ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN *MUDHARABAH* DI PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

O l e h

SAHRIAL NASUTION
NIM. 10. 220. 0037

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2014

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN *MUDHARABAH* DI PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

O l e h

SAHRIAL NASUTION
NIM. 10 220 0037

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I	**PEMBIMBING II**
Rosnani Siregar, M. Ag	**Muhammad Isa, S.T., MM**
NIP. 19740626 200312 2 001	**NIP. 19800605 2001101 1 003**

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2014

Hal : Skripsi a.n.
Sahrial Nasution
Lamp : 7 (tujuh) examplar

Padangsidimpuan, 28 Agustus 2014
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **SAHRIAL NASUTION**, yang berjudul **"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN *MUDHARABAH* DI PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG PADANGSIDIMPUAN",** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam dalam Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

Demikian kami sampaikan kepada Bapak Dekan atas kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

PEMBIMBING I	**PEMBIMBING II**
Rosnani Siregar, M. Ag	**Muhammad Isa, S. T., MM**
NIP. 19740626 200312 2 001	**NIP. 19800605 2001101 1 003**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama	: Sahrial Nasution
NIM	: 10. 220. 0037
Fakultas/Jur	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* Di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dari arahan dosen pembimbing serta berupa kutipan-kutipan dari buku-buku bahan bacaan dan hasil wawancara.

Seiring dengan hal tersebut, bila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil jiplakan atau sepenuhnya dituliskan pada pihak lain, maka Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan dapat menarik gelar kesarjanaan dan ijazah yang telah saya terima.

Padangsidimpuan, 28 Agustus 2014

Pembuat Pernyataan

Sahrial Nasution

NIM. 10. 220. 0037

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : **SAHRIAL NASUTION**
NIM : **10. 220. 0037**
Fakultas/Jur : **Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah**
JUDUL : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN *MUDHARABAH* DI PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG PADANGSIDIMPUAN**

Ketua

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

Sekretaris

Rukiah, S.E., M.Si.
NIP.19760324 200604 2 002

Anggota

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

Rukiah, S.E., M.Si.
NIP.19760324 200604 2 002

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag.
NIP. 19720313 200312 1 002

Nofinawati, SE.I., M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003

Dilaksanakan :

Di	: Padangsidimpuan
Tanggal/Waktu	: 01 September 2014/ jam 09.00 Wib s.d12.30 Wib
Hasil/Nilai	: 77,88 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK)	: 3,50
Predikat	: *Cumlaude*

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

P E N G E S A H A N

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN MUDHARABAH DI PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG PADANGSIDIMPUAN

NAMA : SAHRIAL NASUTION
NIM : 10. 220. 0037

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat

Dalam memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi Islam (SEI)**

Dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, Februari 2015
Dekan

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

ABSTRAK

Nama	: Sahrial Nasution
NIM	: 10. 220. 0037
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah I
Judul Skripsi	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan

Masalah penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan jumlah nasabah tabungan *mudharabah* yang mengalami pertumbuhan yang lebih baik dibandingkan dengan produk tabungan lainnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini, apakah ada pengaruh yang signifikan antara budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* secara parsial dan simultan di PT. Bank Sumut Syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara parsial dan simultan pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah.

Metode penelitian yang digunakan dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 99 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji t dan Uji F dengan bantuan SPSS versi 21.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel budaya, pribadi, dan psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*, sedangkan variabel sosial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah. Sementara secara simultan faktor-faktor tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah.

Kemudian dari perhitungan regresi berganda persamaan regresinya:

$Y = -0{,}343 + 0{,}329\ (X_1) - 0{,}142\ (X_2) + 0{,}341\ (X_3) + 0{,}588\ (X_4) + e_i$.

Sehingga variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* adalah variabel psikologi. Dari perhitungan kolerasi diperoleh r = 0,725 yang berarti secara simultan adanya hubungan yang kuat antara variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologi dengan keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*. Dari perhitungan koefisien determinasi diperoleh r^2 = 0,526 yang artinya 52,6 % variabel keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* dapat dijelaskan oleh variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologi, sedangkan 47,4 % oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam skripsi ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Penelitian ini penulis laksanakan untuk memenuhi persyaratan dan melengkapi tugas-tugas untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* Di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan".**

Dalam penyelesaian penelitian ini penulis mengalami berbagai masalah dan kesulitan dikarenakan ilmu pengetahuan serta kekurangan bahan yang digunakan, namun berkat rahmat Allah SWT serta bantuan dari berbagai pihak akhirnya dapat diselesaikan dengan penuh kesederhanaan.

Selanjutnya pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,MM selaku Bapak Ketua Jurusan Perbankan Syariah Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
4. Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Ibu Pembimbing Pertama yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama pembuatan skripsi ini. Begitu juga kepada Bapak Muhammad Isa, S,T.,MM selaku Bapak Pembimbing

kedua yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama pembuatan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Jurusan Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan bantuan serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Aminuddin Sinaga selaku Bapak Pimpinan Kantor Cabang PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda **(Alm) Ahmad Zein Nasution** dan Ibunda **(Alm) Lelawanti Munthe** yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan iringan do'a selama hayatnya untuk kesuksesan penulis. Juga terimakasih kepada kakak, abang dan adikku **(Nurmala Dewi Nasution, Edi Syahputra Nasution, Ramli Hadi Nasution, Abdul Latif Nasution, Dan Khairani Nasution)**
8. Teristimewa keluarga Bapak Darianto dan Ibu Suryani Agutina Nasution yang telah memberikan perhatian dan kasih sayang kepada penulis.
9. Para sahabat Havidz, Fendi, Ikbal, Rahmat, Irsan, Surya, Maman dan Mahadir dan seluruh teman-teman angkatan 2010 yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, serta kakanda dan adinda yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam meyelesaikan penulisan ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat penulis butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidimpuan, 28 Agustus 2014
Penulis

Sahrial Nasution
Nim. 10.220.0037

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	i
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	iii
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASAH	iv
SURAT PENGESAHAN DEKAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Penelitian	7
G. Defenisi Operasional Variabel	8
H. Sistematika Pembahasan	9
BAB II : LANDASAN TEORI	11
A. Kerangka Teori	11
1. Prilaku Konsumen	11
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
a. Faktor Budaya	12
b. Faktor Sosial	13
c. Faktor Pribadi	15
d. Faktor Psikologi	16
3. Pengambilan Keputusan	18
4. Tabungan *Mudharabah*	22
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berfikir	34
D. Hipotesis	37
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
B. Jenis Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	40

D. Sumber Data ---------- 41
E. Instrumen Pengumpulan Data ---------- 41
F. Teknik Analisis Data ---------- 43
G. Uji Kualitas Data ---------- 43
1. Uji Validitas ---------- 43
2. Uji Reliabilitas ---------- 44
H. Uji Hipotesis ---------- 45
1. Uji Signifikan Parsial (uji-t) ---------- 45
2. Uji Signifikan Simultan (uji-F) ---------- 45
BAB IV : HASIL PENELITIAN ---------- 46
A. Gambaran Umum Perusahaan ---------- 46
1. Sejarah Singkat dan Perkembangan PT. Bank Sumut -- 46
2. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Syariah---------- 47
3. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah ---------- 48
4. Produk-produk PT. Bank Sumut Syariah ---------- 50
B. Hasil Analisis Data ---------- 54
1. Jumlah Kuesioner ---------- 54
2. Karakteristik Responden ---------- 55
3. Frekuensi Data ---------- 58
4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ---------- 78
5. Analisis Regresi Linear Berganda ---------- 81
6. Hasil Pengujian Hipotesis---------- 84
C. Pembahasan ---------- 87
1. Pengaruh Faktor Budaya (X_1) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* ---------- 87
2. Pengaruh Faktor Sosial (X_2) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* ---------- 88
3. Pengaruh Faktor Pribadi (X_3) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* ---------- 89
4. Pengaruh Faktor Psikologi (X_4) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* ---------- 90
5. Faktor Budaya (X_1), Sosial (X_2), Pribadi (X_3), Psikologi (X_4), Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* ---------- *91*

BAB V : PENUTUP ---------- 93
A. Kesimpulan ---------- 93
B. Saran ---------- 93
DAFTAR PUSTAKA ---------- 95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP---------- 97
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Tabungan *Mudharabah* ----------	4
Tabel 3.1	Nilai Untuk Jawaban Positif ----------	42
Tabel 3.2	Nilai Untuk Jawaban Negatif ----------	42
Tabel 3.3	Kisi-kisi angket ----------	42
Tabel 4.1.	Jumlah Kuesioner ----------	54
Tabel 4.2.	Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ----------	55
Tabel 4.3.	Kelompok Responden Berdasarkan Usia----------	56
Tabel 4.4.	Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ----	56
Tabel 4.5	Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan ----------	57
Tabel 4.6.	Kelompok Responden Berdasarkan Penghasilan ----------	58
Tabel 4.7.	Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Faktor Budaya----------	59
Tabel 4.8.	Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Faktor Sosial ----------	62
Tabel 4.9.	Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Faktor Pribadi ----------	66
Tabel 4.10.	Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Faktor Psikologi -------	70
Tabel 4.11.	Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Keputusan Nasabah ---	74
Tabel 4.12.	Hasil Pengujian Validitas----------	79
Tabel 4.13.	Hasil Pengujian Reliabilitas----------	81
Tabel 4.14.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan ----------	82
Tabel 4.15.	Pedoman Interpretasi Koefisien Kolerasi----------	84
Tabel 4.16.	Hasil Uji t ----------	85
Tabel 4.17.	Hasil Uji F----------	87

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Kerangka berfikir ----------	36
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Bank Sumut Syariah ----------	49

`BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan di Indonesia dewasa ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Persaingan dalam dunia perbankan juga semakin ketat, dalam kondisi seperti ini mengharuskan para pelaku pasar perbankan harus bekerja keras demi meningkatkan atau mempertahankan daya saing perbankan. Semakin majunya sistem keuangan dan perbankan serta semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat, menyebabkan layanan jasa perbankan yang sesuai syariah juga mengalami peningkatan permintaan. Setiap aktivitas perekonomian perbankan memiliki peranan yang sangat penting bagi sebuah negara. Peranan itu ditunjukkan dengan semakin besarnya jumlah masyarakat yang memanfaatkan fasilitas jasa lembaga keuangan perbankan baik itu dengan menyimpan uang dan barang berharga lainnya pada bank maupun meminjam sejumlah dana untuk keperluan kegiatan usaha mereka. Salah satu wujud nyata itu lahirnya sistem keuangan yang berdasarkan prinsip syariah.

Sistem keuangan syariah semakin kuat dan menunjukkan komitmennya dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah dirubah dalam UU No. 10

tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999, UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia, dan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.[1]

Lembaga keuangan syariah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan pesat selama dekade terakhir ini. Perbankan syariah merupakan salah satu bentuk dari lembaga keuangan. Pada saat ini tumbuh dengan cepat dan menjadi bagian penting dari kehidupan keuangan di dunia Islam. Kehadiran perbankan syariah menjadi tonggak penting bagi kehidupan masyarakat dalam menjalani kegiatannya sehari-hari. Dimana produk yang ditawarkan oleh bank syariah menjadi salah faktor penentu untuk membantu masyarakat memudahkan dan melancarkan urusan-urusan mengenai keuangan untuk tetap bisa menjalankan pekerjaan serta bisnisnya. Fenomena ini menjadi penggugah kesadaran, bahwa konsep yang ditawarkan perbankan syariah bukan sebuah konsep yang hanya mampu berdiri ditingkat konsep saja, namun telah mampu membuktikan di tataran praktik dan sebagai alternatif untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat.

Perbankan syariah secara umum, dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif bagi masyarakat yang sudah jenuh dengan sistem ekonomi kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang sudah lama mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi berdampak pada ketidakmerataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan dan kemelaratan. Melihat fenomena tersebut, masyarakat mulai sadar bahwa bank-bank konvensional yang ada saat ini tidak bisa menjadi solusi terbaik dari problem-problem yang

[1]Andri Soemitro, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 41.

dihadapi masyarakat, sehingga masyarakat melirik kembali ajaran Islam melalui perbankan syariah yang bebas riba, yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam Al- Qur'an dan Al-Hadist.[2]

Dengan adanya Undang-Undang yang telah dikeluarkan oleh pemerintah, maka banyak Bank Konvensional yang mendirikan bank umum yang berprinsip syariah, seperti halnya PT. Bank Sumut yang pada tanggal 04 September 2004 mendirikan Unit Usaha Syariah dan salah satu unit kerjanya adalah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan mempunyai berbagai produk syariah. Tujuannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang tidak disediakan Bank Konvensional. Upaya ini dilakukan agar masyarakat dapat dengan mudah tertarik untuk menanam modalnya di bank syariah. Dimana salah satu produknya yang ditawarkan adalah tabungan *mudharabah*. Produk tabungan *mudharabah* telah ditawarkan kepada masyarakat, sejak berdirinya PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan pada tahun 2004.

Dari data yang telah diperoleh penulis menyatakan bahwa jumlah nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan mengalami pertumbuhan yang cukup baik. Data tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

---

[2]*Ibid*., hlm. 29.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan *Mudharabah*

No	Jenis Tabungan	Nasabah 31/12/2010	Nasabah 30/12/2011	Nasabah 31/12/2012	Nasabah 31/12/2013
1.	*Mudharabah*	4056	5465	6083	6478
2.	*Wadiah*	3230	4163	4427	4579
3.	Haji *Makbul*	1586	1969	2347	2393

Sumber : PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan

Dari data di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah mulai dari tahun 2010 sebanyak 4056 nasabah, pada tahun 2011 menjadi 5465 nasabah, kemudian di tahun 2012 menjadi 6083 nasabah, dan pada tahun 2013 menjadi sebanyak 6478 nasabah. Sementara untuk tabungan *wadiah* dari tahun 2010 sebanyak 3230 nasabah, pada tahun 2011 menjadi 4163 nasabah, kemudian pada tahun 2012 menjadi 4427 nasabah, dan di tahun 2013 menjadi sebanyak 4579 nasabah. Kemudian untuk tabungan haji *makbul* dari tahun 2010 sebanyak 1586 nasabah, pada tahun 2011 menjadi 1969 nasabah, kemudian pada tahun 2012 menjadi 2347 nasabah, dan di tahun 2013 menjadi sebanyak 2393 nasabah.[3] Padahal ketiga jenis produk tabungan tersebut adalah produk yang hampir secara bersamaan ditawarkan kepada masyarakat. Dari data tersebut ternyata masyarakat paling banyak memilih produk tabungan *mudharabah.*

Perusahaan perbankan yang beroperasi secara syariah dikota Padangsidimpuan ada beberapa perusahaan, yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia, PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Sumut Syariah, PT. BPRS

[3]Hasil wawancara dengan Ibu Juli Damayanti selaku Pemimpin Seksi Pelayanan Nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan, pada hari Rabu, 27 Januari 2014.

Oloan Ummah dan lainnya. Tentunya PT. Bank Sumut Syariah menginginkan agar kuantitas nasabahnya meningkat dari waktu ke waktu dan sisi lain dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada supaya tidak pindah ke perusahaan pesaing.

Oleh karena itu PT. Bank Sumut Syariah perlu mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah untuk memutuskan bertransaksi dan memilih tabungan *mudharabah*. Menurut Nugroho perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Hal ini penting dilakukan supaya pihak manajemen bank dapat memfokuskan kualitas pelayanannya pada aspek-aspek yang berkaitan dengan faktor-faktor tersebut. Hasil analisis ini juga bermanfaat nantinya dalam hal penyusunan program promosi yang lebih menyentuh kebutuhan dan harapan konsumen.

PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan juga dituntut untuk menjaga hubungan baik harmonis dengan para nasabahnya. Karena apabila hal tersebut tidak dilakukan dengan baik mungkin saja nasabahnya tersebut akan pindah ke Bank pesaing. Dari uraian-uraian yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian secara mendalam tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di Bank Sumut Syariah dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* Di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan".**

B. Identifikasi Masalah

1. Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.
2. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.
3. Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.
4. Pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

C. Batasan Masalah

Seperti yang telah disebutkan pada identifikasi masalah, masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan. Pada penelitian ini penulis tidak membahas semua analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah tersebut, melainkan hanya faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Hal ini bertujuan supaya penelitian ini lebih fokus meneliti variabel yang diteliti di samping keterbatasan dana, waktu, dan tenaga yang dimiliki penulis.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?

2. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?
3. Apakah faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.
3. Untuk mengetahui faktor apakah di antara budaya, sosial, pribadi, dan psikologi yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian lanjutan.
2. Bagi pihak perbankan, dapat dijadikan sebagai masukan dalam pengelolaan pemasaran produk perbankan dan kegiatan operasionalnya.

3. Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam, khususnya dalam bidang ilmu perbankan syariah.

G. Defenisi Operasional Variabel

1. Pengambilan Keputusan

   Menurut Amirullah pengambilan keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.[4] Keputusan memilih bank dan produknya meliputi dimana nasabah bertransaksi, produk apa yang dipilih, bagaimana proses membeli, memilih produk atau jasa perbankan dan berapa banyak macam produk jasa yang dibelinya.

2. Budaya

   Budaya adalah segala nilai pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi prilaku, sikap, kepercayaan, kebiasaan seseorang dan masyarakat.[5] Variabel budaya mencerminkan, yaitu budaya bertransaksi di bank, seperti karena kebiasaan, adanya hari besar agama, kebiasaan orang tua, maupun karena kemajuan teknologi.

---

[4]Lutfi Efendi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat*, (Malang: Skripsi UIN Malang Manajemen, Jurusan Manajemen, 2009), hlm. 40.

[5]Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 4.

3. Sosial

Sosial adalah kehidupan bersama manusia dalam himpunan atau kesatuan-kesatuan manusia umumnya secara fisik yang hidup secara guyub.[6]

Variabel sosial berkaitan erat dengan pengaruh kelompok acuan, keluarga, peran dan status dalam masyarakat.

4. Pribadi

Pribadi adalah perbedaan karakteristik pada diri manusia, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu.[7] Faktor ini meliputi usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup.

5. Psikologi

Psikologis adalah ilmu tentang tingkah laku dan pengalaman manusia.[8] Faktor psikologi berkaitan erat dengan motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I berisikan pendahuluan yang terdiri dari atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, defenisi operasional variabel, dan sistematika pembahasan.

---

[6]Burhan Burngin Sosiologi Komunikasi (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 43.
[7]Ujang Sumarwan, *Op. Cit.*, hlm. 38.
[8]*Ibid.*, hlm. 114.

Bab II berisikan pemaparan mengenai landasan teori tentang variabel-variabel yang diteliti, kerangka berfikir, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

Bab III berisikan tentang metodologi penelitian, pembahasan ini dimulai dari waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data, dan teknis analisis data, uji kualitas data, dan uji hipotesis data.

Bab IV setelah pembahasan yang mendalam landasan teori dan data yang telah peneliti peroleh, kemudian peneliti mengolah data yang telah diperolehnya. Kemudian, yang akan diuraikan pada bab ini adalah hasil penelitian yang telah diolah meliputi gambaran umum perusahaan dan karakteristik responden, uji validitas dan reabilitas.

Bab V berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang peneliti ajukan, keterbatasan penelitian dan juga saran yang akan berguna bagi peneliti pada khususnya dan pihak-pihak lain pada umumnya.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Prilaku Konsumen

Apa yang terpikir oleh kita ketika mendengar kata konsumen, jawabannya ialah pelanggan, pemakai, penawar, pengguna, pembeli, dan pengambil keputusan.

Perilaku dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam semua aktivitas manusia. Istilah perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.[1]

Selanjutnya, perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termaksud proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta di mana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.[2]

---

[1]Ujang Sumarwan, *Op. Cit.*, hlm. 4.
[2]Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010). hlm. 2.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor berarti hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.[3] Menurut Nugroho perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

a. Faktor Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen seperti kultur (kebudayaan), Subbudaya, dan kelas sosial dibawah ini:

1) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Dengan kata lain, merupakan faktor paling utama dalam prilaku pengambilan keputusan dari perilaku pembeliaan.

2) 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, kelompok geografis.*

---

[3]Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, Ed. II, 1994), hlm. 37.

3) Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.[4]

b. Faktor Sosial

Perilaku seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran, dan status.

1) Kelompok acuan

Kelompok acuan adalah seorang individu atau kelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respons afektif, kognitif, dan prilaku. Kelompok acuan akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Seorang ayah adalah kelompok acuan bagi anak-anaknya, anak-anaknya tersebut akan meminta izin ayahnya jika mereka ingin membeli sesuatu. kelompok acuan bisa merupakan sesuatu yang nyata (orang sesungguhnya) atau yang bersifat tidak nyata dan bersifat simbolik, misalnya orang yang sukses atau para selebriti yang sukses.[5]

---

[4]Nugroho J. Setiadi, *Op., Cit,* hlm.10-11
[5]Ujang Sumarwan, *Op., Cit*., hlm. 305-306.

2) Keluarga

Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga menjadi daya tarik bagi para pemasar, karena keluarga memiliki pengaruh yang besar kepada para konsumen. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa. Ada dua alasan mengapa mempelajari keluarga penting bagi perspektif prilaku konsumen. *Pertama*, berbagai macam produk dan jasa yang dibeli oleh beberapa orang konsumen yang mengatasnamakan keluarga. Beberapa macam produk dibeli oleh sebuah keluarga dan dipakai secara bersama-sama oleh semua anggota keluarga. *Kedua*, produk dan jasa yang digunakan oleh keluarga sering kali dibeli seseorang anggota, namun pengambilan keputusan pembelian suatu produk atau jasa tersebut dipengaruhi oleh anggota keluarga lain.[6]

3) Peran dan status

Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya keluarga, klub, dan organisasi. Kedudukan atau posisi orang dalam setiap kelompok dapat didefenisikan dalam istilah peran dan status.[7]

---

[6]*Ibid*., hlm. 277.

[7]Philip Kotler Dan A. B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Selemba Empat, 1999), hlm. 23.

c. Faktor Pribadi

Keputusan seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor pribadi seperti, usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup sebagai berikut:

1) Usia dan tahap siklus hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap sesuatu juga berhubungan dengan usia, konsumsi juga dibentuk oleh *siklus hidup keluarga* dan jumlah usia, dan *gender* orang dalam rumah tangga pada satu saat.

2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka.[8]

3) Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

4) Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga dapat menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dalam sehari-hari.

---

[8]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 222-223..

d. Faktor Psikologi

Pilihan pembelian seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor psikologi seperti motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap di bawah ini:

1) Motivasi

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut inilah yang disebut sebagai motivasi.[9]

2) Persepsi

Bagaimana seorang konsumen melihat realitas diluar dirinya atau dunia sekelilingnya, itulah yang disebut dengan persepsi seorang konsumen. Konsumen sering kali memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan persepsinya terhadap produk tersebut. Memahami persepsi konsumen sangat penting bagi para pemasar dan produsen.[10]

3) Proses belajar

Seseorang yang menyukai produk tertentu, merupakan hasil dari suatu proses belajar konsumen. Proses belajar adalah bagian penting dari kegiatan konsumen yang dilakukannya secara sadar

[9]Ujang Sumarwan, *Op. Cit.,* hlm. 23.
[10]*Ibid.,* hlm. 96.

maupun tidak sengaja. Karena proses belajarlah maka seorang konsumen bisa melakukan fungsinya di pasar sebagai pembeli yang baik dan rasional. Konsumen yang kecewa karena mengkonsumsi suatu produk, akan memiliki pengalaman yang buruk dan ketidakpuasan terhadap produk tersebut. Ketika hal ini terjadi, maka proses belajar pada diri konsumen berlangsung. Dan pengalaman ini akan memberikan pelajaran kepada diri konsumen yang akan mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut di masa yang datang.[11]

4) Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.[12] Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.[13]

5) Sikap

Sikap adalah evaluasi berkelanjutan, perasaan, dan kecendrungan perilaku individu terhadap sebuah objek atau gagasan. Sikap konsumen merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Sikap dapat disimpulkan sebagai ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak

[11]*Ibid.*, hlm. 117.
[12]Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit.*, hlm. 14.
[13]Ujang Sumarwan, *Loc. Cit.*, hlm. 165.

disukai, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat objek tersebut.

3. Pengambilan Keputusan

Sebuah keputusan merupakan pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Menurut Richard L. Daft pengambilan keputusan merupakan proses identifikasi permasalahan dan peluang, kemudian menyelesaikannya.[14]

Menurut Amirullah pengambilan keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.[15]

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan (perilaku). Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.[16] Secara mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan konsumen melewati beberapa tahap diantaranya:

1) Pengenalan masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat

[14]Richard L. Daft, *Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 401.
[15]Lutfi Efendi, *Op. Cit.*, hlm. 40.
[16]Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit.*, hlm. 331

perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Pembeli tentunya menyadari terdapat perbedaan antara kondisi yang sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar, dahaga meningkat hingga suatu tingkat tertentu dan berubah menjadi dorongan. Atau suatu kebutuhan yang timbul disebabkan rangsangan eksternal seseorang yang melewati sebuah toko roti dan melihat roti yang baru selesai dibakar dapat merangsang rasa laparnya.[17]

2) Pencarian informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Seseorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. hal ini dibedakan menjadi dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi secara aktif di mana ia mencari bahan bacaan, menelpon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain. Secara umum konsumen menerima informasi terbanyak dari suatu produk dari sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi oleh para pemasar. Pada sisi lain, informasi yang paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. Setiap sumber

[17]*Ibid*., hlm. 15

informasi melaksanakan suatu fungsi yang agak berbeda dalam mempengaruhi keputusan membeli. Informasi komersial umumnya melaksanakan fungsi memberi tahu, sedangkan sumber pribadi melaksanakan fungsi evaluasi. Karena itu suatu perusahaan harus menyusun strategi agar merk produknya masuk ke perangkat pengenalan, perangkat pertimbangan, dan perangkat pilihan dari calon pembeli.

3) Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merk dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada proses evaluasi alternatif, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya.[18] Ada beberapa proses evaluasi 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.[19]

4) Keputusan membeli

Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, ada dua faktor yang dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seseorang akan tergantung pada dua hal:

---

[18]Ujang Sumarwan, *Op. Cit.*, hlm. 369
[19]Nugroho J Setiadi, *Op. Cit.*, hlm. 16.

(1) intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif pilihan konsumen, dan (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Tujuan pembeli kedua dipengaruhi faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan.

5) Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingakatan kepuasan atau ketidakpuasan. Diantaranya kepuasan sesudah pembelian, seseorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu cacat. Selanjutnya, tindakan sesudah pembelian, kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi.[20] Dan konsumen yang tidak puas itu akan berusaha mengurangi ketidakpuasannya, karena dengan kodrat manusia untuk menciptakan keserasian, keselarasan, diantara pendapat, pengetahuan, dan nilai-nilai dalam dirinya. Konsumen yang tidak puas akan mengambil satu atau dua tindakan. Mereka mungkin mengurangi ketidakcocokannya dengan meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut.

[20]*Ibid.*, hlm. 17

4. Tabungan *Mudharabah*

a. Pengertian *Mudharabah*

Menurut bahasa *mudharabah* berasal dari kata *al-dharb* **(ضرب)** yang berarti memukul atau berjalan.[21] Pengertian memukul atau berjalan lebih tepatnyaa adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya.

Menurut para fuqaha, *mudharabah* adalah akad antara dua pihak saling menanggung, salah satu pihak menyerahkan hartanya kepada pihak lain untuk diperdagangkan dengan bagian yang telah ditentukan dari keuntungan, seperti setengah atau sepertiga dengan syarat-syarat yang telah ditentukan.[22]

Hasil keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila mengalami kerugian akan ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian dari si pengelola. Akan tetapi, jika kelalaian tersebut diakibatkan oleh kecurangan atau kelalaian si pengelola, maka harus bertanggung jawab atas kelalaian tersebut.[23] Akad *mudharabah* adalah salah satu bentuk akad kerjasama kemitraan yang berdasarkan prinsip berbagi untung dan rugi, dimana salah satu mitra yang disebut dengan *shahibul maal* atau *rabbul maal* (penyedia dana) untuk menyediakan sejumlah modal tertentu dan bertindak

---

[21]Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Jasa Grafindo Persada, 2013), hlm.135.
[22]*Ibid.*, hlm. 138.
[23]Nurul Huda dan Muhammad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 71-72

sebagai mitra pasif, sedangkan mitra lainnya yang disebut *mudharib* yang memiliki keahlian untuk menjalankan usahanya baik perdagangan, industri, dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan laba.

b. Dasar Hukum *Mudharabah*

Secara umum dasar hukum *mudharabah* lebih menganjurkan untuk melakukan usaha. Hal ini dapat dijelaskan sebagaimana firman Allah Swt dalam Al-qur'an di bawah ini:

وَءَاخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي ٱلْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ .....

Artinya :

"Dan orang-orang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah". (Q.S Al-Mujammil: 20).[24]

Yang menjadi argumen dari Surat Al-Muzammil tersebut adalah adanya kata *yadhribun* yang sama dengan akar kata *mudharabah*, yang mana berartikan melakukan suatu perjalanan usaha. Sehingga dari uraian di atas tersebut dapat ditafsirkan, bahwa penggalan ayat tersebut mengandung arti berusaha mencari rizki, karena rizki merupakan salah satu kebutuhan yang vital bagi kehidupan. Sedangkan Allah tidak menghendaki kamu untuk meninggalkan urusan-urusan kehidupanmu dan memfokuskan perhatianmu untuk melaksanakan syiar-syiar ibadah saja

[24]Rahmat Syafei, *Fiqih Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hal. 224.

Dan Allah Berfirman dalam Al-quran sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِى ٱلْأَرْضِ وَٱبْتَغُواْ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ وَٱذْكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya:

"Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung". (Q.S: Al-Jumu'ah :10).

Sementara hadist yang berkaitan dengan *mudharabah* bahwa Rasullullah, bersabda: [25]

ثلا ث فيهن اللبركة البيع الي ا جل والمقا رضة وخلط البر بالشعير للبيت لا للبيع

Artinya:

"*Tiga perkara yang mengandung berkah adalah jual-beli yang ditangguhkan, melakukan qiradh (memberi modal kepada orang lain), dan mencampurkan gandum dengan jelas untuk keluarga, bukan untuk dijual". (HR. Ibnu Majah dan Shuhaib)*

Kemudian dari Fatwa DSN No: 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah* (qiradh) menyatakan:

1) Pembiayaan *mudharabah* adalah pembiayaan yang disalurkan oleh Lembaga Keuangan Syariah kepada pihak lain untuk suatu usaha yang produktif.
2) Dalam pembiayaan ini Lembaga Keuangan Syariah sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) membiayai 100 % kebutuhan suatu

[25]Rahmat Syafei, *Ibid.*, hal. 225

proyek (usaha), sedangkan pengusaha (nasabah) bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola usaha.

3) Jangka waktu usaha, tata cara pengembalian dana, dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak
4) (Lembaga Keuangan Syariah dengan pengusaha).
5) *Mudharib* boleh melakukan berbagai macam usaha yang telah disepakati bersama dan sesuai dengan syariah dan Lembaga Keuangan Syariah tidak ikut serta dalam managemen perusahaan atau proyek tetapi mempunyai hak untuk melakukan pembinaan dan pengawasan.
6) Jumlah dana pembiayaan harus dinyatakan dengan jelas dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
7) Lembaga Keuangan Syariah sebagai penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari mudharabah kecuali jika *mudharib* melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, atau menyalahi perjanjian.[26]
8) Kriteria pengusaha, prosedur pembiayaan, dan mekanisme pembagian keuntungan diatur oleh Lembaga Keuangan Syariah dengan memperhatikan fatwa DSN.

[26]Nurul Huda dan Muhammad Haykal, *Op. Cit.,* hlm, 74-75

c. Rukun dan Syarat *Mudharabah*

Menurut ulama Syafi'iyah, rukun-rukun *mudharabah* ada enam yaitu:

1) *Akaq mudharabah*, dilakukan oleh pemilik dengan pengelola barang.
2) Pemilik barang yang menyerahkan barang-barangnya.
3) Orang yang bekerja, yaitu mengelola barang yang diterima dari pemilik barang.
4) *Mal*, yaitu harta pokok atau modal.
5) *Amal*, yaitu pekerjaan pengelolaan harta sehingga menghasilkan laba.
6) Keuntungan (laba).[27]

Sementara syarat-syarat sah *mudharabah* berhubungan dengan rukun-rukun *mudharabah* itu sendiri sebagai berikut:

1) Modal atau barang yang diserahkan itu berbentuk uang tunai .
2) Bagi orang yang melakukan akaq disyaratkan mampu melakukan tasarruf, maka dibatalkan akaq kepada anak-anak yang masih kecil dan orang gila.
3) Keuntungan yang akan menjadi milik pengelola dan pemilik modal harus jelas persentasenya.
4) Melafadzkan ijab dari pemilik modal.

[27]Hendi Suhendi, *Op. Cit.*, hlm. 139

d. Jenis-Jenis *Mudharabah*

Mudharabah ada dua macam, yaitu *mudharabah* mutlak (*al-muthlaq*) dan *mudharabah* terikat (*al-muqayyad*).

1) *Mudharabah mutlaq* adalah persyaratan modal seseorang kepada pengusaha tanpa memberikan batasan, seperti berkata, saya serahkan uang ini kepadamu untuk di usahakan, sedangkan labanya akan di bagi diantara kita masing-masing setengah atau sepertiga.
2) *Mudharabah Muqayyad* (terikat) adalah penyerahan modal seseorang kepada pengusaha dengan memberikan batasan ,seperti persyaratan bahwa pengusaha harus berdagang di daerah Bandung atau harus berdagang sepatu, atau membeli barang dari orang tertentu.[28]

e. Pengertian Tabungan *Mudharabah*

Mendengar kata tabungan atau menabung sudah sangat sering terdengar di tengah-tengah masyarakat. Kita akan membayangkan bahwa menabung itu adalah menyimpan dan menyisihkan uang dari pendapatan. Jadi dapat diartikan bahwa yang dimaksud dengan tabungan adalah menyimpan uang dari pendapatan untuk tidak dikonsumsi atau digunakan. Tabungan juga dapat didefenisikan sebagai menitipkan atau menyimpan uang ke bank syariah untuk disimpan dan akan digunakan pada masa yang akan datang.

[28]Rahmat Syafei, *Ibid.*, hal. 227.

Dari penjelasan-penjelasan yang telah dibahas tentang *mudharabah* dapat ditarik kesimpulan, bahwa tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang modal nasabah dititipkan kepada pihak bank syariah untuk dikelola dengan kesepakatan bagi hasil diantara *shohibul mal* dan *mudharib*. Sementara dana yang dikumpulkan oleh pihak bank syariah dengan konsep *mudharabah* kemudian akan dimanfaatkan oleh pihak bank syariah untuk disalurkan dalam pembiayaan, baik dalam bentuk *mudharabah* ataupun *ijarah.* [29]

f. Dasar Hukum Tabungan *Mudharabah*

Secara umum dasar tabungan *mudharabah* telah ditetapkan oleh Fatwa DSN 02/DSN-MUI/IV/2000: sebagai berikut:

1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
2) Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

[29]Nurul Huda dan Muhammad Haykal, *Op. Cit*., hlm. 91

5) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Sementara itu, tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah adalah tabungan *marhamah* (martabe bagi hasil *mudharabah*) ini berdasrkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/ 1 April Tahun 2000 bahwa tabungan *marhamah* (martabe bagi hasil *mudharabah*) berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqoh* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola adalah pihak bank syariah.

g. Prinsip Kerja Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*, yang berprinsip *profit sharing* (bagi hasil) dari dana yang telah diberikan nasabah (*shohibul mal*) kepada bank syariah (*mudharib*). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termaksud melakukan akaq *mudharabah* dengan pihak lain. Namun disisi lain bank syariah juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah, yang berarti bank harus berhati-hati atau

bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.[30]

Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, bank syariah akan membagi hasil kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akaq pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mis management* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

Dalam mengelola harta *mudharabah*, bank menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Disamping itu, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah penabung tanpa persetujuan yang bersangkutan. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, pajak penghasilan (PPH) bagi hasil tabungan *mudharabah* dibebankan langsung ke rekening tabungan *mudharabah* pada saat perhitungan bagi hasil.

h. Perhitungan Bagi Hasil Tabungan *Mudharabah*

Perhitungan bagi hasil tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah dapat diketahui sebagai berikut:

$$\frac{\text{Saldo rata} - \text{rata T.}\,Mudharabah\ \text{Per nasabah/bln}}{\text{Saldo rata} - \text{rata T.}\,Mudharabah\ \text{keseluruhan}}\ \text{x profit x nisbah}$$

[30]Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 299

Pak Aze memiliki tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut syariah dengan jumlah uang sebanyak Rp 10.000.000 yang ia masukan pada tanggal 01 Januari 2013 pada bulan itu nisbah bagi hasil tabungan *mudharabah* sebesar 66%. Berapakah bagi hasil yang akan diperoleh Pak Kelana pada bulan depan ? Jawabannya sebagai berikut:

Saldo rata-rata tabungan *mudharabah* : Rp 10.000.000
Saldo rata-rata tabungan *mudharabah* keseluruhan : Rp 675.400.000
Profit Per Produk : Rp 5.900.000
Nisbah bagi hasil : 66%

$$\frac{10.000.000}{675.400.000} \text{ x } 5.900.000 \text{ x } 0{,}66 = 57.654$$

Jadi Pak Kelana akan memperoleh bagi hasil dari tabungan *mudharabah* sebanyak Rp 57.654 per bulan.

Selain itu, masih ada cara untuk melakukan perhitungan bagi hasil tabungan *mudharabah* dilakukan berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung di tiap akhir bulan dan buku awal bulan berikutnya. Adapun rumus perhitungan bagi hasil tabungan *mudharabah* adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{hari bagi hasil x saldo rata} - \text{rata harian x tingkat bagi hasil}}{\text{hari kalender yang bersangkutan}}$$

Contoh 3.1 sebagai berikut:

Pak Kelana memiliki tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut syariah dengan jumlah uang sebanyak Rp 10.000.000 yang ia masukan pada tanggal 01 Maret 2013 pada saat itu tingkat dari bagi hasil

tabungan *mudharabah* sebesar 4,82%. Berapakah bagi hasil yang akan diperoleh Pak Kelana pada bulan depan ? Jawabannya sebagai berikut:

Hari bagi hasil	: 30 hari
Saldo rata-rata harian	: Rp 10.000.000
Tingkat bagi hasil	: 4,82%
Hari kalender yang bersangkutan	: 30 hari

$$\frac{30 \text{ x } 10.000.000 \text{ x } 4{,}82}{30 \text{ hari}} = 482.000 / 12 = 40.166$$

Jadi Pak Kelana akan memperoleh bagi hasil dari tabungan *mudharabah* sebanyak Rp 40.166 per bulan.

Dalam perhitungan bagi hasil tabungan *mudharabah* tersebut, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

a. Hasil perhitungan bagi hasil dalam angka satuan bulat tanpa mengurangi hak nasabah.
b. Hasil perhitungan pajak dibulatkan ke atas sampai puluhan terdekat.

Dalam hal pembayaran bagi hasil tabungan *mudharabah*, bank syariah menggunakan metode *end of month*, yaitu:

a. Pembayaran bagi hasil tabungan *mudharabah* dilakukan secara bulanan yaitu, pada tanggal tutup buku setiap bulan.
b. Bagi hasil bulan pertama dihitung secara proporsional hari efektif termaksud tanggal tutup buku, tapi tidak termaksud tanggal pembukuan tabungan.

c. Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir.
d. Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28 hari, 29 hari, 30 hari, dan 31 hari).
e. Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diafiliasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan nasabah.

Dalam pembahasan di atas, dapat disarikan beberapa ketentua umum tabungan *mudharabah* sebagai berikut:[31]

a. Dana transaksi ini, nasabah bertindak sebagai *shohibul mal* dan dan bank syariah bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
b. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
c. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akaq pembukaan rekening.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama oleh Lufti Efendi dari Universitas Islam Negeri Malang dalam penelitiannya yang berjudul " Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang" Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, dan faktor syariah

[31]Adiwarman Karim, *Ibid*., hlm. 300-301

terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat Cabang Malang melalui pengujian hipotesa. Berdasarkan alat analisis diatas diketahui ada empat faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah yaitu faktor tingkat pendidikan yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%, tanggungan keluarga yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,021 dengan taraf kepercayaan 95%, pelayanan yang baik yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%, faktor syariah yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,001 dengan taraf kepercayaan 95%.

Penelitian kedua oleh Khoirul Uyun dari IAIN Walisongo Semarang dengan Judul Penelitian "Pengaruh Produk Syari'ah Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BNI Syari'ah Cabang Semarang". Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian adalah produk syari'ah variabel independen (X_1) dan pengaruh bauran promosi variabel independen (X_2) dengan keputusan nasabah merupakan variabel dependen (Y). Metodologi yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F secara simultan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah produk syari'ah dan bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan pada *Theory* dan *Review Riset* sebelumnya, peneliti mengkategorikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah adalah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

Dari faktor budaya penulis mengambil tiga dimensi yang akan dijadikan indikator dalam penelitian kali ini, diantaranya kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial. Logika berfikir dari kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Yang melandasi subbudaya adalah memberikan identifikasi yang lebih spesifik terhadap aspek agama, ras, dan nasional. Selanjutnya, kelas sosial merupakan kelompok yang relatif mampu bertahan lama dalam suatu tempat tinggal serta mempunyai minat dan nilai yang hampir sama antara satu dengan yang lainnya.

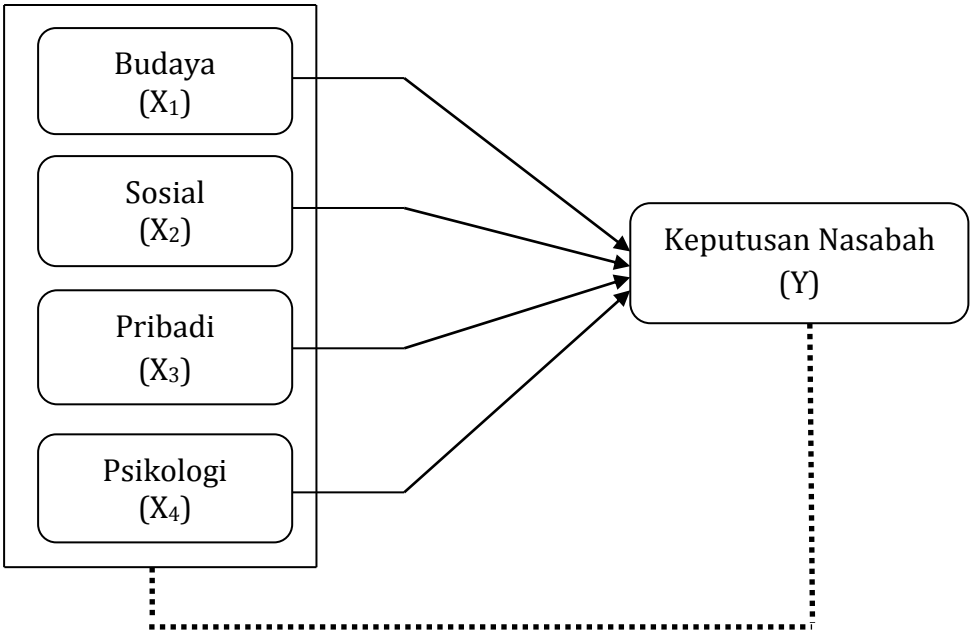
Dari faktor sosial yang diambil untuk dijadikan indikator yaitu, kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Dimana kelompok acuan adalah adanya seseorang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang untuk dijadikan sebagai referensi atau sebuah perbandingan. Keluarga merupakan seseorang yang paling dekat dengan para konsumen. Sehingga keluarga akan menjadi daya tarik bagi para pemasar, karena keluarga memiliki perngaruh yang besar kepada para konsumen baru. Peran dan status juga merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan untuk memakai sesuatu barang baru dalam lingkungan tersebut.

Kemudian dari faktor pribadi penulis mengambil empat dimensi yang akan dijadikan indikator diantaranya, usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup. Usia merupakan faktor penentu para konsumen dalam memakai barang. Dimana para konsumen harus mampu menyesuaikan dengan keadaan usianya ketika menggunakan suatu produk. Pekerjaan adalah suatu hal yang dapat mempengaruhi pola konsumsi terhadap suatu produk. Keadaan ekonomi juga merupakan menjadi penentu para konsumen dalam memutuskan untuk memakai suatu produk. Gaya hidup adalah cerminan dari seseorang dibalik kehidupannya dimasyarakat. Kepribadian adalah karakteristik seseorang yang merupakan cerminan terhadap jati dirinya.

Selanjutnya, dari faktor psikologi ada lima yang akan dijadikan indikator yaitu, motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh seseorang konsumen. Persepsi adalah seorang konsumen melihat realitas diluar dirinya atau sekelilingnya. Proses belajar merupakan suatu hal yang akan dilakukan oleh konsumen yang kurang puas terhadap suatu produk yang ia gunakan. Kepercayaan merupakan pemikiran seseorang terhadap sesuatu hal. Sikap merupakan evaluasi lanjutan dari apa yang telah ia laksanakan.

Bertitik tolak dari uraian pendahuluan dan landasan teori tersebut diatas maka model penelitian yang dikategorikan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka berfikir



Keterangan: ⟶ Uji t

⋯⋯ Uji F

Bahwa seorang konsumen berhak untuk menentukan pilihannya termasuk memilih bank untuk menabung atau akses pada bank tersebut. Khusus pada Bank Sumut Syariah banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menabung, di antaranya adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Hal ini didasarkan pada kondisi riil bahwa banyak faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menabung, akan tetapi dugaan kuat pada penelitian ini yaitu empat faktor tersebut menjadi pertimbangan yang utama.

D. Hipotesis

Berdasarkan dengan kerangka berfikir dan rumusan masalah hipotesis yang diajukan adalah:

H_{01}= Diduga bahwa secara parsial faktor budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* Di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Ha_1= Diduga bahwa secara parsial faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

H_{02}= Diduga bahwa secara parsial faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Ha_2= Diduga bahwa secara parsial faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

H_{03}= Diduga bahwa secara parsial faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Ha_3= Diduga bahwa secara parsial faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

H_{04}= Diduga bahwa secara parsial faktor psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Ha_4= Diduga bahwa secara parsial faktor Psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

H_{05}= Diduga bahwa secara simultan faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Ha_5= Diduga bahwa secara simultan faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yang berada di Jalan Merdeka No. 12 Padangsidimpuan. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian diperkirakan selama kurang lebih dua bulan dari bulan Januari sampai bulan Mei pada Tahun 2014.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian yang dilandasi pada asumsi bahwa gejala itu dapat diklasifikasikan, hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat). Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis dengan menggunakan pendekatan *kuantitatif.* Penelitian *kuantitatif* sesuai dengan namanya banyak dituntut menggunakan angka-angka, serta penampilan dari hasilnya.[1]

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan yang menggunakan produk Tabungan *Mudharabah* sampai pada tahun 2013 sebanyak 6478 nasabah.

[1]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi VI (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 12.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, dinamakan sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel.[2] Adapun teknik sampling yang digunakan dalam mengambil sampel adalah *simple random sampling* yaitu, pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.[3] Dengan pengambilan sampel secara sederhana atau yang lebih dikenal dengan nama *simple random sampling*. Adapun jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 99 sampel. Metode yang digunakan untuk menghitung besarnya jumlah sampel adalah rumus *Slovin*. Keterangannya dapat dilihat di bawah ini[4]:

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

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e :nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel sebanyak 10%)

Perhitungan besarnya jumlah sampel yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

---

[2]Suharsimi Arikunto, *Ibid.*, hlm. 130-131.

[3]Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 57.

[4]Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 136.

$$n = \frac{6.478}{1+6.478\ (0,1).^2}$$

$n = \frac{6.478}{65,78} = 98,47.$ Dibulatkan menjadi 99 orang.

.

D. Sumber Data

1. Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan berupa data hasil observasi, kuisioner maupun wawancara.
2. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari pihak lain yang telah lebih dahulu mengumpulkannya. Data ini berupa catatan-catatan, dokumentasi, buku dan majalah lainnya yang relevan dengan masalah penelitian.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan untuk memperoleh data dan informasi yang relevan dan terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu angket. Angket adalah daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis yang diberikan/dikirim kepada orang lain (responden) dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai permintaan pengguna.[5]

Dalam angket ini peneliti mengajukan pertanyaan tertulis dengan menyediakan alternatif jawaban kepada responden untuk penelitian ini.

[5]Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (*B*andung: Alfabeta, 2012), hlm. 203.

Angket ini menggunakan skala *likert* yaitu skala yang digunakan oleh para peneliti untuk mengukur persepsi atau sikap seseorang.

Untuk menskor skala likert, jawaban diberi bobot atau disamakan dengan nilai 1,2,3,4,5 untuk lima pilihan pernyataan positif. Dan 5,4,3,2,1 untuk pernyataan yang bersifat negatif.[6] Untuk lebih jelasnya peneliti membuat tabel untuk jawaban positif dan untuk jawaban negatif dibawah ini:

Tabel 3.1 Nilai Untuk Jawaban Positif

1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Normal	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Tabel 3.2 Nilai Untuk Jawaban Negatif

1.	Sangat Tidak Setuju	5
2.	Tidak Setuju	4
3.	Normal	3
4.	Setuju	2
5.	Sangat Setuju	1

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

Tabel 3.3 Kisi-kisi angket

No	Variabel	Pertanyaan Positif	Pertanyaan Negatif
1.	Budaya (X_1)	1,2,3,5,7	4,6
2.	Sosial (X_2)	1,4,5,8,	2,3,6
3.	Pribadi (X_3)	2,3,4,5,6,	1,7,8
4.	Psikologi (X_4)	1,2,3,5,7,8,9	4,6
5.	Keputusan (Y)	2,3,4,5,6,	1,7,8
Jumlah seluruh Pertanyaan = 40			

[6]Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 146.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS *(Statistical Package For Social Science).* Adapun versi SPSS yang digunakan adalah SPSS versi 21.0. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah. Model persamaan regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah:

$$\mathbf{Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e}$$

Dimana :

Y : Keputusan Nasabah

X_1 : Budaya

X_2 : Sosial

X_3 : Pribadi

X_4 : Psikologi

e : *error*.

α : konstanta, perpotongan pada garis sumbu X

b_1, b_2, b_3, b_4 : koefesien regresi

G. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada

kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk tingkat signifikansi 5 persen dari derajat kebebasan (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kesesuaian suatu instrumen (alat ukur) dengan yang diukur, sehingga instrumen tersebut dapat dipercaya atau dapat dihandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut ini. (a). Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. (b). Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.[7]

[7]Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Diponogoro, 2006), hlm. 45.

H. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (uji-t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan menggunakan uji – t dengan tingkat pengujian pada α 5%, dengan derajat kebebasan atau df = (n-k).

Kriteria pengambilan keputusan :

H_o diterima jika t hitung < t tabel

H_a diterima jika t hitung > t tabel

2. Uji Signifikan Simultan (uji-F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian simultan ini menggunakan uji F, yaitu dengan membandingkan antara nilai signifikan F dengan nilai signifikan yang digunakan yaitu 0,05. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

H_o diterima jika F hitung < F tabel

H_a diterima jika F hitung > F tabel.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat dan Perkembangan PT. Bank Sumut

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akta Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai Perda TK. I Sumatera Utara No. 5/1965 dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk.I dan Pemda Tk. II se-Sumatera Utara.

Kemudian dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan maka pada tanggal 16 April 1999 bentuk hukum diubah menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Perseroan terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution, SH yang telah mendapatkan pengesahan dari Mentri Kehakiman RI No. C-8224HT.01.01/1999 dan telah diumumkan dalam berita Negara RI No. 54 tanggal 06 Juli 1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah diungkapkan dalam Perda Tk.I Sumatera Utara No. 2/1999 sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selanjutnya dengan Akte No. 31 tanggal 15 Desember 1999.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan unit usaha syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama di kalangan

pemangku kepentingan Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan unit usaha syariah.

Pendirian unit usaha syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan usaha unit syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga bank haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 November 2004 Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan dua kantor Cabang Syariah (KCSy), yaitu KCSy Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada tanggal 26 Desember 2005 juga di buka KCSy Tebing Tinggi dilanjutkan dengan KCSy Stabat pada tanggal 26 Desember 2006.

2. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Syariah

Visi adalah cara pandang jauh kedepan sebuah perusahaan untuk tetap dapat eksis, kreatif, dan inovatif serta dapat membawa perubahan dan perkembangan yang lebih baik. Secara garis besar, terdapat tiga pertimbangan utama yang menjadi landasan pengembangan unit atau usaha syariah Bank Sumut, yaitu:

a. Memperluas jangkauan target pasar Bank Sumut khususnya umat Islam, sehingga mendorong pertisipasi masyarakat yang lebih besar dalam kegiatan ekonomi.
b. Meningkatkan kualitas layanan produk dan jasa perbankan sehingga memperkuat daya saing Bank Sumut.
c. Meningkatkan sumber pendapatan dalam rangka memperkuat kesehatan Bank Sumut.

Atas hal itu, maka divisi usaha syariah telah menetapkan visi dan misi sebagai berikut:

a. Visi Bank Sumut Syariah adalah meningkatkan keunggulan Bank Sumut dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
b. Misi Bank Sumut Syariah adalah meningkatkan posisi PT. Bank Sumut melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil, dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan terpercaya.

3. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah

Struktur organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam memudahkan komunikasi serta kontrol atas semua aktifitas yang bertanggung jawab dalam tugas wewenang masing-masing bagian dalam perusahaaan.

Adapun struktur organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut:

4. Produk-produk PT. Bank Sumut Syariah

Produk Bank Sumut Syariah ini dapat dibagi menjadi tiga bagian sebagaimana berikut :

a. Produk Penghimpunan Dana

Produk ini dikhususkan untuk mengumpulkan dana dari lapisan masyarakat, antara lain:

1) Tabungan

a) Tabungan *Marhamah* (Martabe Bagi Hasil *Mudharabah*)

Tabungan *marhamah* berdasrkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/ 1 April Tahun 2000. Tabungan *marhamah* berdasarkan prinsip *Mudharabah mutlaqoh* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola adalah pihak Bank.

b) Tabungan *Marwah* (Martabe Wadiah)

Tabungan *marwah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/ 1 April Tahun 2000. Tabungan *marwah* adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

c) Tabungan Haji (*Makbul*)

Tabungan haji *makbul* adalah tabungan yang hanya dikhususkan untuk para nasabah yang mau melaksanakan ibadah Haji.

2) Giro

a) Simpanan Giro *Wadiah*

Simpanan giro *wadiah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/ 1 April Tahun 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

b) Simpanan Giro *Mudharabah*

Simpanan giro *mudhrabah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/ 1 April Tahun 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana pada PT. Bank Sumut Syariah dengan menggunakan akad *Mudharabah* dan mengelolanya secara profesional.

b. Produk Pembiayaan

Produk ini dikhususkan untuk menyalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan untuk digunakan pada kegiatan yang produktif dan bermanfaat dengan sistem bagi hasil. Produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* adalah jual beli atas suatu barang dengan harga yang telah disepakati dari awal pada kesepakatan kedua pihak, dimana harus jelas disebutkan berapa harga pokok yang harus dibayar dan margin keuntungan. Pada pembiayaan

murabahah di Bank Sumut Syariah ini ada berbagai macam produk diantaranya adalah sebagai berikut:

a) *Murabahah* Investasi

Murabahah investasi digunakan untuk para pengusaha dalam ekspansi perusahaan dan pengadaan kebutuhan alat-alat, baik dari aspek pertanian, perdagangan, perikanan, maupun transportasi, serta perorangan juga bisa menggunakannya sesuai dengan keperluannya.

b) *Murabahah* Konsumsi

Murabahah konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam kehidupannya seperti, kendaraan, merenovasi rumah, laptop dan sebagainya.

c) *Murabahah* KPR iB-Griya

Murabahah KPR iB- Griya ini merupakan pembiayaan yang gunakan oleh debitur yang ingin membeli rumah baru maupun rumah lama dengan memohon pembiayaan kepada pihak Bank untuk pembayaran dimuka oleh Bank yang bersangkutan kemudian debitur yang akan mencicil kepada pihak perusahaan.

d) *Murabahah* Multi Guna

Yaitu bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serba guna yang dibutuhkan oleh debitur dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup.

2) Pembiayaan *Musyarakah* Modal Kerja

Pembiayaan *musyarakah* ini adalah kerja sama antara pihak nasabah dengan Bank yang sama-sama memiliki modal dalam mengelola usaha tertentu. Dimana pembagian hasil dari keuntungan usaha tersebut dibagi berdasarkan kesepakatan pada akad.

3) Gadai Emas

Gadai emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana debitur yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Yang mana jumlah uang yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut.

4) Talangan Haji

Pembiayaan talangan haji ini merupakan sebuah pembiayaan yang sangat baik untuk meringankan langkah para nasabah yang hendak menunaikan ibadah haji ke Baitullah. Dimana pihak Bank yang terlebih dahulu membayar talangan dana kepada Kementrian Agama dengan syarat uang muka harus dibayarkan pihak debitur terlebih dahulu beserta biaya administrasinya.

c. Produk Jasa

Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank Sumut Syariah lumayan memadai tidak kalah dengan produk jasa dari Bank lain diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia
2) Bank Garansi
3) Surat Keterangan Bank
4) Inkaso
5) ATM Syariah

B. Hasil Analisis Data

1. Jumlah Kuesioner

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa yang menjadi responden penelitiaan adalah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah yang menggunakan produk tabungan *mudharabah.* Berikut ini data penyebaran kuesioner penelitian terhadap responden nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Tabel 4.1. Jumlah Kuesioner

Sumber data	Jumlah	Persentase (%)
Jumlah kuesioner yang disebar	99	100
Jumlah kusioner yang kembali	99	100
Jumlah kuesioner yang dapat diolah	99	100

Dari Tabel 4.1. tersebut dapat dilihat bahwa tingkat pengembalian kuesioner sebanyak 99 kuesioner atau 100% yang berarti semua kuesioner

yang disebar kembali kepada peneliti, sehingga jumlah kuesioner yang dapat diolah sebanyak 99 atau 100%.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisa dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan perbulan. Responden adalah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan yang menggunakan produk tabungan *mudharabah*. Responden berdasarkan jenis kelamin diklasifikasikan berdasarkan 2 bagian yaitu: (1). Pria; (2). Wanita. Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2. Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki – laki	58	58,6
2	Wanita	41	41,4
	Total	99	100

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui mayoritas jumlah responden adalah dari jenis pria sebanyak 58 orang (58,6%), sedangkan responden kelamin wanita yaitu sebanyak 41 orang (41,4%).

Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan usia. Responden berdasarkan usia diklasifikasikan berdasarkan 3 bagian yaitu: (1). < 29 tahun; (2). 30-40 tahun; (3). > 40 tahun. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3. Kelompok Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	< 29 Tahun	58	58,6
2	30-40 Tahun	31	31,3
3	> 40 Tahun	10	10,1
	Total	99	100

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia < 29 tahun sebanyak 58 orang (58,6 %), selanjutnya responden yang berusia 30-40 tahun sebanyak 31 orang (31,3%), dan responden yang berusia > 40 tahun sebanyak 10 orang (10,1%).

Selanjutnya responden berdasarkan pendidikan terakhir. Penggolongan komposisi pendidikan terakhir berdasarkan 4 pendidikan yaitu: (1). SMA; (2). Diploma; (3). Sarjana; (4). Lainnya. Komposisi responden berdasarkan pendidikan terakhir disajikan pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4. Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA	44	44,4
2	Diploma	13	13,1
3	Sarjana	36	36,4
4	Lainnya	6	6,1
	Total	99	100

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari responden yang pendidikan terakhirnya yaitu SMA sebanyak 44 orang (44,4%), selanjutnya responden yang pendidikan terakhirnya yaitu Sarjana sebanyak 36 orang (36,4%), kemudian responden yang pendidikan terakhirnya yaitu Diploma sebanyak 13 orang (13,1%), dan responden yang pendidikan terakhirnya lainnya sebanyak 6 orang (6,1%).

Selanjutnya responden berdasarkan pekerjaan. Penggolongan responden berdasarkan pekerjaan diklasifikasikan menjadi 4 bagian yaitu: (1). PNS; (2). Swasta; (3). Wiraswasta; (4) Mahasiswa. Responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5 Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	PNS	10	10,1
2	Swasta	13	13,3
3	Wiraswasta	39	39,4
4	Mahasiswa	37	37,4
	Total	99	100

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari pekerjaan Wiraswasta sebanyak 39 orang (39,4%), kemudian responden dari pekerjaan Mahasiswa sebanyak 37 orang (37,4%), selanjutnya responden dari pekerjaan Swasta sebanyak 13 orang (13,1%), dan responden dari pekerjaan PNS sebanyak 10 orang (10,1).

Selanjutnya responden berdasarkan penghasilan perbulan. Pengelompokan komposisi berdasarkan penghasilan perbulan diklasifikasikan menjadi 5 bagian yaitu: (1). < Rp 500.000; (2). Rp 1.000.000 s/d 2.000.000; (3). Rp 2.000.000 s/d 3.000.000; (4). Rp. 3.000.000 s/d 4.000.000; (5). > Rp 4.000.000. Karakteristik responden berdasarkan penghsilan perbulan dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6. Kelompok Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan perbulan	Jumlah	Persentase (%)
1	Rp < 500.000	5	5,1
2	Rp 1.000.000 s/d 2.000.000	36	36,4
3	Rp 2.000.000 s/d 3.000.000	37	37,4
4	Rp 3.000.000 s/d 4.000.000	17	17,2
5	Rp > 4.000.000	4	4,0
	Total	99	100

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui mayoritas jumlah responden yang penghasilan perbulan sebanyak 37 orang (37,4%), selanjutnya responden penghasilan perbulan sebanyak 36 orang (36,4%), kemudian responden penghasilan perbulan sebanyak 17 orang (17,2%), sedangkan responden penghasilan perbulan sebanyak 5 orang (5,1%), dan responden penghasilan perbulan sebanyak 4 orang (4,0%).

3. Frekuensi Data

Frekuensi data berfungsi untuk melihat hasil dari jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan melalui kuesioner serta persentasinya. Skala pengukurannya pada tabel disingkat, seperti skala pengukurannya pada tabel disingkat untuk item sangat tidak setuju menjadi STS, item tidak setuju menjadi TS, netral N, item setuju menjadi S, dan untuk item sangat setuju menjadi SS. Dengan jumlah responden (n) adalah 99.

a. Budaya

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden didapatkan hasil penyebaran jawaban faktor budaya memiliki frekuensi data sebagai berikut:

Tabel 4.7. Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Faktor Budaya

No	Pertanyaaan	Skala Pengukuran					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	Kinerja tabungan *mudharabah* sudah sesuai dengan penerapan prinsip syariah.	0	4	19	60	16	99
2	Dengan penerapan prinsip-prinsip syariah, tabungan *mudharabah* semakin berkualitas.	0	1	28	52	18	99
3	Saya menyukai tabungan *mudharabah*karena sesuai dengan syariat Islam.	2	6	11	58	22	99
4	Saya menggunakan produk tabungan *mudharabah* karena keluarga anda juga menyarankan untuk menggunakan produk tabungan *mudharabah.*	4	15	33	34	13	99
5	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena mengikuti perkembangan kebudayaan saat ini.	2	13	38	39	7	99
6	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena sudah merasa layak dengan kehidupan saya sebagai masyarakat yang modern.	4	14	39	33	9	99
7	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* dengan mempertimbangkan merek yang populer saat ini.	2	13	28	42	14	99

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, dapat di jelaskan bahwa pertanyaan pertama; Kinerja tabungan *mudharabah* sudah sesuai dengan penerapan prinsip syariah, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 60 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban

netral 19 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 16 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 4 responden dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban 0.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedua; Dengan penerapan prinsip-prinsip syariah, tabungan *mudharabah* semakin berkualitas, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 52 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 28 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 18 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 1 responden, dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban 0 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketiga; saya menyukai tabungan *mudharabah* karena sesuai dengan syariat Islam, mayoritas menjawab dengan frekuensi jawaban setuju 58 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 22 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 11 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 6 responden, dan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 2 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keempat; saya menggunakan produk tabungan *mudharabah* karena keluarga anda juga menyarankan untuk menggunakan produk tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 34 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 33 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 15 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban

sangat setuju 13 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kelima; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena mengikuti perkembangan kebudayaan saat ini, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 39 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 38 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 13 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 7 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 2 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keenam; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena sudah merasa layak dengan kehidupan saya sebagai masyarakat modern, mayoritas menjawab netral dengan frekuensi jawaban 39 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban setuju 33 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 14 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 9 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketujuh; saya menggunakan tabungan *mudharabah* dengan mempertimbangkan merk yang populer saat ini, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 42 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 28 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 14 responden, diikuti

dengan frekuensi jawaban tidak setuju 13 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 2 responden.

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa untuk variabel budaya responden lebih banyak menjawab setuju terhadap seluruh pertanyaan yang berkenaan dengan budaya, dengan frekuensi jawaban rata-rata 45 responden atau sekitar 45,88% selebihnya tesebar ke pilihan jawaban yang ada.

b. Sosial

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden didapatkah hasil penyebaran jawaban faktor sosial memiliki frekuensi data sebagai berikut:

Tabel 4.8. Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Faktor Sosial

No	Pertanyaaan	Skala Pengukuran					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	Bank Sumut Syariah mengetahui produk yang diinginkan konsumen dengan adanya produk tabungan *mudharabah*.	5	12	27	39	16	99
2	Dengan menggunakan tabungan *mudharabah* akan menaikan status sosial di masyarakat.	6	23	42	24	4	99
3	Keluarga saya juga menggunakan tabungan *mudharabah* agar dapat terpandang di masyarakat	3	21	32	33	10	99
4	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan saya.	7	13	27	42	10	99
5	tabungan *mudharabah* sudah merakyat dilingkungan masyarakat.	0	10	37	37	15	99
6	Teman-teman saya juga harus menggunakan tabungan *mudharabah*sama seperti saya.	8	9	33	40	9	99
7	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena adanya	0	12	40	42	5	99

	pengalaman dari anggota keluarga saya sebelumnya.						
8	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena dipengaruhi oleh peran dan status saya dalam masyarakat.	0	8	38	40	13	99

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, dapat di jelaskan bahwa pertanyaan pertama; Bank Sumut Syariah mengetahui produk yang diinginkan konsumen dengan adanya tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 39 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 27 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 16 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 12 responden dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban 5 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedua; Dengan menggunkan tabungan *mudharabah* akan menaikkan status sosial di masyarakat, mayoritas menjawab netral dengan frekuensi jawaban 42 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban setuju 24 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 23 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 6 responden, dan sangat setuju dengan frekuensi jawaban 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketiga; keluarga saya juga menggunakan tabungan *mudharabah*agar dapat terpandang di masyarakat, mayoritas menjawab dengan frekuensi jawaban setuju 33 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 32 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 21 responden, diikuti

dengan frekuensi jawaban sangat setuju 10 responden, dan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 3 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keempat; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan saya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 42 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 27 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 13 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 10 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 7 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kelima; tabungan *mudharabah*sudah merakyat dilingkungan masyarakat, mayoritas menjawab netral dan setuju dengan frekuensi jawaban masing-masing 37 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 15 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 10 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 0 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keenam; teman-teman saya juga harus menggunakan tabungan *mudharabah* sama seperti saya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 40 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 33 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju dan sangat setuju masing-masing 9 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 8 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketujuh; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena adanya pengalaman dari anggota keluarga saya sebelumnya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 42 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 40 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 12 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 5 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 0 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedelapan; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena dipengaruhi oleh peran dan status saya dalam masyarakat, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 40 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 38 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 13 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 8 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 0 responden.

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa untuk variabel sosial responden lebih banyak menjawab setuju terhadap seluruh pertanyaan yang berkenaan dengan budaya, dengan frekuensi jawaban rata-rata 36 responden atau sekitar 36,75% selebihnya tesebar ke pilihan jawaban yang ada.

c. Pribadi

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden didapatkah hasil penyebaran jawaban faktor pribadi memiliki frekuensi data sebagai berikut:

Tabel 4.9. Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Faktor Pribadi

No	Pertanyaaan	Skala Pengukuran					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena sesuai dengan trend usia saya.	5	24	27	37	6	99
2	Keuntungan yang diperoleh dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* sesuai dengan keinginan saya.	4	9	29	46	11	99
3	Awal penanaman modal murah dan terjangkau sehingga saya menggunakan tabungan *mudharabah*.	1	9	36	39	14	99
4	Dengan dikeluarkannya produk tabungan *mudharabah* saya merasa terbantu karena saya yang terlalu sibuk dengan pekerjaan.	4	9	25	48	13	99
5	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena sesuai dengan pekerjaan saya.	0	12	32	42	13	99
6	Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan untuk memakai tabungan *mudharabah*	5	6	27	42	19	99
7	Saya menggunakan tabungan *mudharabah*karena dapat mencerminkan gaya hidup saya sebagai masyarakat modern.	3	22	41	24	9	99
8	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena adanya rasa percaya diri ketika menggunakan merek tersebut.	9	25	34	19	12	99

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, dapat di jelaskan bahwa pertanyaan pertama; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena sesuai dengan trend seusia saya, mayoritas menjawab setuju dengan

frekuensi jawaban 37 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 27 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 24 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 6 responden dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban 5 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedua; keuntungan yang diperoleh dalam menggunkan produk tabungan *mudharabah*, sesuai dengan keinginan saya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 46 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 29 responden, diikuti dengan frekuensi awaban sangat setuju 11 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 9 responden, dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketiga; awal penanaman modal murah dan terjangkau sehingga saya menggunakan tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab dengan frekuensi jawaban setuju 39 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 36 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 14 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 9 responden, dan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 1 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keempat; dengan dikeluarkannya produk tabungan *mudharabah s*saya merasa terbantu karena saya yang terlalu sibuk dengan pekerjaan, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 48 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban

netral 25 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 13 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 10 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kelima; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena sesuai dengan pekerjaan saya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 42 responden, diikuti dengan mayoritas menjawab netral dengan frekuensi jawaban 32 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 13 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 12 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 0 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keenam; keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan untuk memakai tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 42 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 27 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 19 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 6 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 5 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketujuh; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena dapat mencerminkan gaya hidup saya sebagai masyarakat modern, mayoritas menjawab netral dengan frekuensi jawaban 41 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban

setuju 24 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 22 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 9 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 3 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedelapan; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena adanya rasa percaya diri ketika menggunakan merk tersebut, mayoritas menjawab netral dengan frekuensi jawaban 34 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 25 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban setuju 19 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 12 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 9 responden.

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa untuk variabel sosial responden lebih banyak menjawab setuju terhadap seluruh pertanyaan yang berkenaan dengan budaya, dengan frekuensi jawaban rata-rata 36 responden atau sekitar 36,75% selebihnya tesebar ke pilihan jawaban yang ada.

d. Psikologi

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden didapatkah hasil penyebaran jawaban faktor pribadi memiliki frekuensi data sebagai berikut:

Tabel 4.10. Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Faktor Psikologi

No	Pertanyaaan	Skala Pengukuran					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	saya yakin dana yang saya investasikan melalui tabungan *mudharabah* sudah sesuai syariah islam.	2	2	34	49	12	99
2	Produk tabungan *mudharabah* berbeda dan mempunyai nilai lebih dari produk lainnya.	0	2	38	51	8	99
3	saya ingin selalu menggunakan produk tabungan *mudharabah*.	0	9	43	40	7	99
4	Dengan menggunakan tabungan *mudharabah* keuntungan yangg saya peroleh cukup banyak walaupun dana yang saya tanam sedikit.	8	14	33	35	9	99
5	Produk tabungan *mudharabah*sesuai dengan harapan saya.	3	5	39	41	11	99
6	Saya memiliki motivasi untuk memakai tabungan *mudharabah* karena keuntungannya yg sangat besar.	4	19	39	33	4	99
7	Saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena mengetahui dengan baik informasi mengenai kualitas produknya.	0	8	34	50	7	99
8	Saya percaya untuk menggunakan tabungan *mudharabah* karena adanya nilai lebih pada produknya.	0	7	25	50	17	99
9	Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan produk tabungan *mudharabah*.	0	7	30	39	23	99

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, dapat di jelaskan bahwa pertanyaan pertama; saya yakin dana yang anda investasikan melalui tabungan *mudharabah* seudah sesuai syariah Islam, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 49 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 34 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 12 responden, dan diikuti dengan

frekuensi jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban masing-masing 2 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedua; produk tabungan *mudharabah* berbeda dan mempunyai nilai lebih dari produk lainnya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 51 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 38 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 8 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 2 responden, dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban 0 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketiga; saya ingin selalu menggunakan produk tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab netral dengan frekuensi jawaban 43 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban setuju 40 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 9 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 7 responden, dan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 0 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keempat; dengan menggunakan tabungan *mudharabah* keuntungan yang saya peroleh cukup banyak walaupun dana yang saya tanam sedikit, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 35 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 33 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 14 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 9

responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 8 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kelima; produk tabungan *mudharabah* sesuai dengan harapan saya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 41 responden, diikuti dengan menjawab netral dengan frekuensi jawaban 39 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 11 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 5 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 3 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keenam; saya memiliki motivasi untuk memakai tabungan *mudharabah* karena keuntungannya yang sangat besar, mayoritas menjawab netral dengan frekuensi jawaban 39 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban setuju 33 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 19 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju dan sangat tidak setuju masing-masing 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketujuh; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena karena mengetahui dengan baik informasi mengenai kualitas produknya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 50 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 34 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 8 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 7

responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 0 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedelapan; saya menggunakan tabungan *mudharabah* karena adanya nilai lebih pada produknya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 50 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 25 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 17 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 7 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 0 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kesembilan; saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan produk tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 39 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 30 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 23 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 7 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 0 responden.

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa untuk variabel sosial responden lebih banyak menjawab setuju terhadap seluruh pertanyaan yang berkenaan dengan budaya, dengan frekuensi jawaban rata-rata 42 responden atau sekitar 42,68% selebihnya tesebar ke pilihan jawaban yang ada.

e. Keputusan Nasabah

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden didapatkah hasil penyebaran jawaban keputusan nasabah memiliki frekuensi data sebagai berikut:

Tabel 4.11. Frekuensi Data Penyebaran Jawaban Keputusan Nasabah

No	Pertanyaaan	Skala Pengukuran					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	Bank Sumut Syariah memberikan bagi hasil yang sangat tinggi kepada nasabah tabungan *mudharabah*	2	22	36	27	12	99
2	Saya tertarik karena tabungan *mudharabah* mempunyai kelebihan yang lebih banyak dari pada yang lainnya.	2	3	31	48	15	99
3	Kelebihan dan keunikan yang dimiliki tabungan *mudharabah* mendorong saya menanam modal melalui tabungan *mudharabah*.	4	5	29	43	18	99
4	Kebutuhan akan memakai tabungan *mudharabah* membuat Saya berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai produk yang ditawarkan.	3	8	32	45	11	99
5	Setelah mendapat informasi, Saya memilih bahwa memakai tabungan *mudharabah*itu lebih baik	5	4	31	48	11	99
6	Setelah melakukan evaluasi, Saya memutuskan untuk memakai tabungan *mudharabah*	4	4	27	48	16	99
7	Saya merasa puas setelah menggunakan tabungan *mudharabah* walaupun terkadang keuntungan yang saya dapat tidak begitu besar	8	24	28	28	11	99
8	Dengan kepuasan saya menggunakan tabungan *mudharabah* di Bank Sumut Syariah, saya tidak akan beralih ke Tabungan manapun	6	14	26	33	20	99

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas, dapat di jelaskan bahwa pertanyaan pertama; Bank Sumut Syariah memberikan bagi hasil yang sangat

tinggi kepada nasabah tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab netral dengan frekuensi jawaban 36 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban setuju 27 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 22 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 12 responden dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban 2 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedua; saya tertarik karena tabungan *mudharabah* mempunyai kelebihan yng lebih banyak dari pada yang lainnya, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 48 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 31 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 15 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 3 responden, dan sangat tidak setuju dengan frekuensi jawaban 2 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketiga; kelebihan dan keunikan yang dimiliki tabungan *mudharabah* mendorong saya menanam modal melalui tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab dengan frekuensi jawaban setuju 43 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 29 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 18 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 5 responden, dan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keempat; kebutuhan akan memakai tabungan *mudharabah* membuat saya berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai produk yang ditawarkan, mayoritas menjawab

setuju dengan frekuensi jawaban 45 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 32 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 11 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 8 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 3 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kelima; setelah mendapat informasi, saya memilih bahwa memakai tabungan *mudharabah* itu lebih baik, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 48 responden, diikuti dengan menjawab netral dengan frekuensi jawaban 31 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 11 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 5 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan keenam; setelah melakukan evaluasi, saya memutuskan untuk memakai tabungan *mudharabah*, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 48 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 27 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 16 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju dan frekuensi jawaban sangat tidak setuju masing-masing 4 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketujuh; saya merasa puas setelah menggunakan tabungan *mudharabah* walaupun terkadang keuntungan yang saya dapat tidak begitu besar, mayoritas menjawab setuju dan

netral dengan frekuensi jawaban masing-masing 28 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 24 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 11 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 8 responden.

Selanjutnya untuk pertanyaan kedelapan; dengan kepuasan saya menggunakan tabungan *mudharabah* di Bank Sumut Syariah, saya tidak akan beralih ke Tabungan manapun, mayoritas menjawab setuju dengan frekuensi jawaban 33 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban netral 26 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban sangat setuju 20 responden, diikuti dengan frekuensi jawaban tidak setuju 14 responden, dan diikuti dengan frekuensi jawaban sangat tidak setuju 6 responden.

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa untuk variabel sosial responden lebih banyak menjawab setuju terhadap seluruh pertanyaan yang berkenaan dengan budaya, dengan frekuensi jawaban rata-rata 39 responden atau sekitar 39,6% selebihnya tesebar ke pilihan jawaban yang ada.

4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu berupa kuesioner atau daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden sehingga perlu dilakukan pengujian atas instrumen pengumpulan data tersebut. Uji coba instrumen adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk tingkat signifikansi 5 persen dari derajat kebebasan (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Jadi r_{hitung} untuk tiap item bisa dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*, dan untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dimana n adalah jumlah sampel berarti df = 99-2 = 97, dengan tingkat signifikansi 5% didapat angka pada r tabel = 0,198 (uji dua sisi). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4.12. Hasil Pengujian Validitas

No	Butir Pertanyaan	*corrected item-total correlation*	R tabel	Keterangan
1	Budaya (X_1)			
	a. Q_1X_1	0,317	0,198	Valid
	b. Q_2X_1	0,427	0,198	Valid
	c. Q_3X_1	0,389	0,198	Valid
	d. Q_4X_1	0,343	0,198	Valid
	e. Q_5X_1	0,358	0,198	Valid
	f. Q_6X_1	0,244	0,198	Valid
	g. Q_7X_1	0,234	0,198	Valid
2	Sosial (X_2)			

	a. Q_1X_2	0,306	0,198	Valid
	b. Q_2X_2	0,253	0,198	Valid
	c. Q_3X_2	0,282	0,198	Valid
	d. Q_4X_2	0,463	0,198	Valid
	e. Q_5X_2	0,364	0,198	Valid
	f. Q_6X_2	0,289	0,198	Valid
	g. Q_7X_2	0,283	0,198	Valid
	h. Q_8X_2	0,231	0,198	Valid
3	Pribadi (X_3)			
	a. Q_1X_3	0,327	0,198	Valid
	b. Q_2X_3	0,424	0,198	Valid
	c. Q_3X_3	0,410	0,198	Valid
	d. Q_4X_3	0,471	0,198	Valid
	e. Q_5X_3	0,312	0,198	Valid
	f. Q_6X_3	0,487	0,198	Valid
	g. Q_7X_3	0,358	0,198	Valid
	h. Q_8X_3	0,340	0,198	Valid
4	Psikologi (X_4)			
	a. Q_1X_4	0,319	0,198	Valid
	b. Q_2X_4	0,382	0,198	Valid
	c. Q_3X_4	0,448	0,198	Valid
	d. Q_4X_4	0,352	0,198	Valid
	e. Q_5X_4	0,393	0,198	Valid
	f. Q_6X_4	0,266	0,198	Valid
	g. Q_7X_4	0.324	0,198	Valid
	h. Q_8X_4	0,341	0,198	Valid
	i. Q_9X_4	0,409	0,198	Valid
5	Keputusan Nasabah (Y)			
	a. Q_1Y	0,449	0,198	Valid
	b. Q_2Y	0,500	0,198	Valid
	c. Q_3Y	0,543	0,198	Valid
	d. Q_4Y	0,516	0,198	Valid
	e. Q_5Y	0,579	0,198	Valid
	f. Q_6Y	0,546	0,198	Valid
	g. Q_7Y	0,494	0,198	Valid
	h. Q_8Y	0,444	0,198	Valid

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, terlihat bahwa dari 40 (empat puluh) butir pertanyaan, semua mempunyai r_{hitung} di atas r_{tabel} (0,198). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan angket pada 4 variabel independen dan variabel dependen dinyatakan

valid. Butir pertanyaan dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikan setiap pertanyaan 5%. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pertanyaan angket sahih dan dapat dipercaya untuk mengambil data penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kesesuaian suatu instrumen (alat ukur) dengan yang diukur, sehingga instrumen tersebut dapat dipercaya atau dapat dihandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut ini. (1). Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. (2). Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel. Untuk lebih jelasnya dapat diketahui pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Batasan	Keterangan
Budaya (X_1)	0,623	0,60	Reliabel
Sosial (X_2)	0,610	0,60	Reliabel
Pribadi(X_3)	0,702	0,60	Reliabel
Psikologi (X_4)	0,687	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,801	0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas terlihat bahwa hasil croanbach alpha dari variabel (X_1) yaitu sebesar 0,623 > 0,60 , (X_2) sebesar 0,610 > 0,60, (X_3) sebesar 0,702 > 0,60, (X^4) sebesar 0,687 > 0,60, dan (Y) sebesar 0,801 > 0,60. Dengan demikian semua butir-butir variabel pertanyaan di atas adalah reliabel.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan. Oleh karena itu digunakan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis pengaruhnya. Hasil analisis linear berganda dengan program SPSS versi 21.0 diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan

Variabel	Koefisien	T hitung	Sig
Constant	-0,343	-0,830	0,409
X_1	0,329	2,785	0,006
X_2	-0,142	-1,122	0,265
X_3	0,341	2,881	0,005
X_4	0,588	3,908	0,000
df=99-2=97	R = 0,725 R^2 = 0,526	T_{tabel} = 1,985	F_{hitung} = 26,101 F_{tabel} = 2,468

Berdasarkan Tabel 4.14. di atas dapat dilihat koefisien dari masing-masing variabel dan konstanta yang menjadi observasi dalam penelitian ini

adalah koefisien (X_1) 0,329, koefisien (X_2) − 0,142, koefisien (X_3) 0,341, koefisien (X_4) 0,588, dan konstanta -0,343. Secara persamaan dapat ditulis sebagai berikut:

$Y = -0{,}343 + 0{,}329\ (X_1) - 0{,}142\ (X_2) + 0{,}341\ (X_3) + 0{,}588\ (X_4) + e_i$.

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah* di Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan mempengaruhi nasabah memilih tabungan *mudharabah*. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa:

a. Konstanta (α) sebesar − 0343, hal ini menyatakan bahwa jika tidak ada pengaruh (peningkatan/penurunan) nilai variabel X_1, X_2, X_3, X_4, maka tingkat keputusan nasabah memilih produk tabungan *mudharabah* adalah sebesar − 0,343 satuan.
b. Koefisien pertama yaitu budaya (X_1) sebesar 0,329, hal ini menyatakan bahwa jika terjadi peningkatan faktor budaya sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* sebesar 0,329 satuan dan sebaliknya.
c. Koefisien kedua yaitu sosial (X_2) sebesar − 0,142, yang berarti setiap peningkatan faktor sosial satu satuan, maka akan menurunkan keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* sebesar -0,142 satuan dan sebaliknya.
d. Koefisien ketiga yaitu pribadi (X_3) sebesar 0,341, yang berarti setiap peningkatan faktor pribadi satu satuan, maka akan meningkatkan

keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* sebesar 0,341 satuan dan sebaliknya.

e. Koefisien keempat yaitu psikologi (X_4) sebesar 0,588, yang berarti setiap peningkatan faktor Psikologi satu satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* sebesar 0,588 satuan dan sebaliknya.

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau hubungan kuat lemahnya hubungan antara faktor budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), psikologi (X_4), terhadap keputusan nasabah (Y) dapat dilihat dari koefisien korelasi (r). Dari pengolahan data r_{hitung} sebesar 0,725, hal ini berarti bahwa antara faktor Budaya (X_1), Sosial (X_2), Pribadi (X_3), Psikologi (X_4), terhadap Keputusan nasabah (Y) mempunyai hubungan yang kuat. Hal ini dapat dibuktikan dari tabel 4.15 di bawah ini[1]:

Tabel 4.15. Pedoman Interpretasi Koefisien Kolerasi

No	Hasil	Dinyatakan
1	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1000	Sangat kuat

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara faktor budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4), terhadap

[1]Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 78*

keputusan nasabah (Y), dapat dilihat dari R *square* (r^2) atau dengan Adjusted R Square. Dari pengolahan data r_{hitung} didapatkan hasil R *square* (r^2) sebesar 0,526, hal ini berarti bahwa pengaruh antara faktor budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), psikologi (X_4), terhadap keputusan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel tersebut sebesar 52,6%, dan sisanya 47,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada skripsi ini.

6. Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisa regresi menggunakan langkah Uji t yaitu dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.16. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.343	.413		-.830	.409
	x1	.329	.118	.250	2.785	.006
	x2	-.142	.126	-.110	-1.122	.265
	x3	.341	.119	.300	2.881	.005
	x4	.558	.143	.393	3.908	.000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan Tabel 4.16 diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} untuk faktor budaya (X_1) sebesar 2,785, untuk faktor sosial (X_2) sebesar -1,122, faktor pribadi (X_3) sebesar 2,881, faktor psikologi (X_4) sebesar 3,908. Untuk mengetahui tingkat signifikansi secara parsial pada tingkat kepercayaan 95% pengujian hipotesis dengan uji t dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}. Sebagai berikut:

a. Pembuktian pengujian hipotesis faktor Budaya (X_1)

   Secara parsial (uji t) yang diperoleh dari nilai t_{hitung} pada persamaan regresi linear berganda menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan (nyata) terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan *Mudharabah*, dikarenakan t_{hitung} sebesar 2,785 dan $t_{tabel\ (n-2,\ 5\%\ uji\ dua\ sisi)}$ = 1,985 di mana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,006 dibawah 0,05. Sehingga hipotesis pertama (Ha1) diterima.

b. Pembuktian hipotesis faktor sosial (X_2)

   Secara parsial (uji t) yang diperoleh dari nilai t_{hitung} pada persamaan regresi linear berganda menyatakan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan (nyata) terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*, dikarenakan $t_{hitung} = -1,122$ dan $t_{tabel\ (n-2,\ 5\%\ uji\ dua\ sisi)}$ = 1,985 di mana $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,265 diatas 0,05. Sehingga hipotesis kedua (Ha_2) ditolak atau tidak diterima.

c. Pembuktian hipotesis faktor pribadi (X_3)

   Secara parsial (uji t) yang diperoleh dari nilai t_{hitung} pada persamaan regresi linear berganda menyatakan bahwa faktor Pribadi berpengaruh

signifikan (nyata) terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*, dikarenakan t_{hitung} = 2,881 dan $t_{tabel\ (n-2,\ 5\%\ uji\ dua\ sisi)}$ = 1,985 di mana t_{hitung} > t_{tabel} dengan nilai signifikansi 0,005 dibawah 0,05. Sehingga hipotesis ketiga (Ha_3) diterima.

d. Pembuktian hipotesis faktor psikologi (X_4)

Secara parsial (uji t) yang diperoleh dari nilai t_{hitung} pada persamaan regresi linear berganda menyatakan bahwa faktor Psikologi berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*, dikarenakan t_{hitung} = 3,908 dan $t_{tabel\ (n-2,\ 5\%\ uji\ dua\ sisi)}$ = 1,985 di mana t_{hitung} > t_{tabel} dengan nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Sehingga hipotesis keempat (Ha_4) diterima.

Selanjutnya, Uji F dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.16 di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.17. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.703	4	5.176	26.101	.000[b]
	Residual	18.640	94	.198		
	Total	39.344	98			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x4, x1, x2, x3

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 26,101. sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% diperoleh $F_{tabel(df1=k,\ df2=\ n-k-1,\ 5\%)}$ = 2,468, atau dengan kata lain $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dan juga dapat dilihat dari sig 0,000 < 0,05. Pengujian hipotesis dengan uji F dilakukan dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel}, dan nilai signifikansinya. Dengan demikian berarti secara simultan variabel independen budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), psikologi (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* (Y) pada nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan. Sehingga hipotesis kelima (H_5) diterima.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Faktor Budaya (X_1) Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah*

Hasil pengujian secara statistik menunjukkan tingkat signifikansi faktor Budaya secara parsial adalah 0,006 yang berada di bawah tingkat signifikan 0,05 telah membuktikan bahwa secara statistik faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Hasil ini menunjukan bahwa harapan nasabah yang memilih Tabungan *Mudharabah* memperhatikan faktor Budaya dalam mengambil keputusan untuk memilih Tabungan *Mudharabah* di Bank Sumut Syariah. Dimana Bank Sumut Syariah menerapkan silahturahmi yang begitu erat

kepada nasabah, selain itu setiap nasabah yang melakakukan transaksi dilayani secara adil dan nyaman yang sesuai nilai-nilai Islam. Faktor budaya sangat penting karena merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi-persepsi, dan lembaga-lembaga penting lainnya. Sehingga mereka tertarik untuk menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Syariah pada produk tabungan *mudharabah*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keinginan masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan *mudharabah* didasarkan atas faktor budaya. Semakin bagus faktor budaya yang didapatkan oleh nasabah, maka akan semakin menarik perhatian para calon nasabah untuk mengambil keputusan memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

2. Pengaruh Faktor Sosial (X_2) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah*

Hasil pengujian statistik menunjukkan tingkat signifikan sosial secara parsial sebesar 0,265 yang berada di atas tingkat signifikan 0,05 sehingga dapat membuktikan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Hasil ini menunjukan bahwa nasabah yang memilih tabungan *mudharabah* tidak begitu menghiraukan faktor sosial dalam mengambil keputusan untuk memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut

Syariah. Sehingga tanpa adanya faktor sosial nasabah akan tetap memilih produk tabungan *mudharabah* Bank Sumut Syariah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keinginan masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan tidak begitu memperhatikan faktor sosial dan lebih memperhatikan faktor-faktor lainnya.

3. Pengaruh Faktor Pribadi (X_3) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah*

Hasil pengujian statistik menunjukkan tingkat signifikan pribadi secara parsial sebesar 0,005 yang berada di bawah tingkat signifikan 0,05 sehingga dapat membuktikan bahwa faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Hasil ini menunjukan bahwa keyakinan nasabah yang memilih tabungan *mudharabah* melihat dan memperhatikan faktor pribadi dalam mengambil keputusan untuk memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah. Faktor pribadi merupakan faktor yang dominan berpengaruh dan menjadi pertimbangan para nasabah dalam memilih produk tabungan *mudharabah*. Keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* menjadi pertimbangan sendiri yang melihat dari usia kebutuhan, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup ketika menggunakan produk tersebut. Tabungan *mudharabah* mempunyai keunikan tersendiri yaitu dengan adanya bagi hasil yang diterima oleh

nasabah setiap bulannya, yang dalam hal ini berbeda dengan tabungan biasa.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keinginan konsumen untuk menjadi nasabah tabungan *mudharabah* didasarkan atas faktor pribadi. Semakin banyak faktor-faktor unik dari karakteristik baik dan positif yang didapatkan oleh nasabah, maka akan semakin menarik perhatian para calon nasabah untuk mengambil keputusan memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

4. Pengaruh Faktor Psikologi (X_4) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah*

Hasil pengujian statistik menunjukkan tingkat signifikan psikologi secara parsial sebesar 0,000 yang berada di bawah tingkat signifikan 0,05 sehingga dapat membuktikan bahwa faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Hasil ini menunjukan bahwa keyakinan nasabah yang memilih tabungan *mudharabah* mempertimbangkan faktor psikologi dalam mengambil keputusan untuk memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah. Faktor psikologi menjadi faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena faktor tersebut dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap nasabah dalam mengambil keputusan memilih tabungan *mudharabah.* Untuk itu pihak perusahaan

harus benar-benar memahami faktor psikologi ini baik karena bukan tidak mungkin perilaku konsumen yang disetiap saat dapat berubah. kelima faktor tersebut yang menjadi pertimbangan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keinginan konsumen untuk menjadi nasabah tabungan *mudharabah* didasarkan atas faktor psikologi. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen, maka dengan itu akan semakin menarik perhatian para calon nasabah untuk mengambil keputusan memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

5. Pengaruh Faktor Budaya (X_1), Sosial (X_2), Pribadi (X_3), Psikologi (X_4), Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah*

Hasil pengujian statistik menunjukkan tingkat signifikan secara simultan sebesar 0,000 yang berada dibawah tingkat signifikan 0,05, dan juga F_{hitung} sebesar 26,101. sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% diperoleh $F_{tabel\ (df1=k,\ df2=n-k-1,\ 5\%)}$ = 2,468, terlihat $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga dapat membuktikan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*.

Hasil di atas menunjukkan bahwa secara simultan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan memilih tabungan *mudharabah* yang dilihat dari faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi

memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap pemilihan keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah.*

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh terhadap Keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Kemudian dari perhitungan persamaan regresi yang telah dilakukan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = -0{,}343 + 0{,}329\ (X_1) - 0{,}142\ (X_2) + 0{,}341\ (X_3) + 0{,}588\ (X_4) + e_i$.

Dari persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien X_4 (faktor psikologi) merupakan koefisien yang terbesar (0,588) yang berarti faktor psikologi merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah.*

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pembahasan menunjukan bahwa secara parsial variabel budaya (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*, variabel sosial (X_2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*, variabel pribadi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*, variabel psikologi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*.
2. Sedangkan secara simultan (bersama-sama) variabel budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4) berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah.*
3. Sementara dari keempat variabel independen tersebut variabel psikologi (X_4) adalah variabel yang paling dominan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah.*

B. Saran

1. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menggunakan atau menambah variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *mudharabah*, sehingga itu perlu dilakukan

penelitian lanjut untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain selain dalam penelitian ini.

2. Bagi para mahasiswa Perbankan Syariah agar dapat meningkatkan kemampuan perbankannya agar ke depannya setelah menyelesaikan pendidikan di perkuliahan memiliki kemampuan dan kompetensi sehingga bisa menjadi praktisi Perbankan Syariah yang profesional dimasa yang akan datang dan juga agar memperhatikan faktor syariah dalam setiap bidang Perbankan Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an, dan Terjemahannya. 1999. (Revisi Terbaru) Departemen Agama RI, CV. Asyifa. Semarang.

Andria, Permata Veithzal dan Veithzal Rivai. 2008. *Islamic Financial Management*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Islam Dari Teori Ke Praktek.* Jakarta: Gema Insani.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.

Ascarya, *Akaq dan produk Bank Sy*ariah. 2011. Jakarta: PT. Jasa Grafindo Persada.

A., B. Susanto dan Philip Kotler. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia* Jilid I. Jakarta: Salemba Empat.

Carla, Johnson dan Monle Lee. 2007. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.

Daft, L Richard. 2007. *Management*. Jakarta: Salemba Empat.

Depdikbud, 1994. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, Ed. II.

Efendi, Lutfi. 2009. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat.* Malang. Skripsi UIN Malang Jurusan manajemen.

Ernawati, Rani. 2012. *Analisis Akad Pembiayaan Mudharabah Pada Bmt Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat*. Semarang: Skripsi IAIN Walisongo Jurusan Ekonomi Islam.

Ghozali, Imam. 2006. *.Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Diponogoro.

Karim, Adiwarman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

----------. 2003. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan.* Jakarta: IIIT Indonesia.

Kasmir, 2002. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kevin, Lane Keller dan Philip Koller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.

Muhammad, Hayka dan Nurul Huda. 2010. *Lemabaga Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana.

Priyanto, Duwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS. Yogyakarta: Mediakom.*

Rasyidah, Aniqotur. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Nasabah Terhadap Reksadana Syari'ah* (*studi pada bank syari'ah mandiri cabang Semarang*). Semarang. Skripsi. IAIN Walisongo Semarang Jurusan Ekonomi Islam.

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Prilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syaria.* Jakatra: Kencana.

Sudijono, Andi. 2011. *Evaluasi Pendidikan.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Suhendi, Hendi. 2013. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Jasa Grafindo Persada.

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

----------, 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi, 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Jakarta: Bumi Aksara.

Syafe,i Rahmat. 2000. *Fiqih Muamalah* .Bandung: Pustaka Setia.

Uyun, Khoirul. 2012. *Pengaruh Produk Syari'ah Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bni Syari'ah Cabang Semarang*. Semarang. IAIN Walisongo Semarang Jurusan Ekonomi Islam.

Zulkifli, Sunarto. 2003. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah.* Jakarta: Zikrul Hakim.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Persembahan

Ya Allah…
Sepercik ilmu telah engkau Anugrahkan kepadaku dari tingginya langit yang tak bertiang, besarnya Bumi yang Tak bertepi, dan dari luasnya lautan ilmu yang Engkau miliki

> *"Katakanlah, sekiranya air laut menjadi tinta untuk menuliskan kalimat-kalimat Tuhanku, sungguh habislah air lautan itu sebelum habis (ditulis) kalimat-kalimat Tuhanku, meskipun kami datangkan tambahan sebanyak itu (pula)".*
> *(QS. Al-kahfi:109)*

Akhirnya tercapai jua…
Pelayaran sebuah Kapal yang begitu lama mengarungi berbagai pulau, dimulai dari pulau Proposal, pulau Skripsi, dan pulau Munaqsyah yang penuh dengan tantangan harus kulewati dari besarnya gelombang menghantam, riuhnya gemuruh badai berhasil kutempuh
Diawali dari suka dan duka, tidak merunduk meski terbentur, tetap semangat meski terasa membosankan, tidak putus asa walau kerap terluka, tidak menyerah meski terus terjatuh, terus berjuang tak kenal lelah, semua itu demi menggapai cita-cita mulia dan masa depan agar berguna bagi agama, nusa dan bangsa

> *Ayahanda dan Ibunda tercinta…*
> *Hanya doa dan tetesan keringat dan air matamu aku bisa menggapi cita*
> *Sungguh tidak ada yang sanggup kulakukan untuk membalas jasa-jasa mu*
> *Tak ada satu katapun yang mampu ku ukir untuk membalas pengorbananmu*
> *Ayahanda dan Ibunda tercinta,,,sungguh, kasih dan sayangmu takkan terbalas*
> *hanyalah butiran Doa yang bisa aku titipkan kepada Sang Pencipta Alam*

Waktu pun telah berlalu memisahkan jarak antara aku dengan engkau wahai Ayah dan Ibu
Kini amanahmu telah aku laksanakan dengan penuh kerendahan diri dan keikhlasan hati
Aku hanya mampu berikan sebuah kebanggaan sederhana kepadamu, sebagai bentuk balasan kecil atas segala curahan kasih sayang dan pengorbananmu padaku selama hayatmu, tiba saatnya Kupersembahkan Karya Tulis Ilmiah ini kepada Ayahanda tercinta Ahmad Zein Nasution (Alm) dan Ibunda tercinta Lelawanti Munthe (Alm)

> *Terimakasihku yang sebesar-besarnya kuucapkan untuk saudara-saudariku yang tersayang Nurmala Dewi Nasution, Edi Syahputra Nasution, Ramli Hadi Nasution, Abdul Latif Nasution dan Khairani Nasution yang telah memberikan doa, semagat dan bantuan baik moril maupun matrial sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini*

Terimakasih juga tuk keluarga Bapak Darianto dan Ibu Suryani Agustina Nasution yang selama ini tulus dan ikhlas memberi perhatian serta kasih sayang baik keadaan suka maupun duka
Tak lupa juga ucapan terimakasih kepada seluruh abanghanda dan adinda yang selalu memberi semangat dalam menyeleaikan karya tulis ini, semoga Allah Membalas Kebaikann mereka
Amien…

By Sahrial Nasution, SEI

CURICULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama	: Sahrial Nasution
Jenis kelamin	: Laki-laki
Tempat, tanggal lahir	: Bagan Batu, 28 Maret 1992
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Alamat lengkap	: Jln. Siringo-ringo GG. PGA Rantau Prapat
Telepon, HP	: 085374024828 / 087707067372
E-mail	: azerial@ymail.com
Motto hidup	: Syukurilah apa adanya, ikhlaskan apa yang telah terjadi dalam hidup ini.

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 1998-2004	: SD Negeri 112138 Rantau Prapat
Tahun 2004-2007	: SMP Negeri 1 Rantau Prapat
Tahun 2007-2010	: SMK PEMDA Rantau Prapat
Tahun 2010-2014	: Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan

PENGLAMAN ORGANISASI

I. Intra Kampus

1. HMPS-PS	: Sebagai Wakil Ketua	(2010-2011)
2. MUSMA	: Sebagai Ketua Komisi V	(2012-2013)
3. SEMA	: Sebagai Wakil Ketua II	(2013-2014)
4. PADEMAI	: Sebagai Ketua Umum	(2013-2014)

II. Ekstra Kampus

1. HMI	: Pengurus HMI Komisariat STAIN	(2010-2011)
	Pengurus HMI Cabang Psp	(2013-2014)

PRESTASI AKADEMIK

IPK	: 3,50
Karya Tulis Ilmiah	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan *Mudharabah* Di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan