



**PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN
PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH
BANK SYARIAH**

SKRIPSI

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

Oleh:

**DEPITA NASUTION
NIM. 17 401 00030**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN
PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH
BANK SYARIAH**

SKRIPSI

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

Oleh:

**DEPITA NASUTION
NIM. 17 401 00030**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

**Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 100 1**

PEMBIMBING II

**Sry Lestari, M.E.I
NIP.19890505 201903 200 8**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2021**



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **DEPITA NASUTION**

Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 24 Desember 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **DEPITA NASUTION** yang berjudul **"Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah"** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 100 1

PEMBIMBING II

Sry Lestari, M.E.I
NIP.19890505 201903 200 8

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEPITA NASUTION
NIM : 17 401 00030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 21 September 2021

Saya yang Menyatakan,



DEPITA NASUTION
NIM. 17 401 00030

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : DEPITA NASUTION

NIM : 17 401 00030

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 21 September 2021
Yang menyatakan,



DEPITA NASUTION
NIM. 17 401 00030

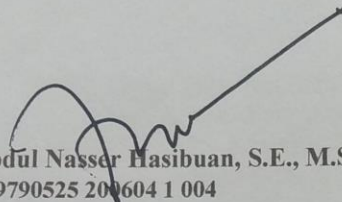


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan.
22733 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

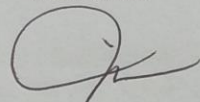
**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : DEPITA NASUTION
Nim : 17 401 00030
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN
PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH BANK SYARIAH

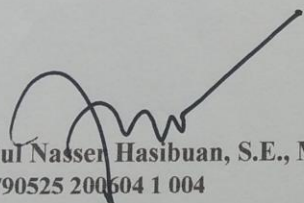
Ketua

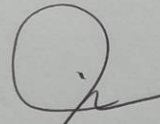

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

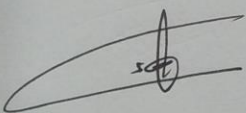
Sekretaris

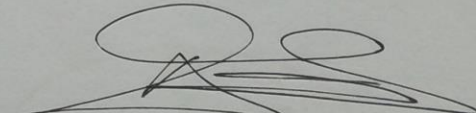

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Anggota


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


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


Sry Lestari, S.H.I., M.E.I
NIP. 19890505 201903 2 008


H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di	: Padangsidimpuan
Hari/Tanggal	: Rabu / 08 Desember 2021
Pukul	: 09.00 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai	: Lulus/ 74 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif	: 3,74
Predikat	: Pujian



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi
Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih
Bank Syariah

NAMA : DEPITA NASUTION
NIM : 17 401 00030

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 29 Desember 2021
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Depita Nasution

Nim : 17 401 00030

Judul Skripsi : Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tak lepas dengan keinginan masyarakat Muslim Indonesia akan hadirnya lembaga-lembaga keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan sesuai dengan syariah Islam. Perkembangan Perbankan Syariah ini juga didukung oleh beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh pada keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Latar belakang dalam penelitian ini banyak nya mahasiswa prodi perbankan syariah yang tidak memilih bank syariah sedangkan mahasiswanya telah mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Dalam menentukan keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori budaya, sosial, pribadi dan psikologi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis uji regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dengan jumlah sampel 50 nasabah dengan teknik pengambilan sampel jenuh. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dilihat dari uji (R Square). Hasil penelitian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Dilihat dengan uji F budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih bank syariah.

Kata kunci: Budaya, Keputusan, Pribadi, Psikologi, Sosial

KATA PENGANTAR



Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”** Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I.M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
4. Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Pembimbing I dan Ibu Sry Lestari, M.E.I., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
6. Teristimewa keluarga tercinta (Ayahanda H. Torkis Nasution, Ibunda Hj. Patima Siregar, Abang Muhammad Bahri Nasution, S.E, Abang

Iskandar Nasution, S.H, dan Abang Ahmad Rizal Nasution, Kakak Nursawiyah Nasution Am.Keb, Kakak Ipar Khozanatul Abadiyah Am.Keb, Suci Admarisa Panjaitan Am.Keb dan Nuraida Ritonga Am.Keb, Adik Ummi Laili Nasution), yang tanpa pamrih memberikan cinta dan kasih sayang, memberikan dukungan moral, keikhlasan, kesabaran dan tidak lupa selalu memanjatkan doa-doa mulia hingga sekarang.

7. Teruntuk sahabat tersayang satu atapku Dhea Putri Utami, Dewi Pebriani Syahfitri, Nurhapnah Ritonga yang selalu memberikan semangat, tempat pendengar, tempat bertukar pikiran, teman bergadang dalam penyusunan skripsi.
8. Teruntuk sahabat terbaik Nurliani Munthe S.E, Rahmad Hidayat Siregar, Riki Adnan Lubis, Ariya Iswandi, Ali Syahbana, Arinaldi Halomoan Hutabarat, Juli Herdiana Siregar S.E, Minta Sari S.E, Nazmi Darmawanti Harahap, Mitha Dwi Priyatni Tambunan, Rekan-rekan Perbankan Syariah 1 angkatan 2017 dan rekan-rekan Perbankan Syariah angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 11 September 2021
Peneliti

Depita Nasution
NIM. 17 401 00030

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’ ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
و	dommah	U	U

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي.....اَ...اَ...اَ...	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis atas

كسرة...ياء	Kasrah dan ya	I	I dan garis dibawah
ضم...واو	dommah dan wau	Ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *tamar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri

dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI	
PENGESAHAN DEKAN	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FEBI IAIN PADANGSIDIMPUAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	iv
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	6
D. Defenisi Operasional Variabel	6
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	
1. Keputusan	13
a. Pengertian Keputusan.....	13
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan	18
a. Faktor Budaya	18
b. Faktor Sosial.....	22
c. Faktor Pribadi.....	25
d. Faktor Psikologi	27
3. Bank Syariah	29
a. Pengertian Bank Syariah	29
b. Kegiatan Usaha Bank Syariah.....	30
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pikir	36
D. Hipotesis	37
BAB III Metode Penelitian	39
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
B. Jenis Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sampel	41

D. Sumber Data	41
1. Data Primer.....	41
2. Data Sekunder.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Angket	42
2. Dokumentasi.....	47
3. <i>Interview</i> (Wawancara).....	47
F. Teknik Analisis Data.....	47
1. Analisis Deskriptif.....	47
2. Uji Instrumen.....	48
a. Uji Validitas.....	48
3. Uji Asumsi Klasik.....	49
a. Uji Multikolinearitas.....	49
b. Uji Heteroskedastisitas	49
c. Uji Autokolerasi.....	50
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
5. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	52
6. Uji Hipotesis	53
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	53
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN	
Padangsidimpun.....	55
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpun .	55
2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN	
Padangsidimpun.....	57
3. Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN	
Padangsidimpun.....	57
B. Karakteristik Responden.....	58
C. Analisis Deskriptif	60
D. Uji Instrumen	61
1. Uji Validitas.....	61
E. Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Multikolinearitas.....	64
2. Uji Heteroskedastisitas	65
3. Uji Autokolerasi	66
F. Analisis Regresi Linear Berganda	67
G. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
H. Uji Hipotesis.....	71
1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	71
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	73
I. Pembahasan Hasil Penelitian	74
J. Keterbatasan Penelitian.....	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Defenisi Operasional Variabel	6
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel III. 1	Pengukuran Skala Ordinal	43
Tabel III. 2	Kisi-Kisi Angket Budaya (X^1)	44
Tabel III. 3	Kisi-Kisi Angket Sosial (X^2)	44
Tabel III. 4	Kisi-Kisi Angket Pribadi (X^3)	45
Tabel III. 5	Kisi-Kisi Angket Psikologi (X^4).....	45
Tabel III. 6	Kisi-Kisi Angket Keputusan Nasabah (Y)	46
Tabel IV. 1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV. 2	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	60
Tabel IV. 3	Hasil Uji Validitas Budaya (X^1)	62
Tabel IV. 4	Hasil Uji Validitas Sosial (X^2)	62
Tabel IV. 5	Hasil Uji Validitas Pribadi (X^3)	63
Tabel IV. 6	Hasil Uji Validitas Psikologi (X^4).....	63
Tabel IV. 7	Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)	64
Tabel IV. 8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel IV. 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel IV. 10	Hasil Uji Autokolerasi.....	67
Tabel IV. 11	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel IV. 12	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	70
Tabel IV. 13	Hasil Uji Analisis Signifikansi Parsial (Uji t)	71
Tabel IV. 14	Hasil Uji Analisis Signifikasi Simultan (Uji F)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Kerangka Pikir	36
---------------------	-----------------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tak lepas dengan keinginan masyarakat Muslim Indonesia akan hadirnya lembaga-lembaga keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan sesuai dengan syariah Islam. Ajaran agama Islam memberikan keyakinan pada mereka bahwa bunga bank merupakan riba, yang dilarang oleh agama. Hal ini dibuktikan dengan adanya perkembangan bank syariah secara informal telah dimulai sebelum dikeluarkan Undang-Undang tentang Perbankan Syariah di Indonesia. Bank mempunyai dua peran dalam dua sisi yaitu, menghimpun dana secara langsung dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*) kepada masyarakat yang kekurangan dana (*defisit*).¹

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.² Bisnis perbankan syariah saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, hal ini ditandai dengan hampir setiap bank besar membuka layanan berbasis syariah. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dan penerimaan

¹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2011), hlm. 24.

²*Ibid.*, hlm. 29.

masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Nasabah mempunyai beberapa pertimbangan dan alasan untuk menentukan keputusan dalam memilih Bank sebagai sirkulasi dana mereka.

Perkembangan Perbankan Syariah ini juga di dukung oleh beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh pada keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Dengan adanya faktor-faktor tersebut cukup dominan untuk mendorong nasabah dalam memutuskan pilihan di bank mana dia harus menabung. Faktor budaya dapat memberikan pengaruh pada keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, yang dimana budaya adalah segala nilai pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat.

Budaya bukan hanya yang bersifat abstrak seperti nilai, pemikiran dan kepercayaan. Budaya bisa berbentuk objek material, rumah, kendaraan, peralatan elektronik, dan pakaian adalah contoh-contoh produk yang bisa dianggap sebagai budaya masyarakat. Undang-Undang, makanan, minuman, musik, teknologi, dan bahasa adalah beberapa contoh lain dari budaya suatu masyarakat.³ Sesuatu yang tidak bisa dipungkiri bahwa seorang nasabah merupakan makhluk sosial, yaitu makhluk yang hidup bersama dengan individu atau kelompok lain, dan berinteraksi

³ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Edisi Kedua Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 226.

dengan sesamanya. Individu-individu di sekelilingnya itulah yang disebut dengan lingkungan sosial nasabah. Nasabah yang saling berinteraksi satu dengan yang lain, saling mempengaruhi dalam bentuk perilaku, kebiasaan, sikap, kepercayaan dan nilai-nilai yang dianggap penting.

Selain faktor budaya, sosial dan pribadi, faktor psikologis juga dapat memberikan motivasi kepada nasabah untuk bertindak dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan rangsangan tersebut kedalam gambaran yang memberi makna dan melekat. Faktor psikologi juga menjadi salah satu faktor penentu dalam pengambilan keputusan. Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge dalam buku Ujang Suwarman menyatakan: “psikologi dapat diartikan sebagai ilmu pengetahuan yang berusaha mengukur, menjelaskan, dan terkadang mengubah perilaku manusia dan makhluk lain”. Faktor psikologis adalah faktor paling mendasar dalam diri individu yang akan mempengaruhi pilihan-pilihan seseorang dalam membeli. Komponen dalam faktor psikologis yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.⁴

Dengan adanya beberapa faktor diatas dapat mempengaruhi nasabah untuk memilih bank syariah. Hal ini tentunya setiap individu nasabah memiliki referensi atau pengalaman yang bisa mempengaruhi keputusan mereka. Hal ini disebabkan karena masyarakat Indonesia memiliki budaya, agama dan suku yang sangat beragam. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa prodi perbankan

⁴ *Ibid.*, hlm. 227.

syariah angkatan 2017 Begitu hal nya dengan Mahasiswa/Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan prodi perbankan syariah angkatan 2017 yang dimana setiap mahasiswa/mahasiswi nya memiliki karakter dan pemikiran yang berbeda.

Mahasiswa merupakan sasaran yang tepat bagi Perbankan Syariah untuk memperbesar pertumbuhan tabungan. Tabungan sangat dibutuhkan di kalangan mahasiswa. Salah satu jasa tabungan yang banyak dibutuhkan oleh mahasiswa perantauan atau luar kota adalah tabungan untuk menyimpan uang bulanan. Pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh melalui jalur pendidikan formal dan informal. Dalam pendidikan formal pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh dalam bentuk mata pelajaran atau mata kuliah tentang perbankan dan lembaga keuangan. Meskipun sudah mengetahui tentang perbankan syariah namun pada kenyataannya minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan masih dominan menabung di bank konvensional dari pada di bank syariah.

Berdasarkan hasil wawancara saya dengan beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan prodi perbankan syariah angkatan 2017, Dimana, wawancara peneliti kepada Dewi Pebriani Syahfitri , Program Studi Perbankan Syariah semester 8, ia menyatakan bahwa ia memutuskan menjadi nasabah bank syariah karena kesadaran dari dirinya sendiri setelah ia memasuki perguruan tinggi IAIN

Padangsidimpuan.⁵ Sedangkan Nurhapnah Ritonga Mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2017 menyatakan bahwa ia memutuskan menjadi nasabah bank syariah karena adanya beasiswa daerah yang mewajibkan menggunakan bank syariah.⁶

Dalam hal ini peneliti meneliti mahasiswa/mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan prodi perbankan syariah angkatan 2017 apakah budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh dalam memilih bank syariah khususnya pada mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 . Dengan itu peneliti tertarik mengangkat judul “***Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah***”

B. Identifikasi Masalah

1. Banyak nya mahasiswa Perbankan Syariah, namun tidak menggunakan bank syariah.
2. Minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan terkhususnya mahasiswa Perbankan Syariah kurang dalam menggunakan bank syariah.
3. Masih kurangnya kesadaran mahasiswa Perbankan Syariah dalam menggunakan Bank Syariah.

⁵ Hasil Wawancara dengan Dewi Pebriani Syahfitri , Pada Tanggal 25 Maret 2021, Pukul 10.00 WIB.

⁶ Hasil Wawancara dengan Nurhapnah Ritonga, Pada Tanggal 25 Maret 2021, Pukul 11.00 WIB.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas untuk memperjelas agar tidak meluasnya pokok masalah yang akan dibahas, maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Hanya membahas budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.
2. Objek yang akan diteliti yaitu mahasiswa/mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan prodi Perbankan Syariah angkatan 2017.
3. Tempat penelitian adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk memudahkan pengukuran atau penilaian variabel-variabel yang diteliti. Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Faktor Budaya (X ₁)	Menurut Dharmesta (2003) budaya adalah sebagai simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan manusia, diturunkan dari generasi ke generasi yang lain	1. Kebudayaan 2. Subbudaya 3. Kelas sosial⁷	Ordinal

⁷ Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 214.

	sebagai faktor penentu dan pengatur manusia dalam masyarakat.		
Faktor Sosial (X ₂)	Faktor Sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.	1. Kelompok acuan 2. Keluarga 3. Peran dan status sosial ⁸	Ordinal
Faktor Pribadi (X ₃)	Faktor Pribadi adalah pola kebiasaan seseorang dalam suatu tindakan.	1. Usia dan tahap siklus hidup 2. Pekerjaan dan keadaan ekonomi 3. Pendapatan dan Gaya hidup ⁹	Ordinal
Faktor Psikologi (X ₄)	Menurut Nugroho J. Setiadi (2003) psikologi merupakan ilmu yang mempelajari tentang perilaku dan kognisi jiwa manusia.	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Proses belajar ¹⁰	Ordinal
Keputusan Nasabah (Y)	Menurut Kotler mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif	Ordinal

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (New Jersey : PT. Indeks, 2007), hlm. 214.

⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm. 12.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 12.

	masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.	4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian ¹¹	
--	--	---	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara variabel budaya terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi perbankan syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah?
2. Apakah ada pengaruh antara variabel sosial terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi perbankan syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah?
3. Apakah ada pengaruh antara variabel pribadi terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi perbankan syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah?
4. Apakah ada pengaruh antara variabel psikologi terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi perbankan syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah?

¹¹ Morisson, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm. 85-86.

5. Apakah budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi perbankan syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel budaya terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel sosial terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel pribadi terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel psikologi terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah
5. Untuk mengetahui pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan tahun 2017 memilih Bank Syariah.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai bukti empiris seberapa besar dampak pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi mahasiswa/mahasiswi jurusan

Perbankan Syariah terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah dan menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti.

2. Bagi Pembaca dan Peneliti Lain

- a. Menambah informasi dan pengetahuan yang luas.
- b. Sebagai bahan masukan bagi lembaga perbankan untuk mengetahui pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.

3. Bagi Akademis

- a. Dapat menambah wawasan Ilmu pengetahuan dan pemahaman terhadap pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.
- b. Menambah referensi untuk mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian yang sama sebagai bahan kepustakaan dan keilmuan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasanny, peneliti membahas kedalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan. Pembahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah

yang telah ditentukan akan membahas mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi, dan lembaga terkait.

BAB II Landasan Teori, yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis, secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan-penjelasan yang mengenai variable penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Kemudian teori-teori yang berkaitan dengan variable penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

BAB III Metode Penelitian yang membahas tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrument pengumpulan data, dan analisis data. Secara umum, seluruh pembahasan yang ada dalam metodologi penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna untuk memperlancar pelaksanaan peneliti. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya

adalah melakukan analisi data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

BAB IV, membahas tentang hasil penelitian atas pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

BAB V, membahas tentang bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan dan saran yang terkait dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

H. Kerangka Teori

1. Keputusan

a. Pengertian Keputusan

Keputusan diambil dari kata bahasa Inggris yang dimana keputusan (*decision*) berarti pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Keputusan yang diambil biasanya dilakukan berdasarkan situasional, bahwa keputusan tersebut adalah keputusan terbaik. Sementara para pakar melihat bahwa keputusan adalah pilihan tentang cara untuk mencapai tujuan itu, dengan kata lain keputusan merupakan sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan yang terjadi setelah atau kemungkinan yang dipilih, sementara yang lain dikesampingkan.¹²

Menurut Kotler mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.¹³

Sedangkan menurut Amini pengertian pengambilan keputusan dapat dilihat dari dua segi yakni:

¹² Kadarsyah Suryadi dan Ali Ramdhani, *Sistem Pendukung Keputusan*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 14.

¹³ *Ibid.*, hlm. 41.

- 1) Segi etimologi pengambilan keputusan berarti mengambil dan menetapkan atas sesuatu. Keputusan adalah suatu kesimpulan yang dijadikan pegangan setelah melakukan pertimbangan-pertimbangan.
- 2) Segi terminologi pengambilan keputusan adalah suatu proses penetapan sesuatu dimana penetapan tersebut dijadikan panduan rujukan bagi kegiatan berikutnya.¹⁴ Keputusan merupakan suatu kesimpulan yang sudah dipilih setelah mempertimbangkan pilihan tersebut dari beberapa alternatif yang ada. Dalam hal ini keputusan yang dimaksud adalah keputusan untuk menggunakan jasa bank syariah setelah mempertimbangkan kemudahan dan manfaat dari jenis bank tersebut.

Keputusan merupakan bagian salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Sebuah keputusan merupakan pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Pengambilan keputusan merupakan proses identifikasi permasalahan dan peluang, kemudian

¹⁴ Amini, "*Perilaku Organisasi*" (Bandung: Citapustaka Media, 2004), hlm. 108.

menyelesaikannya.¹⁵ Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller “keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli”.¹⁶ Menurut Nugroho “keputusan merupakan proses pembelian yang spesifik yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian”.¹⁷

Menurut Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan kata lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian maka orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan.¹⁸

Begitu juga dengan pendapat Monle dan Carla mengatakan bahwa “keputusan merupakan serangkaian tahap yang dilalui konsumen dalam membeli sebuah produk atau jasa dengan Proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan evaluasi pasca pembelian”.¹⁹

¹⁵ Richard L. Daft, *Management*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 401.

¹⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, hlm. 234.

¹⁷ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 14.

¹⁸ Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Indeks 2007), hlm. 485.

¹⁹ Monle Lee dan Carla Jhonson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 110.

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

- 1) Pengenalan Masalah, Tahap pertama dalam proses pengambilan keputusan konsumen adalah pengenalan masalah yang terjadi ketika konsumen melihat suatu masalah yang menimbulkan kebutuhan dan ia termotivasi untuk menyelesaikan masalah atau memenuhi kebutuhan itu.
- 2) Pencarian Informasi, Ketika konsumen melihat adanya masalah atau kebutuhan yang hanya dapat dipuaskan melalui pembelian suatu produk, maka mereka mulai mencari informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan pembelian. Upaya pencarian tahap awal sering kali berupa upaya untuk menggali informasi yang ada dalam ingatan yaitu mengingat pengalaman masa lalu dan atau pengetahuan yang sudah dimiliki.²⁰
- 3) Evaluasi Alternatif, Pada tahap ini, konsumen membandingkan berbagai merek produk yang diharapkan dapat mengatasi masalah yang dihadapi dan memuaskan kebutuhan atau motif yang mengawali proses keputusan pembelian konsumen.
- 4) Keputusan Pembelian, Keputusan pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat dan keinginan membeli, namun

²⁰Morisson., *Op.Cit.*, hlm. 93.

keputusan pembelian adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya. Ketika konsumen memilih untuk membeli suatu merek, ia masih harus melaksanakan keputusan untuk melakukan pembelian yang sebenarnya. Keputusan tambahan yang diperlukan dalam hal: kapan membeli, dimana membeli, serta berapa banyak uang yang akan dikeluarkan.

- 5) Perilaku Pasca Pembelian, Proses keputusan konsumen tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian, tindakan pasca pembelian dan pemakaian produk pasca pembelian. Setelah menggunakan barang atau jasa, konsumen membandingkan tingkat kinerja (performance) suatu produk dengan harapan yang dimiliki terhadap produk itu dan menentukan perasaan puas atau tidak puas terhadap produk yang bersangkutan.

Jadi keputusan merupakan penetapan pilihan konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa untuk dibeli atau tidak, dengan membuat alternatif-alternatif pilihan sampai pada tahap keputusan pembelian.

Adapun landasan hukum tentang pengambilan keputusan terdapat dalam Al-Quran surah Thaaha ayat 128 yaitu:

أَفَلَمْ يَهْدِ لَهُمْ كَمْ أَهْلَكْنَا قَبْلَهُمْ مِنَ الْقُرُونِ يَمْشُونَ فِي مَسْجِدِهِمْ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّأُولِي النُّهَىٰ ﴿١٢٨﴾

Artinya: Maka tidakkah menjadi petunjuk bagi mereka (kaum musyrikin) berapa banyaknya Kami membinasakan umat-umat sebelum mereka, Padahal mereka berjalan (di bekas-bekas) tempat tinggal umat-umat itu? Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda bagi orang yang berakal.²¹

Dari ayat diatas, dijelaskan bahwa dalam mengambil keputusan tidak boleh dengan jalan yang sesat untuk mencapai tujuan. Maka dari itu setiap kejadian atau peristiwa disekitar kita harus dijadikan sebagai pelajaran. Karena setiap peristiwa atau kejadian itu terdapat pelajaran-pelajaran atau tanda-tanda kebesaran Allah SWT, dengan begitu kita dapat menjadikan kejadian atau peristiwa itu sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Koentjaraningrat mengatakan kebudayaan adalah keseluruhan manusia dari kelakuan dan hasil kelakuan yang terartut oleh tatakelakuan yang harus didapatnya dengan belajar dan yang semuanya tersusun dalam kehidupan masyarakat.²² Menurut Wallendrof & Reilly dalam Mowen & Minor dalam buku Djoko Widagdho budaya adalah seperangkat perilaku yang secara sosial

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta Timur: CV Darus Sunnah, 2013), hlm. 321.

²² Djoko Widagdho, *Ilmu Budaya Dasar*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2008), hlm. 19.

dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota dari masyarakat tertentu.²³ Dharmesta budaya adalah sebagai simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan manusia, dari generasi ke generasi yang lain sebagai faktor penentu dan pengatur manusia dalam masyarakat. Faktor-faktor budaya terbagi menjadi tiga macam, yaitu:

- 1) Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Budaya dapat diartikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat, setiap budaya mempunyai kelompok-kelompok subbudaya yang lebih kecil yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya. Sidi Gazalba dalam buku Joko Tri Prasetya mengatakan kebudayaan adalah carta berpikir dan merasa yang menyatakan diri dalam seluruh segi kehidupan dari segolongan manusia yang membentuk kesatuan sosial dengan suatu ruang dan suatu waktu. Hasil buah budi (budidaya) manusia dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu:²⁴ Kebudayaan material (lahir), yaitu kebudayaan yang berwujud kebendaan, misalnya : rumah, gedung dan sebagainya. Dan Kebudayaan immaterial (spiritual=batin), yaitu

²³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm. 261.

²⁴ Joko Tri Prasetya, dkk, *Ilmu Budaya Dasar*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2011), hlm. 31.

kebudayaan, adat istiadat, bahasa, ilmu pengetahuan dan sebagainya.

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

Di dalam budaya terdapat 4 (empat) komponen yaitu:

- 1) Bersifat komprehensif atau menyeluruh, sebab budaya meliputi hampir semua hal yang mempengaruhi proses pemikiran individu dan perilakunya. Budaya tidak hanya mempengaruhi preferensi

kita, akan tetapi bagaimana kita membuat keputusan dan bahkan bagaimana kita memahami dunia di sekeliling kita.

- 2) Budaya diperoleh (*culture is acquired*). Budaya tidak meliputi respon dan predisposisi yang diwariskan. Namun sebagian besar perilaku manusia dipelajari dari pembawaan sejak lahir (*learned rather than innate*), maka budaya benar-benar mempengaruhi perilaku.
- 3) Kekompakan masyarakat modern sedemikian rupa, sehingga budaya jarang memberikan resep yang rinci untuk perilaku yang tepat. Di dalam masyarakat industri, budaya memberikan batas (*boundaries*) di dalam batas nama individu atau perorangan berfikir dan bertindak.
- 4) Ciri pengaruh budaya ialah bahwa kita jarang menyadarinya. Seseorang berperilaku, berfikir dan merasa konsisten dengan anggota lainnya dari budaya yang sama, sebab kelihatannya memang alamiah (*natural*) atau memang sudah benar apa yang mereka lakukan.²⁵

Engel, Blackwell dan Miniard menyebutkan 10 sikap dan perilaku yang sangat dipengaruhi oleh budaya, yaitu:²⁶

- 1) Kesadaran diri dan ruang (*sense of self and space*).
- 2) Komunikasi dan bahasa.

²⁵ J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis, Edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hlm. 21.

²⁶ Ujang sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori Penerapan dalam pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), hlm. 228.

- 3) Pakaian dan penampilan.
- 4) Makanan dan kebiasaan makan.
- 5) Waktu dan kesadaran akan waktu.
- 6) Hubungan keluarga, organisasi, dan lembaga pemerintah.
- 7) Nilai dan norma.
- 8) Kepercayaan dan sikap.
- 9) Proses mental dan belajar.
- 10) Kebiasaan kerja

b. Faktor Sosial

Faktor sosial menurut Kotler dan Armstrong adalah pembagian masyarakat yang permanen dan berjenjang, Anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa.²⁷ Sosial adalah sifat yang saling membutuhkan satu sama lain untuk bertahan hidup dan untuk hidup. Sebagai manusia kita mempunyai sifat kesaling tergantung untuk menghasilkan bentuk kerja sama untuk menghasilkan sebuah keniscayaan. Di dalam Al-Qur'an terdapat surah yang mengisyaratkan pentingnya kepedulian sosial yaitu Surah Al-Baqarah ayat 261 yang bunyinya:

²⁷ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV. Yrama Widya, 2011), hlm. 36.

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ
 حَبَّةٍ أُنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ^{قُلْ}
 وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِيعٌ عَلِيمٌ 

Artinya: Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir 100 biji. Allah melipat gandakan(ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki. Dan Allah maha luas (karunia- Nya) lagi maha mengetahui.²⁸

Dalam surah tersebut Quraish Shihab menerangkan bahwa secara pribadi manusia tidak akan dapat memenuhi semua kebutuhannya, ia harus bantu membantu, saling lengkap melengkapi, dan karena itu pula mereka harus beragam dan berbeda-beda agar mereka saling membutuhkan. Yang tidak mampu dalam satu bidang dibantu oleh yang lain yang mampu, atau berlebih di bidang itu. Yang kuat membantu yang lemah. Ayat tersebut berpesan kepada yang mempunyai agar tidak merasa berat membantu, karena apa yang dinafkahkan akan tumbuh berkembang dengan berlipat ganda.²⁹

Soekanto mengemukakan bahwa istilah sosial pun berkenaan dengan perilaku interpersonal, atau yang berkaitan dengan proses-proses sosial. Lewis mengartikan sosial sebagai sesuatu yang dicapai, dihasilkan dan ditetapkan dalam interaksi sehari-hari antar

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta Timur: CV Darus Sunnah, 2013), hlm. 44.

²⁹ Mahfudz Zuhri Masduki, *Tafsir Al-Misbah M. Quraish Shihab*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hlm. 237.

warga Negara. Menurut Kotler dan Keller faktor sosial seperti kelompok sosial, keluarga, serta peranan dan status sosial merupakan aspek eksternal yang menstimulasi keputusan pengambilan keputusan konsumen.

Faktor sosial ini terdiri dari beberapa indikator yaitu:

- 1) Kelompok acuan, yaitu terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.³⁰ Perilaku seseorang banyak dipengaruhi oleh kelompok kecil. Kelompok kecil yang memengaruhi langsung dan kemana orang tergabung, disebut kelompok keanggotaan, beberapa diantaranya disebut kelompok primer dimana terjadi hubungan teratur tetapi informal, seperti keluarga, teman dan tetangga. Kelompok lain disebut kelompok sekunder yaitu dengan hubungan yang lebih formal termasuk organisasi seperti kelompok pengajian serta organisasi keagamaan.³¹
- 2) Keluarga, merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh orientasi keluarga terdiri dari orang tua. Dari orang tua lah seseorang memperoleh suatu pandangan agama, politik, dan ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Anggota keluarga juga sangat kuat memengaruhi perilaku pembelian. Keluarga adalah “organisasi pembelian konsumen”

³⁰ Nugroho J. Setiadi, *Op.Cit*, hlm . 11.

³¹ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Op.Cit*, hlm. 37.

paling penting dalam masyarakat yang telah diteliti secara ekstensif. Pemasar berminat atas peran dan pengaruh suami, istri dan anak atas pembelian barang dan jasa.

- 3) Peran dan status sosial, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya-keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Suatu peran terdiri dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan sesuai harapan orang-orang disekelilingnya. Setiap peran memberi status yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.³² Kelas sosial dapat dianggap sebagai suatu rangkaian kesatuan yaitu serangkaian posisi sosial. Dalam rangkaian ini, konsep kelas sosial digunakan untuk menempatkan individu atau keluarga dalam suatu kategori kelas sosial. Sesuai dengan kebiasaan ini kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota masyarakat kedalam suatu hirarki status kelas yang berbeda, sehingga para anggota setiap kelas secara relatif mempunyai status yang sama dan para anggota kelas lainnya mempunyai status yang lebih tinggi atau lebih rendah.³³

c. Faktor Pribadi

Pengertian kepribadian dari segi *etimologi* terjemahan dari kata *personality* yang berarti kepribadian atau pribadi yang menyangkut diri individu. Secara *terminology* kepribadian adalah satu keadaan

³² Philip Kotler dan Kevin Keller, *Op.Cit.*, hlm. 12.

³³ Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Op.Cit.*, hlm. 329.

individu yang mencerminkan keadaan, kebiasaan serta kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dirinya sendiri baik melibatkan maupun tidak melibatkan orang lain.³⁴ Kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang menentukan dan merefleksikan bagaimana seseorang merespon lingkungannya.³⁵ Konsep kepribadian dapat didefinisikan sebagai seperangkat pola perasaan, pemikiran dan perilaku yang unik yang menjadi standar respon konsumen untuk berbagai situasi.

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi karakteristik tersebut meliputi :

- 1) Usia dan tahap siklus hidup, membuat orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap suatu produk seperti pakaian, makanan dan lainnya juga berhubungan dengan usia, begitu juga dengan konsumsi dibentuk oleh siklus hidup, keluarga, usia dan gender.
- 2) Pekerjaan dan keadaan ekonomi, seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerja dengan keadaan ekonomi tertentu yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka, perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya pada kelompok pekerja dan keadaan ekonomi tertentu.

³⁴ Amini, *Op.cit*, hlm. 37.

³⁵ Erna Ferrinadewi, *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 118.

3) Gaya Hidup, Menurut Monle dan Carla “gaya hidup dapat didefinisikan sebagai kegiatan, opini, minat, dan pola konsumsi seseorang”.³⁶ Menurut Nugroho gaya hidup adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapatan seseorang, gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan, gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial. Orang yang berasal dari budaya yang sama, kelas sosial yang sama dan bahkan memiliki pekerjaan dan pendapatan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Para pemasar biasanya menggunakan informasi gaya hidup ini untuk menyesuaikan bauran pemasaran agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dari faktor-faktor pribadi ini kita dapat membedakan perilaku konsumen dalam membeli produk baik bersifat normatif maupun informatif, bersifat normatif artinya orang membeli produk karena produk tersebut benar-benar baik, sedangkan informatif artinya orang membeli produk karena mendapat informasi dari orang lain.

d. Faktor Psikologi

Psikologi yaitu ilmu yang mempelajari tentang jiwa, baik mengenai macam-macam gejalanya, prosesnya, maupun latar belakangnya atau juga sering disebut sebagai ilmu yang mempelajari

³⁶ Monle Lee dan Carla Jhonson, *Op. Cit.*, hlm. 116,

tingkah laku manusia.³⁷ Menurut Philip Kotler dan Kevin lane Keller pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori secara fundamental mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap berbagai rangsangan pemasaran.³⁸

Setiap konsumen individual dipengaruhi oleh proses psikologi yaitu: motivasi, persepsi, sikap dan pembelajaran.³⁹

- 1) Motivasi adalah dorongan dalam diri yang menggerakkan para konsumen memenuhi bayangan akan sebuah kebutuhan. Kebutuhan dasar manusia merentang dari kenyamanan penerimaan sosial, kebutuhan penghargaan, kebutuhan keamanan hingga kebutuhan akan kekuasaan.
- 2) Persepsi adalah suatu proses dimana manusia menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya, untuk mencapainya dapat melalui panca inderanya yang menerima bermacam-macam rangsangan dari lingkungannya. Orang dapat muncul dengan persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama karena tiga proses yang berkenaan dengan persepsi yaitu perhatian yang selektif, penerimaan rangsangan yang selektif, dan mengingat sesuatu secara selektif.⁴⁰

³⁷ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta :PT Rineka Cipta, 2009), hlm. 1.

³⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi Kedua Belas Jilid 1*, (PT indeks, 2007), hlm. 226.

³⁹ Monle Lee dan Carla Jhonson, *Op. Cit.*, hlm.114.

⁴⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op. Cit.*, hlm, 228.

- 3) Sikap adalah evaluasi berkelanjutan, perasaan dan kecenderungan perilaku individu terhadap sebuah objek atau gagasan. Sikap konsumen terhadap sebuah perusahaan dan produk-produknya sangat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan strategi pemasaran perusahaan. Oleh karenanya, para pemasar hendaknya secara seksama mengukur sikap konsumen terhadap iklan, harga dan ciri produk lain untuk memastikan kesuksesan di pasar.
- 4) Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, sebagian besar perilaku manusia adalah hasil belajar, ahli teori pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan.

3. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Menurut Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, dinyatakan bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (Pasal 1 angka 1). Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah disebut bank syariah dan menurut

jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah (Pasal 1 angka 7).⁴¹

Dalam Muamalat Bank Islam adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan pribadi maupun antar perorangan masyarakat.

Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Dalam mencapai tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional, perbankan syariah tetap berpegang pada prinsip syariah secara menyeluruh (*kaffah*) dan konsisten (*istiqomah*).

b. Kegiatan Usaha Bank Syariah

1) Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana dalam perbankan syariah dapat diwujudkan baik dalam bentuk simpanan maupun investasi. Penghimpunan dana dalam bentuk simpanan wujudnya berupa Giro, Tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertetangan dengan prinsip syariah (pasal 19 ayat 1 huruf a), sedangkan penghimpunan dana dalam bentuk investasi wujudnya berupa deposito, tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad mudharabah atau akad lainnya yang

⁴¹Burhanuddin, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 29.

tidak bertentangan dengan prinsip syariah (pasal 19 ayat 1 huruf b).⁴²

2) Penyaluran Dana

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

- a) Pembiayaan Mudharabah, adalah penyediaan dana oleh bank untuk modal usaha berdasarkan persetujuan atau kesepakatan dengan nasabah sebagai pihak yang diwajibkan untuk melakukan stelmen atas investasi yang dimaksud sesuai ketentuan akad. Bank bertindak sebagai *shahibul maal* yang menyediakan dana secara penuh, dengan nasabah bertindak sebagai *mudharib* yang mengelola dana dalam kegiatan usaha.
- b) Pembiayaan Musyarakah, adalah penyediaan dana sama oleh bank untuk memenuhi sebagian modal suatu usaha tertentu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan dengan nasabah sebagai pihak yang harus melakukan stelmen atau investasi sesuai ketentuan akad. Bank dan nasabah masing—masing bertindak sebagai mitra usaha dengan sama-sama menyediakan dana atau barang untuk membiayai suatu kegiatan usaha tertentu. Nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan bank sebagai mitra usaha dapat ikut serta dalam

⁴²*Ibid.*, hlm. 57.

pengelolaan usaha sesuai dengan tugas dan wewenang yang disepakati.⁴³

Pembiayaan dengan prinsip jual beli

- a) Pembiayaan Murabahah, adalah penyediaan dana atau tagihan oleh bank syariah untuk transaksi jual beli barang sebesar harga pokok ditambah margin berdasarkan kesepakatan dengan nasabah yang harus membayar sesuai akad. Pengertian harga dalam jual beli adalah suatu jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak, baik sama dengan nilai benda yang menjadi objek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah. Sedangkan yang dimaksud harga dalam jual beli *murabahah* adalah harga beli dan biaya yang diperlukan ditambah dengan keuntungan sesuai dengan kesepakatan.
- b) Pembiayaan Salam, adalah pembiayaan dana atau tagihan untuk transaksi jual beli barang melalui pesanan (kepada nasabah produsen) yang dibayar dimuka secara tunai oleh bank berdasarkan persetujuan atau kesepakatan dengan nasabah pembiayaan yang harus melunasi utang atau kewajibannya sesuai dengan akad. Dalam menjalankan akad *salam*, pihak bank terlebih dahulu harus bernegosiasi dengan calon nasabah pembiayaan melalui akad salam pertama.

⁴³Burhanuddin, *Op. Cit.*, hlm. 60.

- c) Pembiayaan Istishna, adalah penyediaan dana atau tagihan untuk transaksi jual beli melalui pesanan pembuatan barang (kepada nasabah produsen), yang dibayar oleh bank berdasarkan persetujuan antara kedua belah pihak.

I. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Peneliti terdahulu merupakan kajian terhadap hasil-hasil penelitian. Adapun penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini adalah:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bprs Di Banyumas	Ida Nurlaeli (Islamadina Jurnal Pemikiran Islam Vol.XVIII No.2, 2017)	Hasil pengujian menunjukan bahwa variabel pelayanan, promosi, dan pengetahuan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan variabel budaya, psikologis tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
2	Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis	Muhammad Rizalun Nashoha (At-Taradhi	Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa yang paling

	Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi Pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta)	Jurnal Studi Ekonomi Vol. X No.2, 2019)	berpengaruh adalah faktor kebudayaan dari faktor ini dapat terbaca bahwa indikator-indikator kebudayaan mempengaruhi pendapat individu terhadap bank syariah.
3	Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Penge- tahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah	Annisa Wahyulkarimah (Jurnal Ekonomi Syariah Vol.1 No.1, 2018)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan, promosi, dan pengetahuan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan variabel budaya, psikologis tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah	Roni Andespa (Al Masraf Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol 2, No. 1, 2017)	Variabel yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah: usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga

5	Pengaruh Sosial, budaya, dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)	Shara Sharvina (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)	Faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sedangkan faktor sosial dan budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
6	Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ngaliyan	Luthfiatul Alfiah (Skripsi UIN Walisongo Semarang, 2019)	Variabel Pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kecamatan Ngaliyan sedangkan variabel psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kecamatan Ngaliyan

Persamaan antara penelitian Ida Nurlaeli (2017) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan skala ordinal dan menggunakan data primer dan sekunder. Sedangkan perbedaan nya, penelitian Ida Nurlaeli pengambilan sampel dengan rumus slovin.

Persamaan antara penelitian Muhammad Rizalun Nashoha (2019) dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan angket sebagai instrument. Sedangkan perbedaannya, penelitian Muhammad Rizalun Nashoha studi kasus nya pada masyarakat Non Muslim.

Persamaan antara penelitian Annisa Wahyulkarimah (2018) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan data primer dan sekunder. Sedangkan perbedaan penelitian Annisa Wahyulkarimah meneliti variabel budaya, psikologis, pelayanan dan pengetahuan.

Persamaan antara penelitian Roni Andespa (2017) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan dengan menggunakan angket. Sedangkan perbedaanya penelitian RoniAndespa adalah pengambilan sampel dengan teknik *convenience sampling*.

Persamaan antara penelitian Sharah Sharvina (2019) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian Sharah Sharvina adalah menggunakan *probability sampling* dalam pengambilan sampel.

Persamaan antara penelitian Luthfiatul Alfiah (2019) adalah sama-sama menggunakan data primer dan sekunder. Sedangkan perbedaaanya penelitian Luthfiatul Alfiah menggunakan *accidental sampling*.

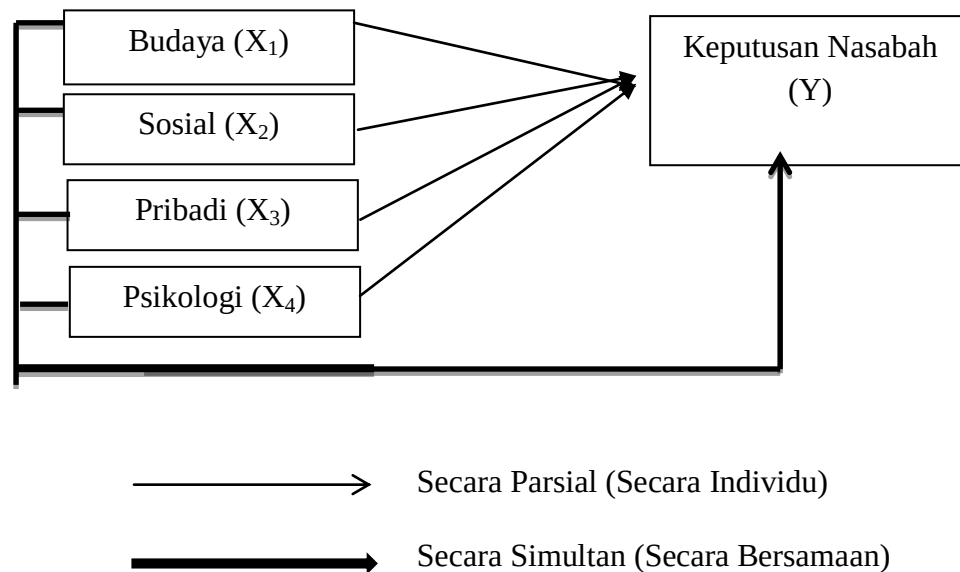
J. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di identifikasi sebagai masalah yang penting.⁴⁴ Variabel X (bebas/independen) dalam penelitian ini ada empat yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologi (X), sedangkan

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Alfabeta, 2014), hlm. 88.

variabel Y (terikat/dependen) yaitu keputusan dalam memilih bank syariah (Y). Variabel X berpengaruh pada variabel Y

Gambar II.1



Berdasarkan gambar 1 dapat diketahui bahwa secara parsial Budaya (X_1) dapat mempengaruhi Keputusan nasabah (Y), Sosial (X_2) dapat mempengaruhi keputusan nasabah (Y), Pribadi (X_3) dapat mempengaruhi keputusan nasabah (Y) dan Psikologi (X_4) dapat mempengaruhi keputusan nasabah (Y) dan secara simultan Budaya (X_1), Sosial (X_2), Pribadi (X_3) dan Psikologi (X_4) dapat mempengaruhi keputusan nasabah (Y).

K. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri atas akar kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dari dan *thesis* berarti pendapat.

Dengan demikian, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat, jawaban, atau dugaan yang bersifat sementara dari suatu persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan lebih lanjut.⁴⁵

Berdasarkan kajian teori, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{a1}: Terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.

H₀₁: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah

H_{a2}: Terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.

H₀₂: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.

H_{a3}: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pribadi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.

H₀₃: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pribadi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.

H_{a4}: Terdapat pengaruh yang signifikan antara psikologi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.

H₀₄: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara psikologi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.

⁴⁵ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 58.

- H_{a5} : Terdapat pengaruh secara bersama-sama yang signifikan antara budaya, sosial, pribadi, dan psikologi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.
- H_{05} : Tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama yang signifikan antara budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

L. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di IAIN Padangsidimpuan yang berlokasi di jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4, RW 5, Sihitang, Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan dan waktu penelitian ini dilakukan mulai November 2020 sampai dengan September 2021.

M. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian langsung dilakukan dilapangan atau pada responden.⁴⁶

N. Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Kuncoro populasi merupakan kelompok elemen yang lengkap berupa objek, transaksi, atau kejadian yang dipelajari untuk dijadikan objek penelitian.⁴⁷ Populasi adalah seluruh kumpulan dari elemen-elemen yang akan dibuat kesimpulan. Sedangkan elemen unsur adalah subjek dimana pengukuran akan dilakukan. Besarnya populasi yang akan digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada jangkauan

⁴⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 12.

⁴⁷ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonom*, (Jakarta: Erlangga: 2013), hlm. 146.

kesimpulan yang akan dibuat atau dihasilkan. Maka dengan itu populasi dalam penelitian ini adalah 50 orang yang sudah menjadi nasabah bank syariah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴⁸ Agar informasi yang diperoleh dari sampel benar-benar mewakili populasi, informasi dari sampel yang baik akan mencerminkan informasi dari populasi secara keseluruhan. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Menurut Sugiyono sampel jenuh adalah teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasinya digunakan sebagai sampel.⁴⁹ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang.

O. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Yaitu data hasil penelitian di lapangan dalam bentuk tulisan atau maupun secara lisan.⁵⁰ Adapun menjadi data primer dari penelitian ini di dapatkan melalui penyebaran angket atau kuesioner secara langsung maupun kepada responden.

2. Sumber Data Sekunder

Yaitu sumber data pelengkap/pendukung yang diperoleh dalam penelitian untuk menguatkan data primer. Dapat juga dikatakan dalam

80. ⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Alfabeta, 2014), hlm.122.

⁵⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hlm. 91.

bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini dokumentasi, jurnal, skripsi dan buku panduan IAIN Padangsidimpuan. Penelitian ini dari mahasiswa IAIN Padangsidimpuan prodi Perbankan Syariah angkatan 2017.

P. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data yang meliputi:

1. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Angket juga ditunjukan untuk mengumpulkan data melalui formulir yang berisi pernyataan-pernyataan yang diajukan secara tertulis kepada responden yang dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 IAIN Padangsidimpuan.

Angket yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sifat seseorang tentang sesuatu objek sikap. Skala Likert didesain untuk melihat seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik dengan susunan sebagai berikut:⁵¹

⁵¹*Ibid.*, hlm. 199.

Tabel III.1
Pengukuran Skala Ordinal Pernyataan Positif

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

Pengukuran Skala Ordinal Pernyataan Negatif

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

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Dalam pernyataan positif jika menyatakan Sangat Setuju (SS) maka nilai yang diperoleh 5, jika menyatakan Setuju (S) maka nilai yang diperoleh 4, jika menyatakan Kurang Setuju (KS) maka nilai yang diperoleh 3, jika menyatakan Tidak Setuju (TS) maka nilai yang diperoleh 2, dan jika menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) maka nilai yang diperoleh 1.

Sedangkan pernyataan negatif jika menyatakan Sangat Setuju (SS) maka nilai yang diperoleh 1, jika menyatakan Setuju (S) maka nilai yang diperoleh 2, jika menyatakan Kurang Setuju (KS) maka nilai

yang diperoleh 3, jika menyatakan Tidak Setuju (TS) maka nilai yang diperoleh 4 dan jika menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) maka nilai yang diperoleh 5.

Selanjutnya dalam penelitian ini peneliti membuat tabel kisi-kisi angket yang menerangkan pertanyaan untuk dijawab oleh responden sebagai berikut:

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket
Faktor Budaya (X¹)

No	Variabel (X1)	Indikator	No Soal
1	Budaya	Budaya	1 dan 2
		Subbudaya	3 dan 4
		Kelas Sosial	5 dan 6

Dalam kisi-kisi angket faktor budaya terdapat 3 indikator yaitu budaya, subbudaya dan kelas sosial. Pernyataan indikator budaya terdapat pada nomor 1 dan 2, pernyataan indikator subbudaya terdapat pada nomor 3 dan 4, sedangkan pernyataan indikator kelas sosial terdapat pada nomor 5 dan 6.

Tabel III.3
Kisi-Kisi Angket
Faktor Sosial (X²)

No	Variabel (X2)	Indikator	No Soal
1	Sosial	Kelompok Acuan	1 dan 2
		Keluarga	3 dan 4
		Peran dan Status Sosial	5 dan 6

Dalam kisi-kisi angket faktor sosial terdapat 3 indikator yaitu kelompok acuan, keluarga, dan peran dan status. Pernyataan indikator kelompok acuan terdapat pada nomor 1 dan 2, pernyataan indikator keluarga terdapat pada nomor 3 dan 4, sedangkan pernyataan indikator peran dan status sosial terdapat pada nomor 5 dan 6.

Tabel III.4
Kisi-Kisi Angket
Faktor Pribadi (X³)

No	Variabel (X3)	Indikator	No Soal
1	Pribadi	Usia dan Tahap Siklus Hidup	1 dan 2
		Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi	3 dan 4
		Pendapatan dan Gaya Hidup	5 dan 6

Dalam kisi-kisi angket faktor pribadi terdapat 3 indikator yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, dan pendapatan dan gaya hidup. Pernyataan indikator usia dan tahap siklus hidup terdapat pada nomor 1 dan 2, pernyataan indikator pekerjaan dan keadaan ekonomi terdapat pada nomor 3 dan 4, sedangkan pernyataan indikator pendapatan dan gaya hidup terdapat pada nomor 5 dan 6.

Tabel III.5
Kisi-Kisi Angket
Faktor Psikologi (X⁴)

No	Variabel (X4)	Indikator	No Soal
1	Psikologi	Motivasi	1 dan 2
		Persepsi	3 dan 4
		Proses Belajar	5

Dalam kisi-kisi angket faktor psikologi terdapat 3 indikator yaitu motivasi, persepsi dan proses belajar. Pernyataan indikator motivasi terdapat pada nomor 1 dan 2, pernyataan indikator persepsi terdapat pada nomor 3 dan 4, sedangkan pernyataan indikator proses belajar terdapat pada nomor 5 .

Tabel III.6
Kisi-Kisi Angket
Keputusan Nasabah (Y)

No	Variabel (Y)	Indikator	No Soal
1	Keputusan Nasabah	Pengenalan Kebutuhan	1 dan 2
		Pencarian Informasi	3 dan 4
		Evaluasi Alternatif	5 dan 6
		Keputusan Pembelian	7 dan 8
		Perilaku Pasca Pembelian	9 dan 10

Dalam kisi-kisi angket keputusan nasabah terdapat 5 indikator yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Pernyataan indikator pengenalan kebutuhan terdapat pada nomor 1 dan 2, pernyataan indikator pencarian informasi terdapat pada nomor 3 dan 4, pernyataan indikator evaluasi alternatif terdapat pada nomor 5 dan 6, pernyataan indikator keputusan pembelian terdapat pada nomor 7 dan 8, sedangkan pernyataan perilaku pasca pembelian terdapat pada nomor 9 dan 10.

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

3. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah metode atau cara mengumpulkan data serta berbagai informasi dengan jalan menanyakan langsung kepada seseorang yang dianggap ahli dalam bidangnya dan juga yang berwenang dalam menyelesaikan suatu permasalahan.

Q. Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan metode SPSS (*Statistical Package Social Science*) sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif juga bertujuan menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean*, dan *standar deviation* dari data yang terkumpul.⁵²

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur.⁵³ Jika skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁵⁴ Kualitas data yang diperoleh oleh peneliti adalah bergantung pada kualitas instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian.

Kualitas instrumen data harus dinilai dengan uji validitas. Dalam hal ini uji validitas dilakukan pada instrumen tes. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *person product moment* dengan aplikasi SPSS. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf yang signifikan (0,1). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom (df)* = $n-2$, n adalah jumlah sampel. Adapun kriteria pengujian adalah:

⁵²Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 30.

⁵³Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2011), hlm. 138.

⁵⁴Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 172.

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

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antara independen variabel.⁵⁵ Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Multikolinieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan *standard error* regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan. Untuk mengetahui atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *VIF*. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah “jika nilai *Variance Inflation (VIF)* $< 0,1$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variabel residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi

⁵⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis* (Depok: Raja Grafindo, 2015), hlm. 177.

meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Adanya Heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *gletser*. Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$\text{Sig} > 0,1$ artinya tidak terkena heteroskedastisitas.

$\text{Sig} < 0,1$ artinya data terkena heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin-Watson dengan kriteria jika:

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak terjadi autokorelasi
- 3) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu model dimana variabel terikat tergantung dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi adalah kelanjutan setelah uji instrumen dan uji asumsi klasik. Analisis

regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih.⁵⁶

Adapun regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), psikologi (X_4) terhadap keputusan nasabah (Y). Bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependent

α = Konstanta

β_1, β_4 = Koefisien Regresi

X = Variabel independent

e = *Prediction error* (tingkat kesalahan)

Jadi, dari persamaan rumus di atas dapat dituliskan sebagai berikut:

$$KN = \alpha + \beta_1 B + \beta_2 S + \beta_3 Pb + \beta_4 Ps + e$$

Keterangan:

KN = Keputusan Nasabah

α = Koefisien konstanta

β_1, β_4 = Koefisien Regresi

B = Budaya

S = Sosial

⁵⁶Sugiyono dan Agus Santoso, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 303.

Pb = Pribadi

Ps = Psikologi

e = *Prediction error* (tingkat kesalahan)

5. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien Determinasi (R^2) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu regresi Y terhadap X_1 ini ingin diketahui bahwa seberapa besarnya persentase sumbangan X_1 terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama.

Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu apabila semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq 1$ dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- 2) $R^2 = 1$, berarti ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tepat untuk meramalkan Y secara sempurna.⁵⁷

⁵⁷ Setiawan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi Ofsed, 2010), hlm. 64.

Koefisien ini dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasuki kedalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu. Nilai terkecil koefisien determinasi adalah nol dan terbesar satu, sehingga dinyatakan $0 \leq R^2 \leq 1$.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel terikat.⁵⁸ dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya ada pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.
- 3) Jika nilai Sig < 0,1 maka Hipotesis diterima.

⁵⁸ Mudrajad Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm 238.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua independen variabel terhadap dependen variabel.⁵⁹ Menentukan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan taraf signifikan sebesar 10% (0,1) dengan $df = (n-k-1)$. Ketentuan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya ada pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi mahasiswa terhadap keputusan dalam memilih bank syariah.
- 3) Jika nilai Sig. < 0,1 maka Hipotesis diterima.

⁵⁹Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 139.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Padangsidimpuan berdiri pada tahun 2012. FEBI berdiri bersamaan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidimpuan yang ditandatangani Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpers ini diundang di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin Pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122.⁶⁰

Tindak lanjut dari perpers tersebut adalah lainnya Peraturan Menteri Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Menteri Agama Tentang Organisasi dan Tata Kera IAIN Padangsidimpuan yang diundang di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM. Amir Syamsudin pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan

⁶⁰ *Tim Penyusunan Buku Panduan Akademik, Profit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Tahun 2016*, (Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2016), hlm. 3.

status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK), dan satu program Pasca Sarjana. IAIN Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi. Febi merupakan fakultas termuda dari segi pengalaman meskipun keempat fakultas sama lainnnya, sebab tiga merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih dibawah bendera STAIN.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Padangsidimpuan saat ini memiliki enam jurusan yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, Manajemen Keuangan Syariah, Akuntansi Syariah, dan Manajemen Bisnis Syariah. Jurusan Perbankan Syariah telah ada sejak tahun 2010, Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2012, Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf pada tahun 2016, sedangkan Jurusan Manajemen Keuangan Syariah, Akuntansi Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah merupakan jurusan baru pada tahun 2021.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

a. Visi

Menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam *centre of excellent* untuk menjadikan lulusan yang professional, *entrepreneurship* dan berakhlak mulia di Sumatera Utara tahun 2025.

b. Misi

- 1) Mengemban ilmu pengetahuan yang integratif dan interkonektif dibidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 2) Melakukan riset dan publikasi ilmiah dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan penerapan ekonomi dan bisnis Islam.
- 4) Menanamkan jiwa *entrepreneurship* yang inovatif dan kreatif untuk menciptakan lapangan kerja.
- 5) Menerapkan ekonomi dan bisnis pada proses pendidikan dan pengajaran.

3. Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

a. Perbankan Syariah

Program Studi Perbankan Syariah dipimpin oleh Nofinawati M.A, selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.

b. Ekonomi Syariah

Program Studi Ekonomi Syariah dipimpin oleh Delima Sari Lubis, M.A, selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Program Studi Ekonomi Syariah memiliki tiga konsentrasi yaitu:

- 1) Ilmu Ekonomi Syariah
- 2) Manajemen dan Bisnis Islam
- 3) Akuntansi dan Keuangan Syariah

c. Manajemen Zakat dan Wakaf

Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf dipimpin oleh Rodame Monitorir Napitupulu, M.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2017 berjumlah 50 orang yang dijadikan sebagai sampel penelitian pertimbangan yang dianggap mampu untuk menjawab angket secara objektif. Pengambilan data primer pada penelitian ini menggunakan instrument angket yang disebar secara acak pada IAIN Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2017.

Angket yang diberikan kepada responden dalam penelitian ini adalah angket faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan keputusan nasabah memilih bank syariah. Angket faktor

budaya terdiri dari 6 item pernyataan, angket faktor sosial terdiri dari 6 item pernyataan, angket faktor pribadi terdiri dari 6 pernyataan, angket faktor psikologi terdiri dari 5 item pernyataan dan angket keputusan nasabah terdiri dari 10 item pernyataan. Dari masing-masing item pernyataan disesuaikan dengan indikator variabel.

Penyebaran dan pengumpulan angket dilaksanakan pertama kali pada hari Senin , 26 Juli 2021 sampai 20 Agustus 2021. Penyebaran angket faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan keputusan nasabah dilakukan dengan mekanisme yaitu penelitian langsung menemui responden di kampus. Dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah berdasarkan jenis kelamin. Hal ini diuraikan melalui pembahasan berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Adapun karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat disesuaikan sebagai berikut:

Tabel IV.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Responden	Persentase
Laki-laki	20	40%
Perempuan	30	60%
Total	50	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan responden di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah yang diambil sebagai responden menunjukkan mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 30 orang sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 20 orang. Responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 40 persen dan perempuan sebesar 60 persen.

C. Hasil Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga bertujuan menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean*, dan *standar deviation* data yang terkumpul.

Table IV.2
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BUDAYA	50	19	30	25.24	2.568
SOSIAL	50	18	30	24.84	2.691
PRIBADI	50	21	30	25.60	2.020
PSIKOLOGI	50	15	25	20.54	2.224
KEPUTUSAN	50	33	50	41.50	3.400
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.2 uji analisis statisti deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel budaya dengan jumlah data (N) sebanyak 50 mempunyai *mean* 25,24 dengan nilai *minimum* 19 dan nilai *maximum* 30 serta *standard deviatitation* 2,568. Variabel sosial dengan jumlah data (N) sebanyak 50 mempunyai *mean* 24,84 dengan nilai *minimum* 18 dan nilai *maximum* 30 serta *standard deviatitation* 2,691. Variabel pribadi dengan jumlah data (N) sebanyak 50 mempunyai *mean* 25,60 dengan nilai *minimum* 21 dan nilai *maximum* 30 serta *standard deviatitation* 2,020. Variabel psikologi dengan jumlah data (N) sebanyak 50 mempunyai *mean* 20,54 dengan nilai *minimum* 15 dan nilai *maximum* 25 serta *standard deviatitation* 2,224. Variabel keputusan nasabah dengan jumlah data (N) sebanyak 50 mempunyai *mean* 41,50 dengan nilai *minimum* 33 dan nilai *maximum* 50 serta *standard deviatitation* 3,400.

D. Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk taraf signifikansi 10% atau 0,1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument atau item-item pernyataan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Adapun r_{hitung} untuk tiap item bisa dilihat pada kolom *pearson correlation*, sedangkan r_{hitung} menggunakan taraf signifikansi 0,1 dengan derajat kebebasan (df) = n (jumlah sampel)-2 jadi $df = 50-2 = 48$, maka diperoleh $r_{tabel} = 0,2787$. Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Budaya (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X.1	0,461	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 50-2 = 48$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2353$	Valid
X.2	0,771		Valid
X.3	0,693		Valid
X.4	0,711		Valid
X.5	0,718		Valid
X.6	0,668		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.3 uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, dan 6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Sosial (X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X.1	0,751	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 50-2 = 48$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2353$	Valid
X.2	0,840		Valid
X.3	0,668		Valid
X.4	0,751		Valid
X.5	0,567		Valid
X.6	0,597		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.4 uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, dan 6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Pribadi (X_3)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X.1	0,605	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 50-2 = 48$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2353$	Valid
X.2	0,704		Valid
X.3	0,570		Valid
X.4	0,599		Valid
X.5	0,472		Valid
X.6	0,527		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.5 uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, dan 6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Psikologi (X_4)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X.1	0,593	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 50-2 = 48$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2353$	Valid
X.2	0,692		Valid
X.3	0,726		Valid
X.4	0,619		Valid
X.5	0,609		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.6 uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, dan 5 menunjukkan nilai r_{hitung}

lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.7
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X.1	0,377	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = n - 2 = 50 - 2 = 48$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,2353$	Valid
X.2	0,469		Valid
X.3	0,593		Valid
X.4	0,398		Valid
X.5	0,357		Valid
X.6	0,520		Valid
X.7	0,667		Valid
X.8	0,558		Valid
X.9	0,600		Valid
X.10	0,687		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.7 uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, dan 10 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antara independen variabel. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel IV.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.691	4.892		1.572	.123		
	BUDAYA	.223	.174	.168	1.282	.206	.582	1.718
	SOSIAL	.307	.194	.243	1.585	.120	.426	2.347
	PRIBADI	.546	.228	.324	2.392	.021	.546	1.832
	PSIKOLOGI	.320	.169	.209	1.890	.065	.817	1.224

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.8 dapat diketahui bahwa nilai tolerance untuk variabel budaya adalah 0,582, variabel sosial adalah 0,426 , variabel pribadi adalah 0,546, dan variabel psikologi adalah 0,817. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance dari keempat variabel lebih besar $> 0,1$. Nilai VIF dari variabel budaya adalah 1,718, variabel sosial adalah 2,347, variabel pribadi adalah 1,832 dan variabel psikologi adalah 1,224. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari keempat variabel di atas lebih kecil < 10 . Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random

(acak). Adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji glistier.

Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- a) $\text{Sig} > 0,1$ artinya tidak terkena heteroskedastisitas.
- b) $\text{Sig} < 0,1$ artinya data terkena heteroskedastisitas.

Tabel IV.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.548	2.791		.913	.366
	BUDAYA	-.045	.099	-.083	-.455	.651
	SOSIAL	.104	.111	.202	.941	.351
	PRIBADI	.093	.130	.136	.718	.476
	PSIKOLOGI	-.224	.097	-.358	-2.313	.025

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji tabel heteroskedastisitas IV.9 di atas diketahui jika $\text{sig} > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel budaya $0,651 > 0,1$, variabel sosial $0,351 > 0,1$, variabel pribadi $0,476 > 0,1$, jadi dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel di atas tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan variabel psikologi $0,025 < 0,1$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kolerasi dengan variabel sebelumnya. Kriteria Durbin Watson dengan kriteria jika:

- a) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokolerasi positif
- b) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak terjadi autokolerasi

c) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative.

Tabel IV.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.741 ^a	.548	.508	2.384	2.486
a. Predictors: (Constant), PSIKOLOGI, BUDAYA, PRIBADI, SOSIAL					
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN					

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dapat diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 2,486 yang berarti berada pada posisi di antara -2 dengan + 2 yaitu $-2 < 2,486$. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

F. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis liner berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen dua atau lebih, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), psikologi (X_4) terhadap keputusan nasabah (Y).

Tabel IV. 11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.691	4.892		.123
	BUDAYA	.223	.174	.168	.206
	SOSIAL	.307	.194	.243	.120
	PRIBADI	.546	.228	.324	.021
	PSIKOLOGI	.320	.169	.209	.065

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel IV.11 di atas dapat disimpulkan bahwa *unstandardized coefficients* tabel di atas maka persentase analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KN = \alpha + b_1 B + b_2 S + b_3 Pb + b_4 Ps + e$$

$$KN = 7,691 + 0,223 B + 0,307 S + 0,546 Pb + 0,320 Ps + 4,892$$

Keterangan:

KN = Keputusan Nasabah

α = Koefisien konstanta

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien Regresi

B = Budaya

S = Sosial

Pb = Pribadi

Ps = Psikologi

e = *Prediction error* (tingkat kesalahan)

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta (α) bernilai positif sebesar 7,691 dapat diartikan bahwa apabila budaya, sosial, pribadi dan psikologi diasumsikan 0 maka keputusan nasabah memilih bank syariah nilainya sebesar 7,691 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel budaya (β_1) bernilai positif sebesar 0,223 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan budaya sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah memilih bank syariah sebesar 0,223 satuan dengan nilai $7,691 + 0,223 = 7,914$ satuan

dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara budaya dengan keputusan memilih bank syariah.

3. Nilai koefisien regresi variabel sosial (β_2) bernilai positif sebesar 0,307 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan sosial sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah memilih bank syariah sebesar 0,307 satuan dengan nilai $7,691 + 0,307 = 7,998$ satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara sosial dengan keputusan memilih bank syariah.
4. Nilai koefisien regresi variabel pribadi (β_3) bernilai positif sebesar 0,546 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan budaya sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah memilih bank syariah sebesar 0,546 satuan dengan nilai $7,691 + 0,546 = 8,237$ satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pribadi dengan keputusan memilih bank syariah.
5. Nilai koefisien regresi variabel psikologi (β_4) bernilai positif sebesar 0,320 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan psikologi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah memilih bank syariah sebesar 0,320 satuan dengan nilai $7,691 + 0,320 = 8,011$ satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien

bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara psikologi dengan keputusan memilih bank syariah.

G. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketetapan dan kecocokan garis regresi. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketetapan nya dikatakan semakin membaik.

Tabel IV.12
Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,741 ^a	,548	,508	2,384
a. Predictors: (Constant), PSIKOLOGI, BUDAYA, PRIBADI, SOSIAL				

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan tabel IV.12 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) di atas diperoleh nilai R Square 0,548 artinya korelasi antara variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah terjadi hubungan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (budaya, sosial, pribadi dan psikologi) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah) sebesar 0,548 atau (54,8%). Sisanya sebesar 0,452 atau (45,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

H. Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial dan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas dengan variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Tabel IV.13
Hasil Uji Analisis Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.691	4.892		1.572	.123
	BUDAYA	.223	.174	.168	1.282	.206
	SOSIAL	.307	.194	.243	1.585	.120
	PRIBADI	.546	.228	.324	2.392	.021
	PSIKOLOGI	.320	.169	.209	1.890	.065

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan tabel IV.13 diperoleh kesimpulan bahwa nilai untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\%$ dengan derajat kebebasan $(df) = n - k - 1$ dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 50 - 4 - 1 = 45$. Dengan pengujian dua sisi ($\text{signifikansi} = 0,1$) diperoleh t_{tabel} sebesar 1,30065.

a. Pengaruh budaya terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Dari hasil uji t dapat dilihat pada variabel budaya memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,282 dan untuk t_{tabel} 1,30065. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,282 < 1,30065$). Dengan demikian H_{a1} tidak diterima. Artinya

variabel budaya secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

b. Pengaruh sosial terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Dari hasil uji t dapat dilihat pada variabel sosial memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,585 dan untuk t_{tabel} 1,30065. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,585 > 1,30065$). Dengan demikian H_{a2} diterima. Artinya variabel sosial secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

c. Pengaruh pribadi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Dari hasil uji t dapat dilihat pada variabel pribadi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,392 dan untuk t_{tabel} 1,30065. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,392 > 1,30065$). Dengan demikian H_{a3} diterima. Artinya variabel pribadi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

d. Pengaruh psikologi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Dari hasil uji t dapat dilihat pada variabel psikologi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,890 dan untuk t_{tabel} 1,30065. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,890 > 1,30065$). Dengan demikian H_{a4} diterima. Artinya variabel psikologi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

2. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

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

Tabel IV.14
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310,717	4	77,679	13,666	,000 ^b
	Residual	255,783	45	5,684		
	Total	566,500	49			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

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

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Nilai F_{tabel} untuk nilai signifikansi $\alpha=10\%$ dengan *regression* $df=n-k-1$ atau $df = 50-4-1= 45$ yang diperoleh nilainya sebesar 2,07. Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) pada tabel IV. 14 di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 13,666 sedangkan F_{tabel} 2,07, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,666 > 2,07$) maka Hipotesis diterima. Selanjutnya untuk nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig. $< 0,1$ maka hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan memilih bank syariah.

I. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada mahasiswa IAIN Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 dan mengolah hasil jawaban para responden dari angket yang peneliti sebarakan melalui aplikasi *SPSS* versi 25 adalah sebagai berikut.

Berdasarkan perhitungan nilai *R Square* 0,548 artinya kolerasi antara variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah terjadi hubungan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (budaya, sosial, pribadi, dan psikologi) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah) sebesar 0,548 atau (54,8%). Sisanya sebesar 0,452 atau (45,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Selanjutnya hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikansi masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh budaya terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Berdasarkan hasil uji *t* dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel budaya sebesar 1,282 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df=(50-4-1) = 45$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} 1,30065 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,282 < 1,30065) dan (0,206 > 0,1) jadi dapat disimpulkan

bahwa variabel budaya secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Berdasarkan teori menurut Menurut Wallendorf & Reilly dalam Mowen & Minor budaya adalah seperangkat perilaku yang secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota dari masyarakat tertentu.⁶¹ Teori Dharmesta budaya adalah sebagai symbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan manusia, dari generasi ke generasi yang lain sebagai faktor penentu dan pengatur manusia dalam masyarakat.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Ida Nurlaeli (2017) yang berjudul Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bprs Di Banyumas. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penelitian budaya tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Annisa Wahyulkarimah (2018) yang berjudul Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor budaya tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

⁶¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm. 261.

Sesuai hasil penelitian hal ini menunjukkan bahwa budaya tidak berpengaruh dalam mengambil keputusan memilih bank syariah karena mahasiswa/mahasiswa prodi perbankan syariah angkatan 2017 memutuskan memilih bank syariah timbul dalam dirinya sendiri bukan karena dipengaruhi oleh kebiasaan masyarakat secara umum.

2. Pengaruh sosial terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel sosial sebesar 1,585 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (50-4-1) = 45$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} 1,30065 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,585 > 1,30065$) dan ($0,120 > 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa variabel sosial secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Menurut Kotler dan Keller faktor sosial seperti kelompok sosial, keluarga, serta peranan dan status sosial merupakan aspek eksternal yang menstimulasi keputusan pengambilan keputusan konsumen. Sosial adalah sifat yang saling membutuhkan satu sama lain untuk bertahan hidup dan untuk hidup.

Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Muhammad Rizalun Nashoha (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah di kota Yogyakarta.

3. Pengaruh pribadi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel pribadi sebesar 2,392 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df=(50-4-1) = 45$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} 1,30065 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,392 > 1,30065$) dan ($0,021 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa variabel pribadi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Luthfiatul Alfiah (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ngaliyan. Hasil penelitian menyatakan bahwa Variabel Pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kecamatan Ngaliyan.

Sesuai hasil penelitian hal ini menunjukkan bahwa pribadi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2017 memilih bank syariah karena atas dasar keinginan sendiri tanpa ada paksaan dari pihak lain.

4. Pengaruh psikologi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel psikologi sebesar 1,890 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df=(50-4-1) = 45$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} 1,30065 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,890 > 1,30065$) dan ($0,065 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa

variabel psikologi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Luthfiatul Alfiah (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ngaliyan. Hasil penelitian menyatakan bahwa Variabel Pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kecamatan Ngaliyan.

5. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah

Dari hasil uji signifikan simultan (uji f) di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 13,666 dan F_{tabel} dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df=n-k-1$ atau $df = 50-4-1= 45$ yang diperoleh nilainya sebesar 2,07 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,666 > 2,07$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,1$. Artinya hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan memilih bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan teori Amini “Keputusan adalah suatu proses penetapan sesuatu dimana penetapan tersebut dijadikan panduan rujukan bagi kegiatan berikutnya”. Dengan kata lain mengambil suatu keputusan merupakan suatu kesimpulan yang sudah dipilih setelah mempertimbangkan pilihan tersebut dari beberapa alternatif yang ada.

Dalam hal ini keputusan yang dimaksud adalah keputusan untuk menggunakan jasa bank syariah setelah mempertimbangkan kemudahan dan manfaat dari jenis bank tersebut.

J. Keterbatasan Penelitian

Pelaksana penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan bahan materi dari peneltian ini, seperti kurangnya buku-buku yang menjelaskan lebih detail tentang variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.
2. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan, yang dapat mempengaruhi validitas yang diperoleh.
3. Keterbatasan dalam menyebarkan angket dimana penliti menyebarkan kepada mahasiswa IAIN Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 yang susah untuk dijumpai.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segalakerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih baik lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tidak terdapat pengaruh budaya terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 memilih bank syariah.
2. Terdapat pengaruh sosial terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 dalam memilih bank syariah.
3. Terdapat pengaruh pribadi terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 memilih bank syariah.
4. Terdapat pengaruh psikologi terhadap keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 memilih bank syariah.
5. Terdapat pengaruh secara simultan Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 Memilih Bank Syariah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak Bank Syariah harus mampu lebih baik lagi dalam memberikan rangsangan-rangsangan kepada masyarakat agar minat masyarakat itu meningkat terkhusus kepada mahasiswa Perbankan Syariah. Peneliti menyarankan agar Bank Syariah melakukan sosialisasi

tentang pentingnya kemajuan Ekonomi Islam salah satunya melalui Perbankan Syariah dan memberikan fasilitas di lingkungan kampus contohnya mendirikan ATM bank syariah di kampus.

2. Untuk mahasiswa saran saya adalah budaya menggunakan bank syariah harus lebih ditingkatkan di kalangan mahasiswa terkhususnya mahasiswa prodi perbankan syariah dan mahasiswa prodi perbankan syariah juga harus membiasakan menggunakan bank syariah di lingkungan sekitarnya. Kesadaran secara pribadi mahasiswa prodi perbankan syariah juga harus timbul dari diri sendiri untuk menggunakan bank syariah.
3. Budaya, sosial, pribadi dan psikologi dapat memengaruhi keputusan mahasiswa prodi perbankan syariah dalam memilih bank syariah, jadi saran saya untuk mahasiswa prodi perbankan syariah harus tetap mempertahankan menggunakan bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ahmadi Abu. *Psikologi Umum*. Jakarta :PT Rineka Cipta. 2009.
- Amini. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Citapustaka Media. 2004.
- Asnawi Nur dan Masyuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Prees. 2011.
- Azwar Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Burhanuddin. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Daft L. Daft Richard. *Management*. Jakarta: Salemba Empat. 2007.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta Timur: CV Darus Sunnah. 2013.
- Ferrinadewi Erna. *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.
- Ginting F. Hartimbul Nembah. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya. 2011.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Prenadamedia Group. 2011.
- Kotler Philip dan Kevin Keller. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. 2000.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, edisi Kedua Belas Jilid 1*. PT indeks. 2007.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey : PT.Indeks. 2007.
- Kuncoro Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonom*. Jakarta: Erlangga: 2013.
- Lee Monle dan Carla Jhonson. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana. 2007.
- Morisson. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group. 2010.

- Noor Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Pranamedia Group. 2011.
- Prasetya Tri Joko , dkk. *Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta : PT Rineka Cipta. 2011.
- Priyatno Dwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI. 2014.
- Priyatno Dwi. *Cara Kilat Belajar Dan SPSS 20*. Yogyakarta: CVAndi Offset. 2012.
- Setiadi J Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Setiadi J. Nugroho. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media. 2003.
- Siregar Syofian. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarata: Bumi Aksara. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta. 2014.
- Sugiyono dan Agus Santoso. *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Sujawerni Wiratna V. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.
- Suryadi Kadarsyah dan Ali Ramdhani. *Sistem Pendukung Keputusan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2002.
- Supranto J dan Nandan Limakrisna. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis. Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2011.
- Sumarwan Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Penerapan dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2017.
- Suwarman Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.
- Schiffman Leon dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks. 2007.
- Teguh Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2005.

Umar Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2015.

Widagdho Djoko. *Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta : PT Bumi Aksara. 2008.

Sumber Lainnya:

Hasil Wawancara dengan Dewi Pebriani Syahfitri. Pada Tanggal 25 Maret 2021.
Pukul 10.00 WIB

Hasil Wawancara dengan Nurhapnah Ritonga. Pada Tanggal 25 Maret 2021.
Pukul 11.00 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Depita Nasution
Nama Panggilan : Depita
Tempat/ Tgl. Lahir : Bandar Tinggi, 14 Juni 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 5 dari 6 Bersaudara
Alamat : Desa Bandar Tinggi, Kabupaten Labuhanbatu
Agama : Islam
No Hp :0822-6875-9418

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2005-2011 : SDN 112152 Titi Aloban
Tahun 2011-2014 : MTS.s. Al-Washliyah Sigambal
Tahun 2014-2017 : SMK Negeri 1 Rantau Utara
Tahun 2017-2021 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah
IAIN Padangsidempuan

C. DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : H. Torkis Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Hj. Patima Siregar
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Desa Bandar Tinggi

D. Motto Hidup

“Berbuat baiklah meskipun tidak diberlakukan dengan baik”

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hamni Fadlilah Nasution., M.Pd.
Nip : 198303172018012001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”

Yang disusun oleh:

Nama : Depita Nasution
NIM : 17 401 00030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah (PS-1)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpun, 2021
Validator

Hamni Fadlilah Nasution., M.Pd
NIP: 198303172018012001

LEMBAR VALIDASI

ANGKET BUDAYA

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Budaya	1, 2				
Subbudaya	3, 4	-			
Kelas Sosial	5,6	-			

Catatan:

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

Padangsidempuan,
Validator,

2021

Hamni Fadlilah Nasution., M.Pd
NIP: 198303172018012001

LEMBAR VALIDASI

ANGKET SOSIAL

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Kelompok Acuan	1, 2				
Keluarga	3,4	-			
Peran dan Status Sosial	5,6	-			

Catatan:

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

Padangsidimpuan,
Validator,

2021

Hamni Fadlilah Nasution., M.Pd
NIP: 198303172018012001

LEMBAR VALIDASI

ANGKET PRIBADI

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Usia dan Tahap Siklus Hidup	1, 2				
Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi	3, 4	-			
Pendapatan dan Gaya Hidup	5, 6				

Catatan:

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

Padangsidempuan,
Validator,

2021

Hamni Fadlilah Nasution., M.Pd
NIP: 198303172018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PSIKOLOGI

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Motivasi	1, 2				
Persepsi	3, 4	-			
Proses Belajar	5				

Catatan:

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

Padangsidimpuan, 2021
Validator,

Hamni Fadlilah Nasution., M.Pd
NIP: 198303172018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN NASABAH

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Pengenalan Kebutuhan	1, 2				
Pencarian Informasi	3, 4	-			
Evaluasi Alternatif	5, 6				
Keputusan Pembelian	7, 8				
Perilaku Pasca Pembelian	9, 10				

Catatan:

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

Padangsidimpuan, 2021
Validator,

Hamni Fadlilah Nasution., M.Pd
NIP: 198303172018012001

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Mahasiswa/Mahasiswi IAIN Padangsidempuan

Di tempat

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Amiiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Mahasiswa/Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang peneliti butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dan bidang perbankan syariah dengan judul "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah".

Atas kesediaan Mahasiswa/Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terima kasih

Hormat Saya,

Depita Nasution
1740100030

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Nim :

Prodi :

Jenis Kelamin : a. Perempuan b. Laki-Laki

Alamat :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi tanda check list (✓) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun maknanya adalah

Pernyataan Positif

Tanggapan Responden	
SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
KS	= Kurang Setuju
TS	= Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

III. DAFTAR PERNYATAAN

Faktor Budaya (X_1)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan ajaran Islam					
2	Saya menggunakan bank syariah karena mengikuti perkembangan kebudayaan saat ini.					
3	Saya memilih bank syariah karena persepsi saya tentang bunga bank yang haram					
4	Saya menggunakan bank syariah karena keluarga saya menggunakan bank syariah sejak dulu					
5	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh organisasi yang saya ikuti					
6	Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya					

Faktor Sosial (X_2)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan bank syariah karena teman saya menggunakan bank syariah					
2	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh dari kerabat dekat					
3	Saya menggunakan bank syariah karena mengikuti pilihan orangtua					
4	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh dari abang/kakak saya					
5	Saya menggunakan bank syariah karena lingkungan kampus					
6	Saya menggunakan bank syariah karena kelompok teman saya menggunakan bank syariah					

Faktor Pribadi (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan bank syariah karena produk yang ditawarkan sesuai dengan usia saya					
2	Saya menggunakan bank syariah karena keinginan saya sendiri.					
3	Saya menggunakan bank syariah karena saya mahasiswa prodi perbankan syariah					
4	Saya menggunakan bank syariah karena kebutuhan transaksi pembayaran SPP					
5	Saya menggunakan bank syariah karena sudah menjadi trend di mahasiswa					
6	Saya menggunakan tabungan bank syariah karena aktivitas lingkungan kampus saya					

Faktor Psikologi (X₄)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Memilih bank syariah karena memenuhi/ sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Memilih bank syariah karena sudah bekerja sama dengan banyak merchant yang tentunya bebas bunga					
3	Memilih bank syariah karena telah mengimplementasikan prinsip syariah dengan baik					
4	Memilih bank syariah karena pengalaman kinerja nya yang tidak terpengaruh pada saat krisis					
5	Memilih bank syariah karena melihat promosi di televisi					

Keputusan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mendatangi bank syariah untuk menyimpan uang di bank dengan prinsip islam					
2	Saya menabung di bank syariah karena ada bagi hasilnya					
3	Saya mencari informasi bank syariah dari keluarga saya					
4	Saya mencari informasi mengenai bank syariah dari teman dan rekan kerja saya					
5	Sebelum saya menggunakan tabungan bank syariah saya terlebih dahulu memperhatikan bagi hasil yang diberikan					
6	Sebelum saya menggunakan bank syariah saya terlebih dahulu melihat produk yang ditawarkan					
7	Saya memutuskan menggunakan tabungan bank syariah karena bagi hasil yang diberikan memuaskan					
8	Saya memutuskan menggunakan bank syariah karena produknya bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan saya					
9	Saya akan terus menggunakan produk dan jasa bank syariah					
10	Saya mengajak kerabat dan teman saya membuka tabungan di bank syariah					

Padangsidempuan,

2021

Responden

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

38	4	5	5	4	5	4	27
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	5	5	5	27
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	5	5	5	27
44	4	4	4	5	4	5	26
45	4	4	4	5	4	4	25
46	4	5	4	4	5	4	26
47	5	4	4	4	4	4	25
48	4	4	4	2	3	4	21
49	5	4	5	4	3	3	24
50	4	4	4	2	3	4	21

No.Res	Sosial (X ²)						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	3	3	3	21
2	4	4	4	4	5	3	24
3	5	4	3	5	5	4	26
4	5	5	4	4	4	4	26
5	3	3	4	4	3	2	19
6	4	4	3	5	5	5	26
7	4	4	5	4	4	5	26
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	4	4	3	5	4	25
10	4	4	5	4	4	4	25
11	5	4	3	4	4	4	24
12	4	3	3	3	4	4	21
13	4	4	3	3	4	5	23
14	4	4	5	4	3	3	23
15	4	3	3	4	4	3	21
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	4	4	4	4	26
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	4	4	28
20	5	5	5	4	4	4	27
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	4	4	5	5	4	27
23	5	5	4	4	5	5	28
24	4	5	4	4	5	5	27
25	4	5	4	5	5	4	27
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	5	25
29	4	4	4	5	4	5	26
30	4	4	5	4	4	5	26
31	5	4	4	5	4	4	26

32	4	4	4	4	5	4	25
33	4	4	4	5	4	4	25
34	4	4	4	4	4	5	25
35	4	5	4	5	4	4	26
36	4	4	5	4	4	4	25
37	4	4	4	4	4	5	25
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	5	5	26
40	5	5	4	4	4	4	26
41	4	4	4	4	4	5	25
42	4	4	4	4	5	5	26
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	5	25
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	5	4	4	4	5	26
47	4	4	4	5	4	4	25
48	3	3	2	2	4	4	18
49	3	3	3	3	4	3	19
50	3	3	2	2	4	4	18

No.Res	Pribadi (X ³)						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	3	3	5	4	23
2	3	4	5	4	3	3	22
3	4	4	3	4	4	5	24
4	4	4	4	4	4	5	25
5	2	3	4	4	5	5	23
6	5	4	4	4	4	4	25
7	4	4	4	4	5	5	26
8	5	4	4	4	4	4	25
9	4	4	4	5	4	4	25
10	4	4	4	4	5	5	26
11	4	4	4	4	5	4	25
12	5	4	4	4	4	4	25
13	5	4	3	4	5	4	25
14	4	3	3	4	4	4	22
15	4	4	3	3	4	3	21
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	5	5	5	3	5	26
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	4	4	4	5	27
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	4	4	28
22	5	5	4	4	5	5	28
23	5	5	4	4	5	5	28
24	5	5	5	4	5	4	28
25	4	5	4	4	4	4	25
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	4	4	4	4	4	25
28	4	5	4	4	4	4	25
29	4	4	5	4	4	5	26
30	4	4	4	4	5	4	25
31	4	4	5	4	4	4	25

32	4	4	5	4	4	5	26
33	4	4	4	4	5	4	25
34	4	5	4	4	4	4	25
35	4	4	4	4	5	4	25
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	5	4	4	5	26
38	5	5	4	5	5	4	28
39	4	5	5	5	5	5	29
40	4	4	4	4	4	5	25
41	5	4	4	4	4	5	26
42	5	5	4	4	4	5	27
43	5	5	5	5	5	4	29
44	4	4	4	4	4	5	25
45	5	5	4	4	4	4	26
46	4	4	4	4	5	5	26
47	4	4	4	4	4	4	24
48	3	4	4	5	4	4	24
49	3	5	5	4	3	4	24
50	3	4	4	5	4	4	24

No. Res	Psikologi (X ⁴)					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	3	1	16
2	4	3	3	3	4	17
3	5	4	4	4	4	21
4	5	4	4	4	4	21
5	4	4	3	3	4	18
6	4	5	4	4	3	20
7	4	5	4	4	4	21
8	4	4	5	4	4	21
9	4	4	4	4	5	21
10	5	5	4	4	4	22
11	4	4	4	4	5	21
12	3	3	4	4	4	18
13	4	4	5	4	3	20
14	4	4	3	3	3	17
15	4	3	4	4	4	19
16	3	5	5	3	5	21
17	3	5	5	3	5	21
18	3	3	3	3	4	16
19	2	2	3	4	4	15
20	5	5	5	5	4	24
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	4	5	5	4	5	23
24	5	5	5	4	5	24
25	4	4	4	5	4	21
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	5	4	5	22
30	5	4	4	4	5	22
31	4	4	4	5	4	21

32	4	5	4	4	5	22
33	4	4	5	4	5	22
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	5	4	21
37	4	4	5	4	5	22
38	5	4	4	4	5	22
39	4	5	5	4	4	22
40	4	4	4	5	5	22
41	4	5	4	5	4	22
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4		4	16
44	4	4	5	5	5	23
45	4	4	4	4	5	21
46	4	4	4	4	5	21
47	5	4	4	4	4	21
48	4	4	4	4	3	19
49	4	4	4	4	3	19
50	4	4	4	4	3	19

No.Res	Keputusan Nasabah (Y)										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35
2	4	3	3	3	4	5	5	5	4	5	41
3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
5	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	39
6	3	3	2	5	5	4	4	4	3	3	36
7	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
8	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	40
9	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	37
10	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
11	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	40
12	4	4	4	4	5	3	2	1	3	3	33
13	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	38
14	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	37
15	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	40
16	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	42
17	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	44
18	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
19	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
22	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
23	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
24	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
25	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
26	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
30	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
31	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	44
32	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
33	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43

34	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
35	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
36	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
37	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
38	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	43
39	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
40	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
41	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
42	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45
43	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
44	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
45	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
46	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
47	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
48	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
49	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	35
50	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BUDAYA	50	19	30	25,24	2,568
SOSIAL	50	18	30	24,84	2,691
PRIBADI	50	21	30	25,60	2,020
PSIKOLOGI	50	15	25	20,54	2,224
KEPUTUSAN	50	33	50	41,50	3,400
Valid N (listwise)	50				

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	total
item1	Pearson Correlation	1	,272	,415**	,342*	-,018	,038	,461**
	Sig. (2-tailed)		,059	,003	,015	,903	,791	,001
	N	50	49	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	,272	1	,551**	,352*	,572**	,490**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,059		,000	,013	,000	,000	,000
	N	49	49	49	49	49	49	49
item3	Pearson Correlation	,415**	,551**	1	,361**	,327*	,370**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,010	,020	,008	,000
	N	50	49	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	,342*	,352*	,361**	1	,511**	,322*	,711**
	Sig. (2-tailed)	,015	,013	,010		,000	,023	,000
	N	50	49	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	-,018	,572**	,327*	,511**	1	,538**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,903	,000	,020	,000		,000	,000
	N	50	49	50	50	50	50	50
item6	Pearson Correlation	,038	,490**	,370**	,322*	,538**	1	,668**
	Sig. (2-tailed)	,791	,000	,008	,023	,000		,000
	N	50	49	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	,461**	,771**	,693**	,711**	,718**	,668**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	49	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	total
item1	Pearson Correlation	1	,683**	,410**	,503**	,380**	,242	,751**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000	,007	,090	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	,683**	1	,572**	,532**	,337*	,402**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,017	,004	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item3	Pearson Correlation	,410**	,572**	1	,516**	,012	,170	,668**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000	,937	,237	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	,503**	,532**	,516**	1	,316*	,204	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,025	,156	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	,380**	,337*	,012	,316*	1	,453**	,567**
	Sig. (2-tailed)	,007	,017	,937	,025		,001	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item6	Pearson Correlation	,242	,402**	,170	,204	,453**	1	,597**
	Sig. (2-tailed)	,090	,004	,237	,156	,001		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	,751**	,840**	,668**	,751**	,567**	,597**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	total
item1	Pearson Correlation	1	,443**	,001	,061	,318*	,092	,605**
	Sig. (2-tailed)		,001	,995	,674	,024	,523	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	,443**	1	,443**	,393**	,056	,125	,704**
	Sig. (2-tailed)	,001		,001	,005	,702	,386	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item3	Pearson Correlation	,001	,443**	1	,525**	-,110	,216	,570**
	Sig. (2-tailed)	,995	,001		,000	,448	,132	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	,061	,393**	,525**	1	,081	,193	,599**
	Sig. (2-tailed)	,674	,005	,000		,577	,180	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	,318*	,056	-,110	,081	1	,240	,472**
	Sig. (2-tailed)	,024	,702	,448	,577		,093	,001
	N	50	50	50	50	50	50	50
item6	Pearson Correlation	,092	,125	,216	,193	,240	1	,527**
	Sig. (2-tailed)	,523	,386	,132	,180	,093		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	,605**	,704**	,570**	,599**	,472**	,527**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	total
item1	Pearson Correlation	1	,449**	,244	,348*	,097	,593**
	Sig. (2-tailed)		,001	,087	,014	,504	,000
	N	50	50	50	49	50	50
item2	Pearson Correlation	,449**	1	,576**	,208	,189	,692**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,151	,188	,000
	N	50	50	50	49	50	50
item3	Pearson Correlation	,244	,576**	1	,339*	,359*	,726**
	Sig. (2-tailed)	,087	,000		,017	,010	,000
	N	50	50	50	49	50	50
item4	Pearson Correlation	,348*	,208	,339*	1	,252	,619**
	Sig. (2-tailed)	,014	,151	,017		,080	,000
	N	49	49	49	49	49	49
item5	Pearson Correlation	,097	,189	,359*	,252	1	,609**
	Sig. (2-tailed)	,504	,188	,010	,080		,000
	N	50	50	50	49	50	50
total	Pearson Correlation	,593**	,692**	,726**	,619**	,609**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	49	50	50

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

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

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	total
item1	Pearson Correlation	1	,441**	,380**	,176	,025	-,152	-,125	-,008	,235	,211	,377**
	Sig. (2-tailed)		,001	,007	,221	,863	,291	,386	,954	,100	,142	,007
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	,441**	1	,494**	,142	-,043	-,081	,054	-,053	,347*	,279*	,469**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,326	,767	,576	,711	,717	,014	,049	,001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item3	Pearson Correlation	,380**	,494**	1	,227	-,008	,055	,042	-,008	,456**	,459**	,593**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000		,114	,954	,705	,773	,958	,001	,001	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	,176	,142	,227	1	,486**	,128	,052	-,050	-,012	,013	,398**
	Sig. (2-tailed)	,221	,326	,114		,000	,377	,722	,731	,932	,929	,004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	,025	-,043	-,008	,486**	1	,216	,250	,158	-,190	-,010	,357*
	Sig. (2-tailed)	,863	,767	,954	,000		,133	,080	,274	,187	,943	,011
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item6	Pearson Correlation	-,152	-,081	,055	,128	,216	1	,686**	,445**	,106	,221	,520**
	Sig. (2-tailed)	,291	,576	,705	,377	,133		,000	,001	,465	,124	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item7	Pearson Correlation	-,125	,054	,042	,052	,250	,686**	1	,748**	,250	,415**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,386	,711	,773	,722	,080	,000		,000	,081	,003	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item8	Pearson Correlation	-,008	-,053	-,008	-,050	,158	,445**	,748**	1	,237	,292*	,558**
	Sig. (2-tailed)	,954	,717	,958	,731	,274	,001	,000		,097	,039	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item9	Pearson Correlation	,235	,347*	,456**	-,012	-,190	,106	,250	,237	1	,721**	,600**
	Sig. (2-tailed)	,100	,014	,001	,932	,187	,465	,081	,097		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
item10	Pearson Correlation	,211	,279*	,459**	,013	-,010	,221	,415**	,292*	,721**	1	,687**
	Sig. (2-tailed)	,142	,049	,001	,929	,943	,124	,003	,039	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	,377**	,469**	,593**	,398**	,357*	,520**	,667**	,558**	,600**	,687**	1
	Sig. (2-tailed)	,007	,001	,000	,004	,011	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,595	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,672	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	10

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,28474705
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,055
	Negative	-,099
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN * BUDAYA	Between Groups	(Combined) Linearity Deviation from Linearity	205,085 158,071 47,014	11 1 10	18,644 158,071 4,701	1,960 16,620 ,494	,062 ,000 ,883
	Within Groups		361,415	38	9,511		
	Total		566,500	49			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN * SOSIAL	Between Groups	(Combined) Linearity Deviation from Linearity	316,721 235,456 81,264	9 1 8	35,191 235,456 10,158	5,636 37,706 1,627	,000 ,000 ,148
	Within Groups		249,779	40	6,244		
	Total		566,500	49			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN * PRIBADI	Between Groups	(Combined)	270,086	9	30,010	4,050	,001
		Linearity	233,280	1	233,280	31,480	,000
		Deviation from Linearity	36,806	8	4,601	,621	,755
	Within Groups		296,414	40	7,410		
	Total		566,500	49			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN * PSIKOLOGI	Between Groups	(Combined)	273,708	10	27,371	3,646	,002
		Linearity	115,734	1	115,734	15,416	,000
		Deviation from Linearity	157,974	9	17,553	2,338	,032
	Within Groups		292,792	39	7,507		
	Total		566,500	49			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,691	4,892		1,572	,123		
	BUDAYA	,223	,174	,168	1,282	,206	,582	1,718
	SOSIAL	,307	,194	,243	1,585	,120	,426	2,347
	PRIBADI	,546	,228	,324	2,392	,021	,546	1,832
	PSIKOLOGI	,320	,169	,209	1,890	,065	,817	1,224

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,548	2,791		,913	,366
	BUDAYA	-,045	,099	-,083	-,455	,651
	SOSIAL	,104	,111	,202	,941	,351
	PRIBADI	,093	,130	,136	,718	,476
	PSIKOLOGI	-,224	,097	-,358	-2,313	,025

a. Dependent Variable: Abs_RES

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,741 ^a	,548	,508	2,384	2,486

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

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,691	4,892		1,572	,123
	BUDAYA	,223	,174	,168	1,282	,206
	SOSIAL	,307	,194	,243	1,585	,120
	PRIBADI	,546	,228	,324	2,392	,021
	PSIKOLOGI	,320	,169	,209	1,890	,065

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,741 ^a	,548	,508	2,384

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

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,691	4,892		1,572	,123
	BUDAYA	,223	,174	,168	1,282	,206
	SOSIAL	,307	,194	,243	1,585	,120
	PRIBADI	,546	,228	,324	2,392	,021
	PSIKOLOGI	,320	,169	,209	1,890	,065

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310,717	4	77,679	13,666	,000 ^b
	Residual	255,783	45	5,684		
	Total	566,500	49			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

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

DOKUMENTASI







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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

Nomor
lampiran
Hal

: 945 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2021

16 April 2021

: Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu:

1. Kamaluddin
2. Sry Lestari

: Pembimbing I

: Pembimbing II

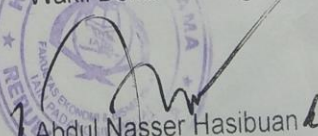
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Depita Nasution
NIM : 1740100030
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Budaya Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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

Nomor
Hal

: 1462 /In. 14/G. 1/G. 4c/TL.00/06/2021
: Mohon Izin Riset

24 Juni 2021

Yth. Dekan FEBI IAIN Padangsidempuan

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

Nama	: Depita Nasution
NIM	: 1740100030
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

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



a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1671 b /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/07/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama Nama : Abdul Nasser Hasibuan
NIP : 19790525 200604 1 004
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Memberikan izin kepada;

Nama : Depita Nasution
NIM : 1740100030
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk melaksanakan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan dalam rangka penulisan skripsi yang bersangkutan dengan judul **"Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah"**.

Demikian surat izin penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 15 Juli 2021
an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2350 /ln.14/G.1/G.4c/PP.00.9/10/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Abdul Nasser Hasibuan
NIP : 19790525 200604 1 004
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa;

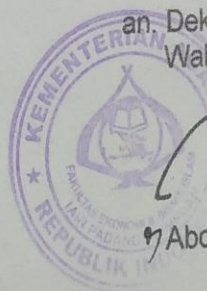
Nama : Depita Nasution
NIM : 1740100030
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan pada tanggal 22 Juli 2021 s.d 20 Agustus 2021 dengan judul **"Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah"**.

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidimpuan, 11 Oktober 2021

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.