan atau melakukan pencarian informasi.²Pencarian informasi (*information search*) merupakan tahap proses dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi. Dalam hal ini, konsumen mungkin hanya akan meningkatkan perhatian atau aktif mencari informasi. Konsumen dapat memperoleh informasi dari sumber mana pun, misalnya:

- 1) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, dan kenalan
- 2) Sumber komersial: iklan, wiraniaga, dealer, kemasan, dan pajangan
- 3) Sumber publik: media massa, organisasi penilai pelanggan
- 4) Sumber pengalaman: menangani, memeriksa produk, dan menggunakan produk

c. Evaluasi Alternatif

Proses evaluasi alternatif keputusan, kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pertimbangan yang sadar dan rasional.³

²Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 37.

³Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV, Yrama Widya, 2011), hlm. 48-49.

d. Keputusan Membeli

Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian, orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian atau mengambil tindakan tertentu.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Sesudah melakukan pembelian konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan pengguna produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian. Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan pembeli atas produk tersebut dengan daya guna yang dirasakan dari produk tersebut.

f. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengambil Keputusan

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli.

Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Karenanya kita akan membahas pengaruh tiap faktor terhadap terhadap perilaku pembelian.

2. Faktor Budaya

budaya adalah segala nilai pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Budaya bukan hanya yang bersifat abstrak seperti nilai, pemikiran dan kepercayaan. Budaya bisa berbentuk objek material, rumah, kendaraan, peralatan elektronik, dan pakaian adalah contoh-contoh produk yang bisa dianggap sebagai budaya masyarakat. Undang-Undang, makanan, minuman, musik, teknologi, dan bahasa adalah beberapa contoh lain dari budaya suatu masyarakat.⁴Faktor-faktor budaya terbagi menjadi tiga macam, yaitu:

(a) Kebudayaan

Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Budaya dapat diartikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat, setiap budaya mempunyai kelompok-kelompok subbudaya yang lebih kecil

⁴Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Edisi Kedua Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 226

yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya.

(b) Subbudaya

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 area geografis*.⁵

(c) Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam urutan jenjang. Para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, perilaku dan tingkah laku yang cenderung sama, kelas sosial memiliki beberapa ciri. Pertama, orang yang berada dalam setiap kelas sosial cenderung berperilaku lebih serupa daripada orang yang berasal dari dua kelas sosial yang berbeda. Kedua, seseorang dipandang mempunyai pekerjaan yang rendah atau tinggi sesuai kelas sosialnya. Ketiga, kelas sosial seseorang dinyatakan dengan beberapa variabel seperti jabatan, pendidikan dan orientasi terhadap nilai.

3. Faktor Sosial

⁵Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit.* hlm. 10

Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti keluarga, kelompok referensi atau kelompok acuan-acuan, status sosial dan peran sosial.

a. Keluarga

Keluarga adalah organisasi konsumen pembeli yang terpenting dalam masyarakat dan telah diteliti secara luas, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah keluarga orientasi yang merupakan orang tua seseorang, dari orang tua lah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik ekonomi, merasakan ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Selain itu yang kedua ialah yaitu keluarga prokreasi yaitu pasangan hidup yaitu pasangan hidup anak-anak sekarang.

b. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat.

c. Peran dan status

seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya. Keluarga, klub, organisasi, posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

4. Faktor Pribadi

Banyak faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor-faktor demografis berupa karakteristik-karakteristik individual seperti umur dan tahapan siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi serta pendapatan dan gaya hidup.

a. Umur dan tahap siklus hidup

Umur dan tahap siklus hidup membuat orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap suatu produk seperti pakaian makanan dan lainnya juga berhubungan dengan usia, begitu juga dengan konsumsi dibentuk oleh siklus hidup, keluarga dan usia.⁶

b. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu. Perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya pada kelompok pekerja dan keadaan ekonomi tertentu.⁷

c. Keadaan ekonomi

⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm. 214.

⁷Hendi Priyanto, "Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal Provita* Volume 10. No. 1 April 2017. hlm. 6.

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap mengeluarkan uang untuk menabung.

d. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah gaya hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

e. Kepribadian dan konsep diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologi yang berbeda dari setiap orang yang memandang responsnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek.

5. Produk Perbankan Syariah

a. Produk Penghimpun Dana

1) Giro (*Demand Deposit*)

Giro adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, artinya adalah bahwa uang yang disimpan direkening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan. Pengertian giro juga dapat ditemukan dalam pasal 1 angka 23 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, yakni simpanan berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, sarana perintah pembayaran lainnya dengan perintah pemindah bukuan. Giro yang dikenal dalam perbankan konvensional dapat diaplikasikan dalam perbankan syariah dengan menghilangkan unsur bunga yang ada di dalamnya.⁸

2) Tabungan (*Saving Deposit*)

Jenis simpanan yang kedua adalah tabungan (*saving deposit*). Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil

⁸ Khotibul Umam & H. Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm .80-88

simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.⁹

3) Deposito (*time deposit*)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 deposito didefinisikan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank atau pada saat jatuh tempo. Deposito merupakan bentuk produk dari bank yang memang ditujukan untuk kepentingan investasi dalam bentuk surat-surat berharga, sehingga dalam perbankan syariah akan memakai prinsip *mudharabah*. Berbeda dengan perbankan konvensional yang memberikan imbalan berupa bunga bagi nasabah deposan, maka dalam perbankan syariah imbalan yang diberikan kepada nasabah deposan adalah bagi hasil (*profit sharing*) sebesar nisbah yang telah disepakati di awal akad.

b. Produk Penyaluran Dana (*financing*)

1) Produk pembiayaan dengan akad jual beli

Implementasi akad jual beli merupakan salah satu cara yang ditempuh bank dalam rangka menyalurkan dana kepada masyarakat. Produk dari bank yang didasarkan pada akad jual beli ini terdiri dari *murabahah*, *salam*, dan *istishna*. *Murabahah* diartikan sebagai suatu perjanjian antara bank dengan nasabah

⁹*Ibid.* hlm. 95- 103

dalam bentuk pembiayaan pembelian atas suatu barang yang dibutuhkan oleh nasabah. Objeknya bisa berupa barang modal seperti mesin-mesin industri, maupun barang untuk kebutuhan sehari-hari seperti sepeda motor.

Salam adalah jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dengan pembayaran tunai terlebih dahulu secara penuh. Kemudian *istishna* didefinisikan sebagai kegiatan jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sufitrayati (Jurnal Ihtiyath Vol, 2 No. 1 September 2018). ¹⁰	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh	Faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Kota Banda Aceh.
2	Elisna Saleha Nasution (Kampus IAIN Padangsidimpu	Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi Terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan Untuk.	secara parsial Faktor Sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah, sedangkan faktor pribadi

¹⁰Sufitrayati, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh*, Jurnal Ihtiyath Vol, 2 No. 1 September 2018.

	an Tahun 2018)		dan faktor promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah.
3	Ida Nurlaeli (Islamadina Jurnal Pemikiran Islam Volume XVIII, No 2, Juni 2017 : 75 – 106). ¹¹	Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas	Secara parsial faktor budaya dan faktor psikologi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Banyumas, sedangkan faktor pelayanan, faktor promosi, dan faktor pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Banyumas.
4	Roni Andespa (Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan- Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017). ¹²	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.	Faktor Marketing Mix, Faktor Budaya, Faktor Sosiologi dan Faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabhdalam menabung di bank syariah.
5	Desi Marito Harahap (Kampus IAIN Padangsidimpuan 2017)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Labuhan Labo Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara).	secara parsial faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa bank syariah, sedangkan faktor pribadi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa syariah.

¹¹ Ida Nurlaeli, *Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas*, Islamadina Jurnal Pemikiran Islam Volume XVIII, No 2, Juni (2017), hlm. 75 – 106

¹²Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, dalam Jurnal Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, hlm. 43-57

tiPersamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas adalah:

1. Persamaan penelitian ini dengan Sufitrayatiyaitu, sama-sama memiliki variabel faktor sosial dan variabel faktor pribadi. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian Sufitrayati dilakukan di Kota Banda Aceh.Sedangkan penelitian ini dilakukan di Desa Batuhulan Kecamatan Batang Toru.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitianElisna Saleha Nasution yaitu, sama-sama memiliki variabel faktor sosial dan variabel faktor pribadi. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian Elisna Saleha Nasution dilakukan di Pegadaian Syariah, sedangkan penelitian ini dilakukan di Desa Batuhula Kecamatan Batang Toru.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ida Nurlaeli yaitu, sama-sama memiliki variabel faktor budaya. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian Ida Nurlaeli dilakukan di BPRS Banyumas, sedangkan penelitian ini dilakukan di Desa Batuhula Kecamatan batang Toru.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Roni Andespa yaitu, sama-sama memiliki variabel faktor budaya. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian Roni Andespa meneliti tentang minat nasabah menggunakan bank syariah, sedangkan penelitian ini meneliti tentang keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

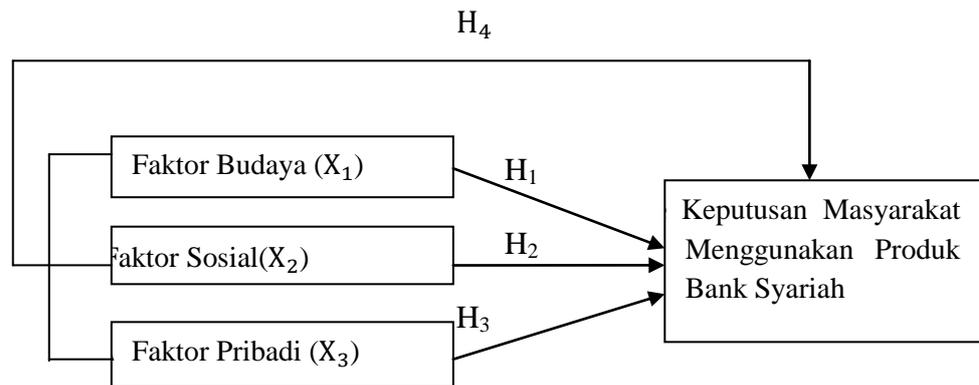
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Desi Marito yaitu sama-sama memiliki variabel faktor sosial dan variabel faktor pribadi. Perbedaannya yaitu penelitian Desi Marito Harahap dilakukan di Desa Labuhan Labo Kecamatan Tenggara, sedangkan penelitian ini dilakukan di Desa Batuhula Kecamatan Batang Toru.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir diperlukan untuk mendudukan masalah penelitian yang telah didefinisikan dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan, dan menunjuk perspektif terhadap masalah penelitian. Kerangka pikir berikut ini menggambarkan mengenai keputusan masyarakat Desa Batuhula Kecamatan Batang Toru menggunakan produk bank syariah yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Namun penelitian ini dibatasi hanya pada variabel faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi.

Adapun kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



Berdasarkan gambar II. 1 bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya (X₁) terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah, dan pengaruh faktor sosial (X₂) terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah, dan pengaruh faktor pribadi (X₃) terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi

hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.¹³

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a. H_1 : Terdapat pengaruh faktor budaya secara parsial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru
- b. H_2 : Terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru
- c. H_3 : Terdapat pengaruh faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru
- d. H_4 : Terdapat pengaruh faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi secara simultan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah studi kasus Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaitaf dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 64

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Batu Hula kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai dari 15 Februari tahun 2019 sampai dengan 18 Agustus tahun 2019.

B. Jenis Penelitian

Apabila dilihat dari jenis penelitiannya, penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.¹

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru yang menabung di bank syariah, jumlah masyarakatnya adalah 34 orang pengguna produk bank syariah.

¹*Ibid*, hlm. 80

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Adapun teori yang mengatakan tentang cara pengambilan sampel yaitu apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Tergantung pada kemampuan peneliti, sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek dan besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti.

Karena dalam penelitian ini jumlah populasinya hanya berjumlah 34 orang dan kurang dari 100 maka sampel dalam penelitian ini adalah 34 orang pengguna produk bank syariah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.²

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2012), hlm. 122

D. Sumber Data

Adapun sumber data penelitian ini yaitu:

- a. Sumber data primer adalah yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab suatu pertanyaan peneliti. Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah wawancara langsung dengan masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru, observasi langsung ke lapangan yang dilakukan oleh peneliti, dokumentasi, dan dengan menggunakan angket atau kuesioner.
- b. Sumber data sekunder adalah peneliti melakukan pengumpulan informasi melalui segala bahan tertulis seperti(studi kepustakaan) dalam bentuk buku, literatur, internet, dan sumber tertulis lainnya yang relevan dengan judul penelitian serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.³

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan dengan menggunakan instrumen-instrumen yang diperlukan dalam penelitian. Selain menggunakan instrumen dapat pula dilakukan dengan mempelajari dokumentasi-dokumentasi atau catatan yang menunjang penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan alat sebagai berikut:

³ Zulkifli Zainuddin & dkk, *Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)*, Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol 13, No 1, Desember 2016, hlm 56

a. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun langsung ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Observasi dalam penelitian kualitatif berbeda dengan observasi dalam studi kuantitatif. observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam obyek penelitian.⁴

Dalam penelitian, observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya. Observasi yang akan dilakukan adalah observasi subjek, perilaku subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud dalam hal ini berupa mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data dokumentasi dapat berupa dokumen yang berisi informasi mengenai lokasi penelitian, informasi penelitian, surat, foto, dan

⁴Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan Penelitian Pengembangan*, (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm.143-144

catatan. Hal ini merupakan bukti otentitas penelitian telah dilaksanakan di lapangan sehingga data tidak diragukan kebenarannya.⁵

c. Angket atau kuesioner

Angket atau kuisisioner adalah seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Angket ini berupa daftar pernyataan yang dibuat peneliti dan harus dijawab oleh responden.

F. Instrumen Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert (*likert scale*) yaitu metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subyek, obyek, atau kejadian tertentu.⁶

Tabel III. 1
Skor Penilaian Angket

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai Positif	Bobot Nilai 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

⁵ Alwan & Dkk, *Instrumen Penelitian*, Jurnal Edufisika Vol. 02. No. 01, Juki 2017, hlm. 28

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm.87

Tabel III. 2
Kisi-Kisi Kuisisioner Tentang Variabel Independen

No	Variabel X	Indikator	Nomor Soal
1	Faktor Budaya (X ₁)	1. Kebudayaan 2. Subbudaya 3. Kelas Sosial	1, 2, 3, 4 5, 6, 7 8, 9, 10
2	Faktor Sosial (X ₂)	1. Keluarga 2. Kelompok Referensi 3. Peran dan status	1, 2, 3 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
3	Faktor Pribadi (X ₃)	1. Umur dan tahapan dalam siklus hidup 2. Pekerjaan 3. Keadaan ekonomi 4. Gaya hidup 5. Kepribadian dan konsep diri	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10

Tabel III. 3
Kisi-Kisi Kuisisioner Tentang Keputusan Masyarakat

No	Variabel Y	Indikator	Nomor Soal
1	Keputusan Masyarakat	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan membeli 5. Perilaku sesudah pembelian	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10

G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang

diajukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuisioner. Pengujian validitas data dengan menggunakan SPSS Versi 22.0. pengujian validitas ini dilakukan dengan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai positif danr hitung $\geq r$ tabel maka itemdapat dikatakan valid.
- 2) Jika r hitung $< r$ tabel maka item dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kusioner. Maksudnya apakah alat tersebut akan mendapat pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan seperti skala likert 1-5 adalah *cronbach alpha*. Dimana item yang diuji adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

H. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang berdistribusi normal, maka data

tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *one sample kolmogrov smirnov* untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak cukup melihat dari nilai signifikansinya, jika nilai signifikansinya kurang dari 0,1, maka data tidak berdistribusi normal, namun jika nilai signifikansinya lebih dari 0,1 maka data berdistribusi normal.⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Alat statistik yang digunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas dalam penelitian ini adalah *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Suatu model regresi yang dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10,00 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Apabila faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi mempunyai $VIF < 10,00$ dan $tolerance > 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varians dari residual untuk semua

⁷Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset 2014), hlm. 30-79

pengamatan pada model regresi. Pada pengujian ini peneliti hanya menggunakan metode *scatterplot*. Yaitu dengan cara melihat jika ada pola seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau yang akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Artinya hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Ada dua macam hipotesis, yaitu: hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). H_0 adalah hipotesis hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), sementara H_a adalah hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Adapun uji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian uji parsial (uji t) dilakukan dengan dua arah yaitu pada taraf signifikansi 0,1, setelah t hitung diperoleh maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

Jika t hitung > dari t tabel maka H_a diterima

Jika t hitung < dari t tabel maka H_a ditolak

b. Uji Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen atau untuk mengetahui besarnya peluang untuk memperoleh kesalahan dalam mengambil keputusan.⁸

H_0 diterima, apabila F hitung < F tabel pada $\alpha = 0,1$.

H_a ditolak, apabila F hitung > F tabel pada $\alpha = 0,1$.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2) dan pribadi (X_3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan masyarakat (Y) di Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru.⁹ Adapun

⁸ Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), hlm. 63

⁹ Agus Irianto, *Statistik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 191

bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$KM = \alpha + b_1 FB + b_2FS + b_3FP + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Masyarakat (KM)

α = konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Faktor Budaya (FB)

X_2 = Faktor Sosial (FS)

X_3 = Faktor Pribadi (FP)

e = batas kesalahan acak

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu. Sedangkan untuk melihat tingkat hubungan korelasi dapat dilihat pada tabel R korelasi di bawah ini:

Tabel III. 4
Tabel R (Korelasi)¹⁰

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1000	Sangat Kuat

¹⁰Dwi Priyanto, *Op. Cit*, Hal. 59

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Batu Hula

1. Sejarah Berdirinya Desa Batu Hula

Desa Batu Hula masuk dalam wilayah Kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan berjarak 7 km dari pasar Batangtoru. Desa Batu Hula berdiri sejak tahun 1970 yang di bawah pimpinan pertama adalah Bapak Lokot Pajar Pulungan. Penduduk Desa Batu Hula ini memiliki lahan yang cukup luas dan sebagian besar digunakan penduduk untuk kegiatan pertanian dan persawahan karena mata pencaharian penduduk Desa ini adalah lebih besar bersawah.

2. Sejarah Pemerintahan Desa Batu Hula

Nama-nama kepala Desa sebelum dan sesudah berdirinya Desa Batu Hula:

1. Lokot Pajar Pulungan	Peiode: 1976-1986
2. Sofyan Simamora	Periode: 1986-1996
3. Jalaluddin Ritonga	Periode: 1996-1999
4. Mukhtabar Hutagulung	Periode: 1999-2005
5. Marhamuddin Siregar	Periode: 2005-2012
6. Jonri Siregar	Periode: 2012-2017
7. M. Alinafia Nasution	Periode: 2017-sekarang

3. Data Geografi Desa Batu Hula

Penelitian ini berlokasi di Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru provinsi Sumatera Utara dengan luas wilayah 158,5 Ha atau 158,5 km² dengan perincian sebagai berikut:

1. Dusun I : 52,83 Ha
2. Dusun II: 54,80 Ha
3. Dusun III : 50,50 Ha

Desa Batu Hula masuk dalam wilayah Kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan. Berjarak \pm 7 km arah barat dari ibu kota Kecamatan, dengan batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatas dengan Desa Aek Ngadol Sitinjak
2. Sebelah Selatan berbatas dengan Desa Sumuran
3. Sebelah Timur berbatas dengan Hutan Lindung
4. Sebelah Barat berbatas dengan Tapanuli Tengah

4. Data Demografi Desa Batu Hula

Jumlah penduduk Desa Batuhula Kecamatan Batang Toru memiliki jumlah masyarakatnya secara keseluruhan sekitar 997 jiwa yang terdiri dari laki-laki 516 jiwa, perempuan 481 jiwa dan 260 KK (Kepala Keluarga) yang terdiri dari 3 (tiga) dusun, dengan rincian sebagai berikut:

1. Dusun I : 330 Orang
2. Dusun II : 320 Orang
3. Dusun III : 347 Orang

Jenis pekerjaan pada ketiga dusun tersebut berbeda-beda, diantaranya bekerja sebagai petani, pedagang, PNS, buruh, nelayan, peternak, guru dan wiraswasta.

B. Karakteristik Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan yang berjumlah 34 orang pengguna produk bank syariah. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dengan menggunakan instrumen angket yang disebar pada 34 masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan. Total pernyataan angket yang disebar pada responden adalah sebanyak 40 pernyataan.

Dimana 10 pernyataan untuk variabel faktor budaya (X_1), 10 butir pernyataan untuk variabel faktor sosial (X_2), 10 butir pernyataan untuk variabel faktor pribadi (X_3), dan 10 butir pernyataan untuk variabel keputusan (Y). Penyebaran angket dilakukan dengan mekanisme yaitu peneliti langsung menemui responden dan meminta kepada responden untuk mengisi angket yang dibagikan peneliti. Berikut karakteristik responden dalam penelitian ini:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV. 1

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	19	56%
2	Perempuan	15	44%
Total		34	100%

Berdasarkan Tabel IV. 1 dapat diketahui responden pengguna produk bank syariah berdasarkan jenis kelaminnya, pada penelitian ini pengguna produk bank syariah dari jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 56%, dan pengguna produk bank syariah dari jenis kelamin perempuan adalah sebanyak 44%. Dari tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa pengguna produk bank syariah di Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru paling banyak adalah laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV. 2

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 – 25 tahun	15	44%
2	26 – 35 tahun	15	44%
3	35 – 45 tahun	2	6%
4	46 – 55 tahun	1	3%
5	55 – 65 tahun	1	3%
Total		34	100%

Berdasarkan Tabel IV. 2 dapat diketahui usia responden pada penelitian ini adalah sebanyak 44% responden berusia 17 – 25 tahun, sebanyak 44% responden berusia 26 – 35 tahun, 2% responden berusia 35 – 45 tahun, 1% responden berusia 46 – 55 tahun, dan 1% responden berusia 55 – 65 tahun. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna produk bank syariah paling banyak adalah dari yang berusia 17-35 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel IV. 3

No	Pendidikan Terakhir	frekuensi	persentase
1	SD	3	9%
2	SMP/ Sederajat	5	14%
3	SMA/ Sederajat	22	65%
4	Diploma (D1, D2, D3)	1	3%
5	S1	3	9%
Total		34	100%

Berdasarkan Tabel IV. 3 dapat diketahui responden berdasarkan pendidikan terakhirnya, pada penelitian ini pengguna produk bank syariah dari pendidikan terakhir SD sebanyak 9%, pengguna produk bank syariah dari pendidikan terakhir SMP/Sederajat sebanyak 14%, SMA/Sederajat sebanyak 65%, Diploma (D1, D2, D3) sebanyak 3%, dan S1 sebanyak 9%. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna produk bank syariah paling banyak adalah dari pendidikan terakhir SMA/Sederajat.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel IV. 4

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/ Mahasiswa	3	9%
2	Pegawai Negeri Sipil	1	3%
3	Wiraswasta	22	65%
4	Petani	1	3%
5	Ibu Rumah Tangga	7	20%
Total		34	100%

Berdasarkan Tabel IV. 4 dapat diketahui responden berdasarkan pekerjaannya. Pada penelitian ini pengguna produk bank syariah dari

pelajar/mahasiswa sebanyak 9%, pengguna produk bank syariah dari pegawai negeri sipil sebanyak 3%, pengguna produk bank syariah dari wiraswasta sebanyak 65%, dan pengguna produk bank syariah dari petani adalah sebanyak 3%, dan ibu rumah tangga sebanyak 29%. Dari Tabel IV. 4 dapat disimpulkan bahwa pengguna produk bank syariah paling banyak adalah dari wiraswasta.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskriptif kategori variabel menggambarkan tanggapan atau pendapat responden mengenai faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah. Data hasil peneliti tersebut dijadikan berikut ini:

1. Variabel Faktor Budaya

Faktor budaya adalah salah satu faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah. Berikut ini adalah distribusi jawaban responden untuk pernyataan yang diajukan oleh peneliti mengenai faktor budaya terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah. Dengan mengetahui tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti. Dalam variabel faktor budaya (X_1) dari 3 indikator yang telah ditetapkan diajukan 10 pernyataan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut:

Tabel IV. 5
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya

No	Pernyataan	Frekuensi				
1	Kebudayaan	SS	S	KS	TS	STS
a	Saya menggunakan bank syariah karena di lokasi tempat tinggal saya semua masyarakatnya menggunakan bank syariah	4	15	13	2	-
b	Saya menabung di bank syariah karena kebiasaan masyarakat Desa Batu Hula semuanya menabung di bank syariah	4	17	10	3	-
c	Saya menabung di bank syariah karena keterpaksaan dari lembaga perusahaan	7	21	4	2	-
d	Saya menggunakan bank syariah karena merupakan tradisi dari keluarga saya	6	22	3	3	-
Presentasi Kebudayaan		16%	55%	22%	7%	
No	Pernyataan	Frekuensi				
2	Subbudaya	SS	S	KS	TS	STS
a	Saya menggunakan bank syariah karena rata-rata masyarakat Desa Batu Hula beragama Islam	7	22	-	5	-
b	Saya menggunakan bank syariah karena organisasi yang saya ikuti	10	18	4	2	-
c	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan ajaran syariat Islam	12	19	2	1	-
Presentasi Subbudaya		28%	58%	6%	8%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
3	Kelas Sosial	SS	S	KS	TS	STS
a	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan pendidikan saya	9	21	2	2	-
b	Saya menggunakan bank syariah karena pendapatan saya lumayan tinggi	8	16	8	2	-
c	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya	9	22	1	2	-
Persentasi Kelas Sosial		25%	58%	11%	6%	-
Jumlah		76	193	47	24	-
Persentase		22%	57%	14%	7%	-

Berdasarkan Tabel IV. 5 dapat dilihat bahwa:

- a. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator kebudayaan, dari 34 responden 16% menyatakan sangat setuju, 55% setuju, 22% kurang setuju, dan 7% tidak setuju.
- b. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator subbudaya, dari 34 responden 28% menyatakan sangat setuju, 58% setuju, 6% kurang setuju, dan 8% menyatakan tidak setuju.
- c. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator kelas sosial, dari 34 responden 25% menyatakan sangat setuju, 58% setuju, 11% kurang setuju, dan 6% menyatakan tidak setuju.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan hasil dari ketiga indikator untuk variabel faktor budaya adalah sebanyak 22% responden yang menyatakan sangat setuju, 57% menyatakan setuju, 14% menyatakan kurang setuju, dan 7% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari variabel faktor budaya, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai indikator kebudayaan, indikator subbudaya, dan indikator kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan responden menggunakan produk bank syariah.

2. Variabel Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah. Berikut ini adalah jawaban responden untuk setiap pernyataan yang diajukan mengenai faktor sosial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah. Dengan mengetahui tanggapan responden

terhadap variabel yang diteliti. Dalam variabel faktor sosial (X_2) dari 3 indikator yang telah ditetapkan diajukan pernyataan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut:

Tabel IV. 6
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Sosial

No	Pernyataan	Frekuensi				
1	Keluarga	SS	S	KS	TS	STS
a	Saya menggunakan bank syariah karena semua anggota keluarga saya juga melakukan transaksi di bank syariah	4	25	4	1	-
b	Saya menggunakan bank syariah karena pilihan dari orang tua saya	5	23	3	3	-
c	Saya menggunakan bank syariah karena semua tetangga saya juga menggunakan bank syariah	2	26	4	2	
Presentasi Keluarga		11%	73%	11%	5%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
2	Kelompok Referensi	SS	S	KS	TS	STS
a	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh dari organisasi yang saya ikuti	6	23	3	2	-
b	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh dari kelompok pengajian saya	5	15	8	6	
c	Saya menggunakan bank syariah karena ajakan dari teman saya	7	22	-	5	-
Presentasi Kelompok Referensi		18%	59%	11%	12%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
3	Peran dan Status	SS	S	KS	TS	STS
a	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan pekerjaan saya	6	21	4	3	-
b	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kepercayaan dan keyakinan saya	7	25	1	1	-
c	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan status sosial saya	10	20	3	1	-
d	Saya menggunakan bank syariah karena saya adalah tokoh masyarakat	5	13	12	4	-
Persentase Peran dan Status		20%	58%	15%	7%	-
Jumlah		57	213	42	28	-
Persentase (%)		17%	63%	12%	8%	-

Berdasarkan Tabel IV. 6 dapat dilihat bahwa:

- a. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator keluarga, dari 34 responden 11% menyatakan ssangat setuju, 73% meyakini setuju, 11% menyatakan kurang setuju, dan 5% menyatakan tidak setuju.
- b. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator kelompok referensi, dari 34 responden 18% menyatakan sangat setuju, 59% menyatakan setuju, 11% menyatakan kurang setuju, dan 12% menyatakan tidak setuju.
- c. Pada pernyataan pada pernyataan yang terdapat dalam indikator peran dan status, dari 34 responden 20% menyatakan sangat setuju, 58% menyatakan setuju, 15% menyatakan kurang setuju, dan 7% menyatakan tidak setuju.

Dari penjelsan di atas dapat disimpulkan hasil dari ketiga indikator untuk variabel faktor sosial adalah sebanyak 17% responden yang menyatakan sangat setuju, 63% responden menyatakan setuju, 12% responden menyatakan kurang setuju, dan 7% responden menyatakan tidak setuju. Dilihat dari faktor sosial maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai indikator yang terdapat dalam keluarga, indikator kelompok referensi, dan indikator peran dan status sosial terkait keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

3. Variabel Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang dalam suatu tindakan. Berikut ini adalah distribusi jawaban responden untuk setiap pernyataan yang diajukan mengenai faktor pribadi. Dalam pernyataan variabel faktor pribadi terdapat 5 indikator yang ditetapkan, dari 5 indikator tersebut terdapat 10 pernyataan yang diajukan kepada responden yaitu:

Tabel IV. 7
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Pribadi

No	Pernyataan	Frekuensi				
1	Umur dan Tahapan Dalam Siklus Hidup	SS	S	KS	TS	STS
	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan usia saya	1	26	5	2	-
	Saya menabung di bank syariah sebagai tabungan di hari tua saya	3	26	3	2	-
	Presentasi Umur dan Tahapan Dalam Siklus Hidup	6%	76%	12%	6%	

No	Pernyataan	Frekuensi				
2	Pekerjaan	SS	S	KS	TS	STS
	Saya menggunakan bank syariah karena gaji saya di <i>transfer</i> melalui bank syariah	3	21	6	4	-
	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan pekerjaan saya	3	24	5	2	-
	Presentasi Pekerjaan	9%	66%	16%	9%	-

No	Pernyataan	Frekuensi				
3	Keadaan Ekonomi	SS	S	KS	TS	STS
	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan pendapatan saya	2	26	4	2	
	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kondisi ekonomi saya	4	26	-	4	-
	Presentasi Pekerjaan	9%	76%	6%	9%	
No	Pernyataan	Frekuensi				

4	Gaya Hidup	SS	S	KS	TS	STS
	Saya menggunakan bank syariah karena sedang <i>Trend</i>	4	23	1	5	1
	Saya menabung di bank syariah sebagai investasi untuk masa depan	10	21	3	2	-
	Presentasi Gaya Hidup	20%	64%	6%	10%	
No	Pernyataan	Frekuensi				
5	Kepribadian dan Konsep Diri	SS	S	KS	TS	STS
	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kepercayaan saya	12	20	2	-	-
	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam	13	19	1	1	-
	Presentasi Kepribadian dan Konsep Diri	37%	57%	4%	2%	-
	Jumlah	55	232	30	20	1
	Persentase (%)	16%	68%	9%	6%	1%

Berdasarkan Tabel IV. 7 dapat dilihat bahwa:

- a. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator umur dan tahapan siklus hidup, dari 34 responden 6% menyatakan sangat setuju, 76% menyatakan setuju, 12% menyatakan kurang setuju, dan 6% menyatakan tidak setuju.
- b. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator pekerjaan, dari 34 responden 9% menyatakan sangat setuju, 66% menyatakan setuju, 16% menyatakan kurang setuju dan 9% menyatakan tidak setuju.
- c. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator keadaan ekonomi, dari 34 responden 9% menyatakan sangat setuju, 76% menyatakan setuju, 6% menyatakan kurang setuju, dan 9% menyatakan tidak setuju.

- d. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator gaya hidup, dari 34 responden 20% menyatakan sangat setuju, 64% menyatakan setuju, 6% menyatakan kurang setuju, dan 10% menyatakan tidak setuju.
- e. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator kepribadian dan konsep diri, dari 34 responden 37% menyatakan sangat setuju, 57% menyatakan setuju, 4% menyatakan kurang setuju, dan 2% menyatakan tidak setuju.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan hasil dari kelima indikator untuk variabel faktor pribadi adalah sebanyak 16% responden yang menyatakan sangat setuju, 68% responden menyatakan setuju, 9% responden menyatakan kurang setuju, 6% responden menyatakan tidak setuju, dan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari variabel faktor pribadi, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian dan konsep diri terkait keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

4. Variabel Keputusan

Keputusan merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Berikut ini adalah distribusi jawaban responden untuk setiap pernyataan yang diajukan mengenai variabel keputusan. Dalam pernyataan variabel keputusan terdapat 5 indikator yang telah

ditetapkan, dari 5 indikator tersebut terdapat 10 pernyataan yang diajukan kepada responden, yaitu:

Tabel IV. 8
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah

No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pengenalan Masalah					
	Saya mendatangi bank syariah dan meminta informasi tentang produk yang ada di bank syariah	2	15	12	5	-
	Saya tahu tentang bank syariah karena teman saya yang memberitahukan kepada saya tentang kelebihan bank syariah	8	23	1	2	-
	Presentasi Pengenalan Masalah	15%	56%	19%	10%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
2	Pencarian Informasi	SS	S	KS	TS	STS
	Sebelum menggunakan bank syariah saya meminta informasi kepada teman saya yang menjadi nasabah di bank syariah	8	23	2	1	-
	Sebelum sa menggunakan bank syariah saya terlebih dahulu meminta informasi kepada orang-orang yang melakukan transaksi di bank syariah	5	26	1	2	-
	Presentasi Pencarian Informasi	19%	73%	4%	4%	
No	Pernyataan	Frekuensi				
3	Evaluasi Alternatif	SS	S	KS	TS	STS
	Saya melakukan transaksi di bank syariah karena menurut saya prinsip bank syariah sesuai dengan syariah Islam	8	24	-	2	-
	Saya menabung di bank syariah karena bank syariah menggunakan sistem bagi hasil yang besar	7	23	-	4	-
	Presentasi Gaya Hidup	22%	69%	-	9%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
4	Keputusan Membeli	SS	S	KS	TS	STS

	Saya menabung di bank syariah karena lokasi tempat tinggal saya dekat dengan bank syariah	11	20	1	2	-
	Saya memutuskan menggunakan bank syariah karena menurut saya bagi hasil di bank syariah sangat memuaskan	11	19	2	2	-
	Presentasi Keputusan Membeli	32%	57%	5%	6%	
No	Pernyataan	Frekuensi				
5	Perilaku Sesudah Pembelian	SS	S	KS	TS	STS
	Saya akan terus melakukan transaksi di bank syariah	16	16	-	2	-
	Saya akan mengajak keluarga dan kerabat saya untuk melakukan transaksi di bank syariah	17	13	2	2	-
	Presentasi Perilaku Sesudah Pembelian	48%	43%	3%	6%	-
	Jumlah	93	202	21	24	-
	Persentase (%)	27%	60%	6%	7%	-

Berdasarkan Tabel IV. 8 dapat dilihat bahwa:

- a. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator pengenalan masalah, dari 34 responden 15% menyatakan sangat setuju, 56% menyatakan setuju, 19% menyatakan kurang setuju, dan 10% menyatakan tidak setuju.
- b. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator pencarian informasi, dari 34 responden 19% menyatakan sangat setuju, 73% menyatakan setuju, 4% menyatakan kurang setuju, dan 4% menyatakan tidak setuju.
- c. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator evaluasi alternatif, dari 34 responden 22% menyatakan sangat setuju, 69% menyatakan setuju, 9% menyatakan tidak setuju.

- d. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator pengenalan masalah, dari 34 responden 32% menyatakan sangat setuju, 57% menyatakan setuju, 5% menyatakan kurang setuju, dan 6% menyatakan tidak setuju.
- e. Pada pernyataan yang terdapat dalam indikator pengenalan masalah, dari 34 responden 48% menyatakan sangat setuju, 43% menyatakan setuju, 3% menyatakan kurang setuju, dan 6% menyatakan tidak setuju.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan hasil dari kelima indikator untuk variabel keputusan adalah sebanyak 27% responden yang menyatakan sangat setuju, 60% responden menyatakan setuju, 6% responden menyatakan kurang setuju dan 7% responden menyatakan tidak setuju. Dilihat dari variabel keputusan, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku sesudah pembelian memengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Pengujian validitas digunakan 34 responden dengan 10 butir pernyataan untuk variabel (X_1), 10 butir pernyataan untuk variabel (X_2), 10 butir pernyataan untuk variabel (X_3), dan 10 butir pernyataan untuk

variabel (Y). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, dimana jumlah n = jumlah sampel, jadi df = $34-2 = 32$, maka dapat diperoleh r_{tabel} sebesar 0,3388 (tabel r terlampir). Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *pearson correlation* jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *correlated* pada *output SPSS Versi 22.0* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

a. Uji Validitas Variabel Faktor Budaya (X_1)

Tabel IV. 9
Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Budaya (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0,678	Instrumen valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $df=N-2=32$ pada taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,3388	Valid
2	0,763		Valid
3	0,715		Valid
4	0,795		Valid
5	0,792		Valid
6	0,868		Valid
7	0,746		Valid
8	0,707		Valid
9	0,669		Valid
10	0,657		Valid

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah, 2019)

b. Uji Validitas Variabel Faktor Sosial (X_2)

Tabel IV. 10
Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial (X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0,509	Instrumen valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $df=N-2=32$ pada taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,3388	Valid
2	0,694		Valid
3	0,735		Valid
4	0,724		Valid
5	0,753		Valid
6	0,699		Valid
7	0,588		Valid
8	0,729		Valid
9	0,708		Valid
10	0,641		Valid

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah, 2019)

d. Uji Validitas Variabel Faktor Pribadi (X_3)

Tabel IV. 11
Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Pribadi (X_3)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,740	Instrumen valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $df=N-2=32$ pada taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,3388	Valid
Item 2	0,590		Valid
Item 3	0,621		Valid
Item 4	0,732		Valid
Item 5	0,674		Valid
Item 6	0,759		Valid
Item 7	0,824		Valid
Item 8	0,757		Valid
Item 9	0,771		Valid
Item 10	0,649		Valid

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah, 2019)

e. Uji Validitas Variabel Keputusan Masyarakat (Y)

Tabel IV. 12
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Masyarakat (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,502	Instrumen valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $df=N-2=32$ pada taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,3388	Valid
Item 2	0,711		Valid
Item 3	0,617		Valid
Item 4	0,830		Valid
Item 5	0,724		Valid
Item 6	0,707		Valid
Item 7	0,600		Valid
Item 8	0,787		Valid
Item 9	0,841		Valid
Item 10	0,850		Valid

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah, 2019)

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Variabel Faktor Budaya (X_1)

Tabel IV. 13
Uji Reliabilitas Variabel Faktor Budaya (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,908	10

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah 2019)

Berdasarkan Tabel IV. 13 dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X_1 (budaya) sebesar 0,908. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Atau (0,908 > 0,60).

b. Uji Reliabilitas Variabel Faktor Sosial (X_2)

Tabel IV. 14
Uji Reliabilitas Variabel Faktor Sosial (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,862	10

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah, 2019)

Berdasarkan Tabel IV. 14 dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X_2 (sosial) sebesar 0,862. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Atau (0,862 > 0,60).

c. Uji Reliabilitas Variabel Faktor Pribadi (X_3)

Tabel IV. 15
Uji Reliabilitas Variabel Faktor Pribadi (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,890	10

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah 2019)

Berdasarkan Tabel IV. 15 dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X_3 (pribadi) sebesar 0,890. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Atau (0,890 > 0,60).

d. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Masyarakat (Y)

Tabel IV. 16
Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Masyarakat (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,893	10

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah 2019)

Berdasarkan Tabel IV. 16 dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Y(keputusan masyarakat) sebesar 0,893. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Atau (0,903 > 0,60).

E. Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test*. Data berdistribusi normal jika nilai signifikansinya > 0,1, jika sebaliknya < 0,1 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel IV. 17
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2,94532304
Most Extreme	Absolute	,107
Differences	Positive	,107
	Negative	-,083
Test Statistic		,107
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel IV. 17 dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini diketahui karena nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Data berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $> 0,1$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi yang dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* $> 0,1$. Dan jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) $<$ dari 10,00. Hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel IV. 18
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,326	4,433		1,427	,164		
FAKTOR BUDAYA	,524	,133	,568	3,932	,000	,478	2,091
FAKTOR SOSIAL	,321	,186	,306	1,726	,095	,319	3,139
FAKTOR PRIBADI	,032	,172	,031	,188	,852	,371	2,698

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MASYARAKAT
 Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22: Data diolah, 2019)

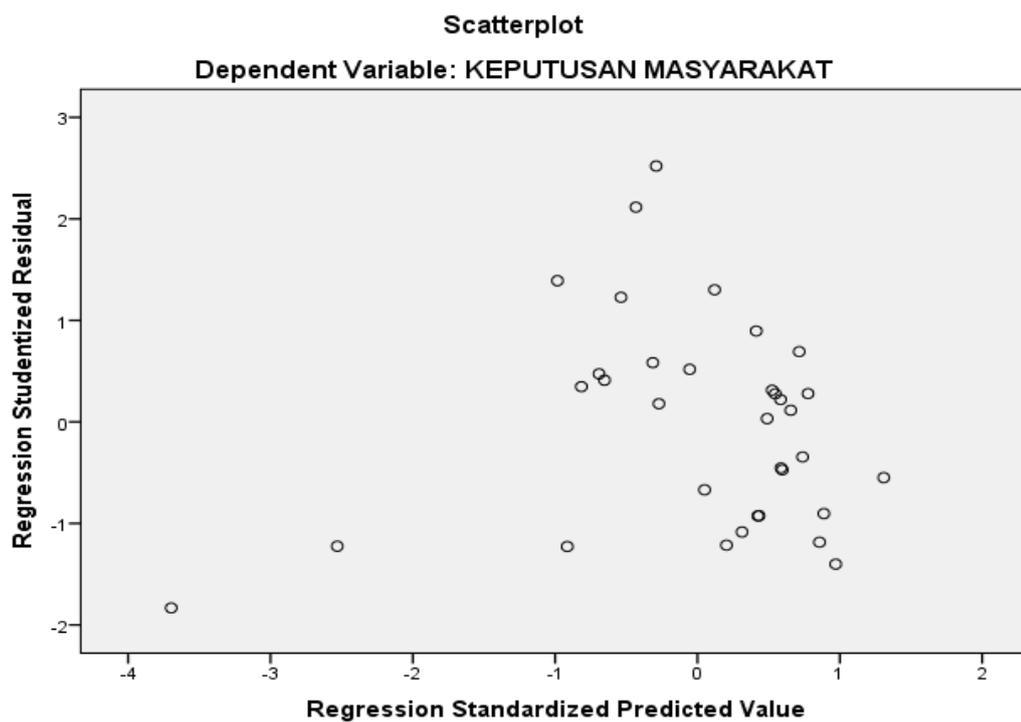
Berdasarkan Tabel IV. 18 dapat diketahui nilai *Tolerance* dari Variabel Faktor Budaya adalah $0,478 > 0,1$, Variabel Faktor Sosial adalah $0,319 > 0,1$, dan Variabel Faktor Pribadi adalah $0,371 > 0,1$ sehingga bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya berdasarkan dari nilai VIF Variabel Faktor Budaya adalah $2,091 < 10$, nilai VIF Variabel Faktor Sosial adalah $3,139 < 10$, dan nilai VIF Variabel Faktor Pribadi adalah $2,698 < 10$. Sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas. Yaitu adanya ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi

heterokedastisitas. Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu: bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Gambar IV. 1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22, Data diolah 2019)

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas di atas dengan menggunakan metode *scatterplot* maka dapat dilihat bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas, karena tidak terdapat pola teratur (bergelombang kemudian menyempit), dan tidak terdapat pula pola yang jelas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai t_{hitung} adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Atau variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Atau variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel.

Berdasarkan taraf signifikansinya:

- 1) Jika signifikansinya $> 0,1$ maka H_a diterima.
- 2) Jika signifikansinya $< 0,1$ maka H_0 ditolak.

Tabel IV. 19
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,326	4,433		1,427	,164
FAKTOR BUDAYA	,524	,133	,568	3,932	,000
FAKTOR SOSIAL	,321	,186	,306	1,726	,095
FAKTOR PRIBADI	,032	,172	,031	,188	,852

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22, Data diolah 2019)

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 34-3-1 = 30$. Dengan pengujian

dua sisi (signifikansi = 0,05), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,69726. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel faktor budaya (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar 3,932 dan t_{tabel} sebesar 1,69726 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,932 > 1,69726$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel faktor budaya terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah

Pada variabel faktor sosial (X_2) memiliki t_{hitung} sebesar 1,726 dan t_{tabel} sebesar 1,69726 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($1,726 > 1,69726$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel faktor sosial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah. Pada variabel faktor pribadi (X_3) memiliki t_{hitung} sebesar 0,188 dan t_{tabel} sebesar 1,69726 sehingga $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($0,188 < 1,69726$). Artinya H_a ditolak dan H_0 diterima. Jadi variabel faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Tabel IV. 20
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	668,786	3	222,929	23,362	,000 ^b
Residual	286,273	30	9,542		
Total	955,059	33			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MASYARAKAT

b. Predictors: (Constant), FAKTOR PRIBADI, FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22, Data diolah 2019)

Untuk F_{tabel} dilihat pada nilai signifikansi 0,1 dengan $df = n-k-1$ atau $34-3-1 = 30$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), maka hasil untuk F_{tabel} adalah sebesar 2,28 diperoleh dari F tabel. Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 23,362 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,28 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($23,362 > 2,28$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

4. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi) terhadap variabel dependen (keputusan masyarakat), apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel IV. 21
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,326	4,433		1,427	,164
FAKTOR BUDAYA	,524	,133	,568	3,932	,000
FAKTOR SOSIAL	,321	,186	,306	1,726	,095
FAKTOR PRIBADI	,032	,172	,031	,188	,852

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MASYARAKAT
 Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22, Data diolah 2019)

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$KM = \alpha + b_1FB + b_2FS + b_3FP + e$$

$$KM = 6,326 + 0,524FB + 0,321FS + 0,032FP$$

Keterangan:

Y: Keputusan Masyarakat (KM)

α : konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefisien Regresi

X_1 : Faktor Budaya (FB)

X_2 : Faktor Sosial (FS)

X_3 : Faktor Pribadi (FP)

e : Batas Kesalahan Acak

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta (α) adalah 6,236, ini dapat diartikan jika faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi nilainya adalah 0. Maka keputusan masyarakat nilainya adalah 6,236.

- b. Nilai koefisien regresi variabel faktor budaya (X_1) bernilai positif, yaitu 0,524, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan faktor budaya sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat sebesar 0,524 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel faktor sosial (X_2) bernilai positif yaitu 0,321, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan faktor sosial sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat sebesar 0,321 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel faktor pribadi (X_3) bernilai positif yaitu 0,032, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan faktor pribadi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat sebesar 0,032 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Jadi, berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat dirumuskan bahwa faktor budaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat yaitu sebesar 0,524 atau 52,4%.

5. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel

bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu.

Tabel VI. 22
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,837 ^a	,700	,670	3,08908	2,080

Sumber: (Hasil Output SPSS Versi 22, Data diolah 2019)

Nilai R adalah 0,837 menunjukkan bahwa hubungan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan keputusan masyarakat kuat karena nilainya mendekati 1. Nilai Adjusted R Square adalah 0,670 atau 67% artinya keputusan masyarakat kuat karena nilainya mendekati 1. Artinya keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah (Y) dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi (X) dengan kontribusi sebesar 67%. Sedangkan sisanya 33% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 22 diketahui bahwa:

1. Secara parsial variabel faktor budaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,932 > 1,69726$). Hal ini sejalan dengan teorinya Nugroho J, Setiadi dalam bukunya yang berjudul teori perilaku konsumen perspektif kontemporer pada tujuan, dan keinginan konsumen yang menyatakan bahwa salah satu faktor-faktor yang memengaruhi keputusan

masyarakat adalah faktor budaya. Hal ini juga sejalan dengan teorinya Philip Khotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan dalam bukunya yang berjudul manajemen pemasaran, bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya. Hasil penelitian ini juga di dukung oleh penelitian terdahulu dari jurnal Roni Andespa yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa faktor budaya secara signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.

2. Secara parsial variabel faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,726 > 1,69726$). Hal ini sejalan dengan teorinya Nugroho J, Setiadi dalam bukunya yang berjudul teori perilaku konsumen perspektif kontemporer pada tujuan, dan keinginan konsumen yang menyatakan bahwa salah satu faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat adalah faktor sosial. Selain itu hasil penelitian ini juga bertentangan dengan teorinya Philip Khotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan dalam bukunya yang berjudul manajemen pemasaran, bahwa salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumen adalah faktor sosial. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dalam skripsinya Desi Marito Harahap yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

2. Secara parsial variabel faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,188 < 1,69726$). Hal ini sejalan dengan teorinya Ujang Suwarman dalam bukunya yang berjudul perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran, bahwa yang mempengaruhi keputusan konsumen hanya faktor budaya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu pada skripsinya Desi Marito Harahap yang menyatakan bahwa secara parsial variabel faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa bank syariah.
3. Secara simultan atau uji F menyatakan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel faktor budaya, variabel faktor sosial, dan variabel faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,362 > 2,28$). Hal ini sejalan dengan teorinya Nugroho J, Setiadi dalam bukunya yang berjudul teori perilaku konsumen perspektif kontemporer pada tujuan, dan keinginan konsumen yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu pada jurnal Roni Andespa bahwa faktor budaya, dan faktor sosial berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menabung di bank. syariah

G. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini ataupun dalam penulisan skripsi ini menemukan banyak keterbatasan. Keterbatasan yang dirasakan tidak hanya berasal dari penulis sendiri, tetapi berasal dari faktor lain. Adapun keterbatasan yang dialami selama penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu dalam menyebarkan angket atau kuisioner, karena peneliti tidak mengetahui sikap responden dalam mengisi angket yang diberikan oleh peneliti.

Sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh, selain itu banyak juga dari responden yang mengeluh karena banyaknya pernyataan yang diberikan oleh peneliti, ada juga responden yang tidak mau mengisi angket, tetapi peneliti tetap sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel IV. 12 besarnya t_{hitung} faktor budaya adalah 3,932 dan t_{tabel} 1,69726. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,932 > 1,69726$) maka H_1 diterima. Dengan demikian faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.
2. Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel IV. 12 besarnya t_{hitung} faktor sosial adalah 1,726 dan t_{tabel} 1,69726. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,726 > 1,69726$) maka H_2 diterima. Dengan demikian faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.
3. Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel IV. 12 besarnya t_{hitung} faktor pribadi adalah 0,188 dan t_{tabel} adalah 1,69726. karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,188 < 1,69726$) maka H_3 ditolak. Dengan demikian, faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

4. Berdasarkan hasil uji F pada tabel 1V. 13 besarnya F_{hitung} adalah 23,362 dan F_{tabel} 2,48. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,362 > 2,28$) maka H_a diterima. Jadi faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

B. Saran

1. Untuk masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru yang beragama Islam, sudah seharusnya menggunakan produk bank syariah bukan produk bank konvensional.
2. Untuk bank syariah di Indonesia, khususnya Bank Syariah Mandiri (BSM) yang berada di Batangtoru penelitian ini disarankan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih giat lagi melakukan promosi maupun sosialisasi di Desa, supaya mereka lebih mengenal bank syariah
3. Untuk penelitian selanjutnya agar melakukan lebih lanjut mengenai permasalahan dalam skripsi ini karena penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan. Dan kepada pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Irianto, *Statistik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Alwan & Dkk. (2017), *Instrumen Penelitian*, Jurnal Edufisika Vol. 02. No. 01, Juki.
- Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitataif, PTK, dan Penelitian Pengembangan*, Bandung: Citapustaka Media, 2016.
- Bodi Abdullah & Dkk, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014.
- Duwi Priyanto, *SPSS Pengolahan Data Praktis* Yogyakarta: Andi, 2014.
- Hendi Priyanto, "Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah", Jurnal Provita Volume 10. No. 1 April 2017.
- Irham Fahmi, *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Ida Nurlaeli, *Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas*, Islamadina Jurnal Pemikiran Islam Volume XVIII, No 2, Juni (2017), hlm. 75 – 106.
- Karnaen A. Perwata Atmadja & Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Syariah*, Yogyakarta: Dana Bhakti Waqaf, 1992.
- Khotibul Umam & Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Muhammad Ridwan Basalamah & Mohammad Rizal, *Perbankan Syariah*, Malang :Empatdua Media, 2018
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen perspektif Kontemporer Pada Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kecana, 2010.
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2005.

_____, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks,
2007

Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, dalam Jurnal Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, hlm. 43-57

Syukri Iska, *Sistem Perbankan Di Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi*, Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012.

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, 2005.

_____, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* Bandung: Alfabeta, 2010.

Sufitrayati, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh*, Jurnal Ihtiyath Vol, 2 No. 1 September 2018.

Setiawan & Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010.

Yayasan Akrab Pekanbaru, *Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional Di Kota Batam*, Jurnal Akrab Juara, Volume 3 Nomor 1 Edisi Februari 2018.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Maimuna Harahap
Nama Panggilan : Muna
Nim : 15 401 00136
Tempat/Tanggal Lahir : Situmbaga/09 Juni 1997
Agama : Islam
Anak Ke : 2 dari 5 Bersaudara
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Alamat : Situmbaga
No Hp : 0812-7114-4322

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Ali Mahad Harahap
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Elly Darwati Parapat
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

C. Pendidikan

Tahun 2003-2009 : SD Negeri Situmbaga
Tahun 2009-2012 : MTSS Darul Falah Langga Payung
Tahun 2012-2015 : SMA Negeri 1 Sei Kanan
Tahun 2015-2019 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah
IAIN Padangsidimpuan

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Kepada Yth
Bapak/Ibu/Saudara/i
Masyarakat Desa Batu Hula
Di tempat.

Dengan Hormat, Sehubungan untuk memenuhi kelengkapan penyusunan skripsi, saya bermaksud mengadakan penelitian pada masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru ini dengan judul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah. Maka dengan segala kerendahan hati penulis, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk sedikit meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner yang telah dilampirkan.

Penelitian ini semata-mata bersifat ilmiah, dan hanya dipergunakan untuk keperluan penyusunan skripsi. Disamping itu juga, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi penulis.

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab semua pertanyaan yang ada secara jujur dan terbuka, mengingat data yang saya perlukan sangat besar sekali artinya.

Atas segala bantuan dan partisipasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Maimuna Harahap

KUISIONER PENELITIAN

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah

(Studi Kasus Masyarakat Desa Batuhula Kecamatan Batang Toru)

1. Identitas Responden

Nama :

Nama Bank Syariah :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

2. Petunjuk Pengisian :

Beri tanda *chek list* (\surd) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara/i.

Kriteria penelitian:

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan:

SS: Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S: Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

KS: Kurang Setuju

Faktor budaya (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan bank syariah karena di lokasi tempat tinggal saya semua masyarakatnya menggunakan bank syariah					
2	Saya menabung di bank syariah karena kebiasaan masyarakat desa batuhula semuanya menabung di bank syariah					
3	Saya menabung di bank syariah karena keterpaksaan dari lembaga perusahaan					
4	Saya menggunakan bank syariah karena merupakan tradisi dari keluarga saya					
5	Saya menggunakan bank syariah karena rata-rata masyarakat Desa Batuhula beragama Islam					
6	Saya menggunakan bank syariah karena organisasi yang saya ikuti					
7	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan ajaran syariat Islam					
8	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan pendidikan saya					
9	Saya menggunakan bank syariah karena pendapatan saya lumayan tinggi					
10	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan hidup saya					

Faktor Sosial (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan bank syariah karena semua anggota keluarga saya juga melakukan transaksi di bank syariah					
2	saya menggunakan bank syariah karena pilihan dari orang tua saya					
3	Saya menggunakan bank syariah karena semua tetangga saya juga menggunakan bank syariah					
4	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh dari organisasi yang saya ikuti					
5	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh dari kelompok pengajian saya					
6	Saya menggunakan bank syariah karena ajakan dari teman saya					
7	saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan pekerjaan saya					
8	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kepercayaan atau keyakinan saya					
9	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan status sosial saya					
10	Saya menggunakan bank syariah karena saya adalah tokoh masyarakat					

Faktor Pribadi (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan usia saya					
2	saya menabung di bank syariah sebagai tabungan di hari tua saya					
3	Saya menggunakan bank syariah karena gaji saya di <i>transfer</i> melalui bank syariah					
4	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan pekerjaan saya					
5	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan pendapatan saya					
6	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kondisi ekonomi saya					
7	Saya menggunakan bank syariah karena sedang <i>trend</i>					
8	Saya menabung di bank syariah sebagai investasi untuk masa depan					
9	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kepercayaan saya					
10	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam					

Keputusan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	KS	STS
1	Saya mendatangi bank syariah dan meminta informasi tentang produk yang ada di bank syariah					
2	Saya tahu tentang bank syariah karena teman saya yang memberitahukan kepada saya tentang kelebihan bank syariah					
3	Sebelum menggunakan bank syariah saya meminta informasi kepada teman saya yang menjadi nasabah di bank syariah					
4	Sebelum saya menggunakan bank syariah saya terlebih dahulu meminta informasi kepada orang-orang yang melakukan transaksi di bank syariah					
5	Saya melakukan transaksi di bank syariah karena menurut saya prinsip bank syariah sesuai dengan syariat Islam					
6	Saya menabung di bank syariah karena bank syariah menggunakan sistem bagi hasil yang besar					
7	Saya memutuskan menggunakan bank syariah karena lokasi tempat tinggal saya dekat dengan bank syariah					
8	Saya memutuskan menggunakan bank syariah karena menurut saya bagi hasil di bank syariah sangat memuaskan					
9	Saya akan terus melakukan transaksi di bank syariah					
10	Saya akan mengajak keluarga dan kerabat saya untuk melakukan transaksi di bank syariah					

Batangtoru, Agustus 2019

()

HASIL KUESIONER VARIABEL FAKTOR BUDAYA

No	FAKTOR BUDAYA (X1)										
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	JUMLAH
1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	41
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
6	3	3	5	3	4	4	4	4	3	4	37
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
8	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
9	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	34
10	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	39
11	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	37
12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
13	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
14	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
15	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
16	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
17	4	4	3	2	2	3	3	2	5	5	33
18	4	4	3	5	2	3	5	3	3	4	36
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	42
21	2	2	5	3	4	4	4	4	3	3	34
22	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	39
23	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	39
24	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
25	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
26	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
27	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
28	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	43
29	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
30	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	35
31	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
32	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
33	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	2	2	2	2	2	4	4	2	2	25

HASIL KUESIONER VARIABEL FAKTOR SOSIAL

No	FAKTOR SOSIAL (X2)										
Reponden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	JUMLAH
1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	44
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
6	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
8	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
9	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	35
10	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
12	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	40
13	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37
14	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
15	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
16	4	4	4	5	2	4	2	4	4	3	36
17	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	37
18	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
19	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	34
20	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	42
21	3	3	5	5	2	5	5	4	4	2	38
22	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
23	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
24	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
25	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	43
26	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
27	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	40
28	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35
29	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	40
30	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	37
31	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35
32	4	2	3	4	3	4	5	4	3	2	34
33	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
34	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	28

HASIL KUESIONER VARIABEL FAKTOR PRIBADI

No	FAKTOR PRIBADI (X3)										
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	JUMLAH
1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
2	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	41
3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	41
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
6	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
7	2	4	2	2	2	2	2	4	2	4	26
8	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
9	3	4	4	4	3	2	1	3	2	2	28
10	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	43
11	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
12	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
16	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36
17	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	34
18	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
21	3	5	5	5	3	5	2	4	4	3	39
22	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
23	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
25	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
26	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	3	2	4	3	2	2	2	3	4	4	29
33	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	36
34	2	2	2	2	4	4	2	2	4	4	28

HASIL KUESIONER VARIABEL KEPUTUSAN

No	KEPUTUSAN (Y)										
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	JUMLAH
1	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
6	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
8	4	5	5	5	5	2	4	4	4	4	42
9	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	40
10	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
11	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	41
12	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	42
13	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
15	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
16	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	40
17	2	4	3	3	2	4	4	4	4	3	33
18	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
21	3	5	5	4	4	2	5	3	4	4	39
22	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	40
23	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	43
24	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
25	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
26	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	39
27	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
28	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	45
29	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	41
30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
31	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	45
32	5	4	3	4	4	4	2	4	4	4	38
33	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	45
34	2	2	4	2	4	2	4	2	2	2	26

	Sig. (2-tailed)	,025	,001	,048	,001	,028	,000	,017	,000		,000	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
ITEM10	Pearson Correlation	,327	,456*	,433*	,607*	,509*	,617*	,477*	,706*	,888*	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	,059	,007	,011	,000	,002	,000	,004	,000	,000		,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,502*	,711*	,617*	,830*	,724*	,707*	,600*	,787*	,841*	,850*	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34

Hasil Output Uji Reliabilitas X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	34	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	35,82	28,513	,595	,903
item2	35,79	27,502	,694	,897
item3	35,47	28,317	,642	,900
item4	35,53	27,348	,735	,894
item5	35,53	26,560	,722	,895
item6	35,38	26,486	,826	,888
item7	35,21	28,471	,685	,898
item8	35,35	28,417	,633	,900

item9	35,56	28,193	,576	,904
item10	35,32	29,013	,577	,904

Hasil Output Uji Reliabilitas X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	34	100,0

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	34	100,0

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	34,85	23,463	,414	,860
ITEM2	34,91	21,356	,602	,846
ITEM3	34,97	21,908	,670	,843
ITEM4	34,82	21,422	,647	,843
ITEM5	35,24	19,761	,650	,842
ITEM6	34,88	20,592	,591	,848
ITEM7	34,91	22,265	,434	,861
ITEM8	34,68	22,165	,667	,844
ITEM9	34,65	21,629	,629	,845
ITEM10	35,24	21,155	,520	,855

Hasil Output Uji Reliabilitas X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	34	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,890	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	35,50	22,197	,679	,877
item2	35,38	22,971	,499	,887
item3	35,59	21,947	,509	,889
item4	35,44	21,830	,662	,877
item5	35,44	22,496	,598	,881
item6	35,38	21,031	,683	,875
item7	35,56	19,163	,746	,871
item8	35,09	21,659	,692	,875
item9	35,03	21,120	,701	,874
item10	34,97	22,393	,562	,884

Hasil Output Uji Reliabilitas X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	34	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,893	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	37,29	25,184	,374	,901
ITEM2	36,62	24,001	,635	,883
ITEM3	36,59	25,098	,535	,889
ITEM4	36,71	23,547	,786	,874
ITEM5	36,59	24,068	,654	,882
ITEM6	36,74	23,291	,615	,884
ITEM7	36,53	24,620	,498	,892
ITEM8	36,56	22,921	,721	,876
ITEM9	36,35	22,538	,790	,871
ITEM10	36,38	21,940	,797	,870

Hail Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,94532304
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,107
	Negative	-,083
Test Statistic		,107
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Output Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	668,786	3	222,929	23,362	,000 ^b
	Residual	286,273	30	9,542		
	Total	955,059	33			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MASYARAKAT

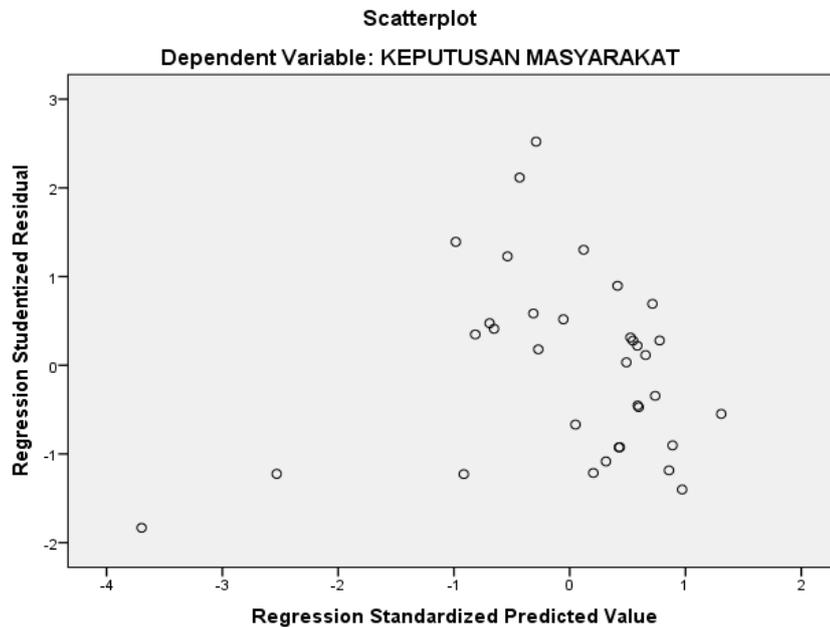
b. Predictors: (Constant), FAKTOR PRIBADI, FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL

Hasil Output Uji t dan hasil Output Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,326	4,433		1,427	,164
	FAKTOR BUDAYA	,524	,133	,568	3,932	,000
	FAKTOR SOSIAL	,321	,186	,306	1,726	,095
	FAKTOR PRIBADI	,032	,172	,031	,188	,852

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MASYARAKAT

Hasil Output Uji Heterokedastisitas



Hasil Output Uji Autokorelasi dan Uji Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,837 ^a	,700	,670	3,089	2,080

a. Predictors: (Constant), FAKTOR PRIBADI , FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Hasil Output Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,326	4,433		1,427	,164		
	FAKTOR BUDAYA	,524	,133	,568	3,932	,000	,478	2,091
	FAKTOR SOSIAL	,321	,186	,306	1,726	,095	,319	3,139
	FAKTOR PRIBADI	,032	,172	,031	,188	,852	,371	2,698

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN





