



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR
BINANGA MENGGUNAKAN JASA KOPERASI**

SKRIPSI

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

Oleh:

**CITRA HASIBUAN
NIM. 16 401 00173**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2022



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR
BINANGA MENGGUNAKAN JASA KOPERASI**

SKRIPSI

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

Oleh:

**CITRA HASIBUAN
NIM. 16 401 00173**

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

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

**Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP. 19930227 201903 1 008**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2022



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **CITRA HASIBUAN**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 03 Juni 2022
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. **CITRA HASIBUAN** yang berjudul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan Jasa Koperasi**", 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 munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP. 19930227 201903 1 008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : CITRA HASIBUAN
NIM : 16 401 00173
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan Jasa Koperasi

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 pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidempuan, 3 Juni 2022
Saya yang Menyatakan,



Citra Hasibuan
CITRA HASIBUAN
NIM. 16 401 00173

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

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : CITRA HASIBUAN
NIM : 16 401 00173
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 Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan Jasa Koperasi.”**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal : 3 Juni 2022
Yang menyatakan,



CITRA HASIBUAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**

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 : Citra Hasibuan
NIM : 16 401 00173
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan Jasa Koperasi

Ketua,

**Nopinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003**

Sekretaris,

**Hamni Fadilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001**

Anggota

**Nopinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003**

**Hamni Fadilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001**

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

**Arti Damisa, S.I.I., M.Si.
NIDN. 2020128902**

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa, 07 Juni 2022
Pukul : 09.00 WIB s/d 11.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 71,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,71
Predikat : Pujian



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

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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR
BINANGA MENGGUNAKAN JASA KOPERASI**

NAMA : CITRA HASIBUAN

NIM : 16 401 00173

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



Padangsidempuan, 7 Juni 2022

Dekan,

Dr. Dawud Harahap, S.HI., M. Si.

NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : CITRA HASIBUAN

Nim : 16 401 00173

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan Jasa Koperasi

Penelitian ini bermula dari fenomena di lapangan dan berdasarkan hasil observasi/ pengamatan bahwa peneliti melihat masih banyak pedagang di pasar Binanga mengajukan pinjaman pada jasa koperasi. Hal ini dikarenakan meminjam di koperasi proses pinjaman mudah diproses dan untuk pencairan tidak memakan waktu yang lama. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan jasa koperasi dan pengambilan keputusan. Dimana pengambilan keputusan untuk mengetahui faktor apa saja penentu terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/ angket, observasi, dan dokumentasi dengan jumlah sampel 62 responden dan menggunakan sampel jenuh. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis dan uji regresi linier berganda.

Hasil dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan religiusitas tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi, sedangkan variabel pribadi dan pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi. Secara simultan variabel pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi.

Kata Kunci : Keputusan, Pelayanan, Pengetahuan, Religiusitas

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Proposal ini berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan Jasa Koperasi”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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 segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, MA., selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan

Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E, M.Si., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan, M. Ag selaku Wakil Dekan bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita., M.Si selaku Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah, M.Pd selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S. HI., M. Si., selaku Pembimbing I dan Bapak Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M. Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

7. Teristimewa kepada Ayahanda Alm. Hakim Safaruddin Hsb dan Ibunda tercinta Maryam Rambe beserta saudara-saudari peneliti yaitu Sutan Halomoan Hsb, Ongku Putra Hsb, Anggur Hsb, Amd. Keb dan Ranting Malina Hsb yang selalu memberikan motivasi dan memanjatkan doa- doa mulia yang tiada henti-hentinya kepada peneliti. Serta telah menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat sekolah dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidimpuan.
8. Kepada sahabat dan teman-teman yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yaitu Safrida Hannum, Khairunnisa, Dewi Sartika Lubis, Adanan Saputra, Samrina Pohan, Nurida Harahap, Derlina Hasibuan, Mitaro Siregar, Wilda Yanti Siregar dan Irna Yusnita.
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Perbankan Syariah-5 angkatan 2016 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Amin.
10. 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.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini

masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Juni 2022
Peneliti

CITRA HASIBUAN
NIM. 16 401 00173

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	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
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	‘	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

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

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

c. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ.....	<i>fathahdanalifatauya</i>	ā	a dan garis atas
اِ.....	<i>Kasrahjanya</i>	ī	i dan garis di bawah
اُ.....	<i>ḍommahdanwau</i>	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

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

b. *Ta marbutah* mati

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).

4. *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.

5. Kata Sandang

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

ﺀ . 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*

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*

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

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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

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

9. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Definisi Operasional Variabel	10
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	12
G. Manfaat Penelitian	12
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	15
1. Keputusan.....	15
2. Pedagang	20

3. Koperasi	21
4. Pengetahuan	27
5. Religiusitas	29
6. Pribadi	33
7. Pelayanan	35
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Pikir	42
D. Hipotesis	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian	46
B. Jenis dan Metode Penelitian	46
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	46
D. Sumber Data	47
E. Instrumen Pengumpulan Data	47
F. Teknik Analisis Data	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas	51
3. Uji Normalitas	51
4. Uji Linieritas	51
5. Uji Asumsi Klasik	52
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
7. Uji Hipotesis	54
8. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Binanga	57
1. Sejarah Singkat Desa Binanga	57
B. Hasil Analisis Data Penelitian	58
1. Hasil Uji Validitas	58
2. Hasil Uji Reliabilitas	61

3. Hasil Uji Normalitas	62
4. Hasil Uji Linieritas.	63
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	66
6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
7. Hasil Uji Hipotesis	70
8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian	75
D. Keterbatasan Hasil Penelitian	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Pedagang Desa Pasar Binanga Pengguna Bank Syariah dan Koperasi	6
Tabel I.2 Daftar Operasional Variabel	10
Tabel II.1 Perbedaan Koperasi Syariah dan Koperasi Konvensional	27
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel III.1 Skor Penilaian Kuesioner (Angket)	49
Tabel III.2 Kisi-Kisi Kuesioner (Angket)	49
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan	59
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas.....	60
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Pribadi	60
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	61
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Koperasi.....	62
Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel IV.8 Hasil Uji Linieritas Variabel Pengetahuan	65
Tabel IV.9 Hasil Uji Linieritas Variabel Religiusitas	65
Tabel IV.10 Hasil Uji Linieritas Variabel Pribadi	66
Tabel IV.11 Hasil Uji Linieritas Variabel Pelayanan	67
Tabel IV.12 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel IV.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel IV.14 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel IV.16 Hasil Uji Parsial (t)	71
Tabel IV.17 Hasil Uji Simultan (F).....	73
Tabel IV.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kerangka Pikir	44
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Surat Validator

LAMPIRAN 2 : Lembaran Kuesioner

LAMPIRAN 3 : Daftar Skor Jawaban Kuisisioner (Angket)

LAMPIRAN 4 : Hasil Output SPSS 23

LAMPIRAN 5 : Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah (r tabel)

LAMPIRAN 6 : Titik Persentase Distribusi t (df 1-40)

LAMPIRAN 7 : Titik Persentase Distribusi F Probabilitas = 0,05

LAMPIRAN 8 : Dokumentasi Penyebaran Kuesioner (Angket)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama *Rahmatan lil alamin* (menjadi rahmat bagi alam semesta). Setiap aspek dalam kehidupan Islam secara global telah mendapatkan pengaturan dari Allah SWT. sebagaimana yang tertuang dalam Al-Quran. Namun perkembangan manusia sangat cepat, salah satu perkembangan yang besar yaitu dalam bidang lembaga keuangan.

Lembaga keuangan merupakan suatu badan usaha yang berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan produktif yaitu modal usaha maupun pembiayaan konsumtif. Lembaga keuangan sangat dibutuhkan dalam mendukung permodalan dalam sektor riil, hal ini sudah dirasakan fungsinya sejak beberapa puluh tahun yang lalu di Indonesia dengan konsep perbankan, baik yang berbentuk konvensional maupun berprinsip syariah. Menurut surat keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 729 Tahun 1990 tentang “Lembaga Keuangan”, lembaga keuangan diberi batasan semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama pembiayaan investasi perusahaan.¹

Pada umumnya di Indonesia lembaga keuangan yang dikenal adalah lembaga keuangan bank dan bukan bank. Kedua lembaga tersebut tentunya merupakan lembaga keuangan formal yang memiliki kekuatan hukum yang

¹Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 2

jelas. Sistem finansial di Indonesia sudah diatur dan diawasi oleh departemen keuangan namun ada juga pelaku-pelaku pasar finansial lain yang tidak berada dalam sistem finansial (tidak dibawah pengaturan departemen keuangan).

Pelaku-pelaku tersebut ada yang berupa perorangan ada juga yang berbentuk lembaga. Walaupun lembaga ini beroperasi secara kecil-kecilan (mikro), namun lembaga ini berperan bagi pengusaha kecil di pedesaan dan pedagang kaki lima yang tidak terjangkau oleh lembaga keuangan modern.² Hadirnya lembaga keuangan mikro sangat diharapkan oleh masyarakat untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada dalam masyarakat, contohnya dalam hal permodalan untuk mikro tidak tersentuh oleh lembaga keuangan bank, baik dari pedagang kaki lima sampai pedagang-pedagang yang berada di pasar tradisional yang biasanya disebut ekonomi rakyat kecil.

Hal ini disebabkan keterbatasan jenis usaha dan aset yang dimiliki oleh usaha kelompok tersebut. Padahal jika diperhatikan secara seksama justru persentase UMK jauh lebih besar dari usaha-usaha menengah dan besar di pasar Indonesia. Bahkan kegiatan perdagangan masyarakat Indonesia pada umumnya terjadi di pasar tradisional. Pasar tradisional mampu menjadi penggerak roda perekonomian dari sektor perdagangan.³ Keberadaan

²Ibid., Irham Fahmi., hlm. 30

³Iga Zahrotul Mufarridah, Faktor-Faktor Pedagang Muslim Memilih Pinjaman Ke Lembaga Formal Dan Informal studi kasus di Pasar Pekalongan Lampung Timur (Lampung, Institut Agama Islam negeri (IAIN) Metro, 2019)

pedagang tidak dapat dipandang sebelah mata, karena pedagang mampu memberikan manfaat yang besar baik bagi masyarakat serta bagi pemerintah.

Secara harfiah koperasi berasal dari *Cooperation* (latin), atau *Cooperasation* (Inggris), atau *Co-operative* (Belanda), dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai kerja sama. Koperasi yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah koperasi pasar, yang mana koperasi pasar adalah koperasi yang beranggotakan para pedagang pasar yang berkepentingan memberikan penyuluhan, bimbingan, serta bantuan kepada anggotanya.⁴

Koperasi syariah atau biasa disebut koperasi jasa keuangan syariah (KJKS) adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.⁵ Namun, walaupun sistem operasional usahanya berdasarkan prinsip syariah, belum menjamin pedagang untuk menggunakan koperasi syariah.

Hal ini seperti yang terlihat dari pedagang kaki lima di pasar Binanga yang memilih menggunakan koperasi konvensional. Koperasi syariah memiliki produk pembiayaan dengan sistem bagi hasil, namun pedagang desa Binanga lebih memilih pinjaman pada jasa koperasi konvensional, dikarenakan koperasi konvensional lebih cepat dalam proses pencairan pinjamannya. Banyak faktor yang tentunya mempengaruhi para pedagang

⁴Sudarsono dan Edilius, *Koperasi Dalam Teori dan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm. 1

⁵Dewi Agustiya Ningsih dan Ani Hayatul Masruroh, "Analisis Perbandingan Sistem Pemberian Kredit pada Koperasi Syariah dan Koperasi konvensional" Vol. 3 No. 1, (Januari 2018), Jurnal PETA

untuk memilih lembaga koperasi konvensional sebagai tempat meminjam uang. Faktor-faktor tersebut tentu mempengaruhi perilaku pedagang sebagai konsumen/anggota di lembaga keuangan tempat mereka meminjam uang. Perilaku konsumen dipengaruhi latar belakang yang sangat kompleks, antara lain adalah tingkat pengetahuan, wawasan, lingkungan, dan sosial budaya.⁶ Dari faktor-faktor tersebut akan terbentuk keputusan konsumen yang menentukan pemilihan lembaga keuangan mana sebagai tempat untuk mengajukan pembiayaan.

Penelitian ini akan difokuskan kepada pedagang kaki lima desa Binanga yang membutuhkan tambahan modal yang tentunya akan mengajukan pinjaman sebagai tambahan modal usaha mereka. Pedagang di pasar Binanga ini tidak hanya mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan bank syariah namun juga ke lembaga keuangan koperasi yang justru menjadi primadona sebagai pinjaman untuk menambah modal dalam skala kecil. Menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti, para pedagang menganggap koperasi lebih mudah dan fleksibel dalam proses pengajuan pinjaman serta persyaratan pengajuan pembiayaan yang mudah membuat para pedagang lebih berinisiatif untuk melakukan pinjaman ke lembaga koperasi. Salah seorang pedagang mengatakan uang hasil penjualan dagangannya hanya cukup untuk membiayai kebutuhan sehari-hari sehingga untuk modal ia cenderung mengandalkan pinjaman ke koperasi. Ia melakukan pinjaman ke lembaga koperasi untuk menutupi kebutuhan sehari-hari yang begitu besar.

⁶Ilah Padilah, Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Memilih Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan Studi Kasus Pedagang Pasar Kampung Melayu, (Jakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, 2014), Repository.uinjkt.ac.id

Bahkan kebanyakan pedagang di desa Binanga ini sudah sangat tergantung kepada pinjaman ke lembaga koperasi, besarnya biaya hidup ditambah lagi biaya pendidikan anak mereka menyebabkan hasil penjualan tidak mencukupi untuk dijadikan modal kembali sehingga menyebabkan mereka mengajukan pinjaman ke lembaga koperasi.⁷

Seorang pedagang beras di pasar Binanga melakukan pinjaman ke lembaga koperasi untuk tambahan modal. Ia juga mengatakan hal yang sama dengan pedagang sebelumnya bahwa hasil penjualannya hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarganya sehingga untuk tambahan modal ia mengandalkan pinjaman ke koperasi karena tidak perlu menggunakan jaminan. Proses pinjaman juga tidak rumit meskipun ia mengaku bunga yang ditawarkan lebih besar jika dibandingkan dengan lembaga koperasi syariah.⁸ Sedangkan Pedagang buah mengatakan bahwa untuk melakukan pembiayaan yang tergolong sedikit hanya akan memberatkan para pedagang jika harus melakukan pembiayaan ke bank syariah.⁹ Selain itu juga, lokasi Bank Syariah yang terletak cukup jauh dari desa Binanga sehingga tidak memungkinkan bagi para pedagang untuk mengajukan pembiayaan ke koperasi syariah dan lebih memilih mengajukan pinjaman ke lembaga koperasi yang lebih dekat dengan lokasi para pedagang kaki lima desa Binanga.

⁷Wawancara Dengan Ibu Halimah Siregar Pedagang Kue di Pasar Binanga Pada Tanggal 8 April 2021 Pukul 10. 15 WIB

⁸Wawancara Dengan Ibu Masda Hasibuan Pedagang Beras di Pasar Binanga Pada Tanggal 8 April 2021 Pukul 10. 30 WIB

⁹Wawancara Dengan Ibu Tika Hasibuan Pedagang Buah di Pasar Binanga Pada Tanggal 10 Februari 2022 Pukul 14.25 WIB

Para pedagang tidak mengedepankan tentang larangan riba dalam Islam, mereka hanya memikirkan bagaimana mendapatkan tambahan modal dengan akses mudah dan cepat. Karena proses pengajuan pinjaman pada jasa koperasi sangat mudah dan tidak memerlukan jaminan seperti pada jasa koperasi syariah yang memerlukan jaminan yang layak guna untuk melancarkan proses pembiayaan yang diajukan para nasabahnya. Dilihat dari latar belakang beberapa para pedagang di pasar Binanga banyak yang bukan dari lulusan pendidikan berbasis agama Islam yang tentunya sangat minim pengetahuan tentang larangan riba dalam Islam. Sehingga tidak memperdulikan apa itu halal haram dalam proses transaksi dalam Islam. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aliman Syahuri Zein yang menyatakan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah di kabupaten Mandailing Natal.¹⁰

Hasil dari penelitian awal yang dilakukan peneliti ke pedagang pasar Binanga terdapat sebanyak 216 pedagang kaki lima sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel. I.1
Data Pedagang Desa Pasar Binanga
Pengguna Bank Syariah dan Koperasi

No	Keterangan	Jumlah Pedagang
1	Bank Syariah	13 Pedagang
2	Bank Konvensional	57 Pedagang

¹⁰Aliman Syahuri Zein, "Analisis Perilaku Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kabupaten Mandailing Natal" Jurnal At-tijarah (Juli 2018), jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id.

3	Koperasi	62 Pedagang
4	Tidak menggunakan lembaga keuangan	84 Pedagang

Sumber: Wawancara dengan pedagang kaki lima desa Binanga

Berdasarkan data observasi awal di atas, peneliti menyimpulkan ada 23 pedagang yang menggunakan bank syariah, 67 pedagang yang menggunakan bank konvensional, 62 pedagang yang menggunakan jasa koperasi dan 54 pedagang yang tidak menggunakan lembaga keuangan. Itu artinya sebagian pedagang sudah mengenal apa itu bank syariah tetapi masih lebih banyak pedagang yang memilih melakukan pinjaman di lembaga koperasi.

Kurangnya pemahaman para pedagang mengenai koperasi syariah disebabkan kurangnya promosi ataupun sosialisasi yang dilakukan pihak koperasi syariah. Koperasi syariah memang memiliki produk pembiayaan yang bersifat syariah, namun para pedagang desa Binanga lebih memilih melakukan pinjaman pada jasa koperasi, dikarenakan jasa koperasi lebih cepat tidak memakan waktu dan biaya yang lama dan juga tidak memerlukan agunan seperti yang terjadi di koperasi syariah agar kebutuhan para pedagang bisa segera terpenuhi. Kebutuhan merupakan dorongan yang paling kuat dalam mengarahkan seseorang untuk melakukan tindakan kearah tercapainya suatu tujuan.¹¹

Pengetahuan merupakan hasil dari proses pencarian manusia dari yang tidak tahu menjadi tahu akan sesuatu hal. Semakin tinggi tingkat pengetahuan

¹¹Desi Dwi Sulasriya Ningsih dan M. Ruslianor Maika, "Strategi Bauran Pemasaran dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo" Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (2020) <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

yang dimiliki seseorang maka akan semakin mantap serta berhati-hati dalam menentukan keputusan.¹² Pedagang muslim sebenarnya mengetahui bahwa meminjam koperasi itu dilarang karena menggunakan konsep bunga yang sama dengan riba yang diharamkan dalam Islam.¹³ Selain itu sistem pelayanan juga mendorong untuk melakukan proses peminjaman. Seperti yang dikatakan dalam buku Kasmir bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin banyak pula masyarakat atau pedagang yang memilih melakukan transaksi.

Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Inayah dan Sri Sudarti yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di PT. BPRS Puaduarto Insani.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Rizki Subandrio mengatakan bahwa pelayanan secara parsial tidak mempunyai pengaruh dosen IAIN Padangsidimpuan menabung di bank syariah.¹⁵

Kotler juga mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan adalah pelayanan atau *service* yang ditawarkan oleh lembaga keuangan yang bersangkutan.

¹²Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 63

¹³Iga Zahrotul Mufarridah, Hermanita dan Selvia Nuriasari, "Faktor-Faktor Pemilihan Pinjaman ke Lembaga Keuangan dan Rentenir oleh Pedagang Muslim" *Sigma-Mu* Vol.12 (September 2020),

¹⁴Nurul Inayah dan Sri Sudarti, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (studi kasus di PT. BPRS Puduarta Insani)" 2 Nomor 1 (2017), <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawasuth/article/view/708>.

¹⁵Aulia Rizki Subandrio, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dosen Institut Agama Islam Negeri Menabung Di Bank Syariah" Skripsi IAIN Padangsidimpuan (2016), <https://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id.uinsu.ac.id/68/>.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat topik tersebut untuk dijadikan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan Jasa Koperasi**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Ketertarikan pedagang menggunakan koperasi karena proses pembiayaan pada Koperasi lebih cepat dibandingkan Bank Syariah
2. Pengetahuan pedagang desa Binanga Kecamatan Barumun Tengah tentang Bank Syariah masih minim
3. Pedagang desa Binanga tertarik menggunakan koperasi dikarenakan tuntutan pekerjaan
4. Beberapa pedagang desa Binanga Kecamatan Barumun Tengah belum sepenuhnya menerapkan religiusitas dalam menentukan keputusan menggunakan bank syariah
5. Pelayanan bank syariah yang kurang memuaskan bagi nasabah
6. Lokasi bank syariah yang jauh dari desa Binanga
7. Persyaratan pada lembaga koperasi lebih mudah dibandingkan pada lembaga bank syariah

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi penelitian ini agar lebih fokus hanya pada faktor pengetahuan, faktor religiusitas, faktor

pelayanan dan faktor pribadi terhadap keputusan menggunakan bank syariah desa Binanga Kecamatan Barumun Tengah.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dengan penelitian. Selain itu proses ini juga dimaksudkan untuk skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan dengan benar.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Faktor Pengetahuan (X1)	Informasi yang diperoleh pedagang tentang koperasi dan bank syariah ¹⁶	1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan pemakaian	Ordinal
2	Faktor Religiusitas (X2)	Menjalankan ajaran agama secara menyeluruh dilandasi dengan iman dan keikhlasan. Seberapa jauh keyakinan, pengetahuan pelaksanaan kaidah dan penghayatan terhadap agamanya. ¹⁷	1. Keyakinan 2. Praktisi agama 3. Pengalaman 4. Pengetahuan agama 5. Konsekuensi	Ordinal
3	Faktor Pribadi (X3)	Faktor internal dari pribadi seseorang yang mendorong	1. Pekerjaan 2. Umur 3. Keadaan ekonomi	Ordinal

¹⁶Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 134

¹⁷Fuad Ansori dan Rachmi Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam* (Yogyakarta: Menara Kudus, 2002), hlm. 70

		untuk melakukan pembelian ¹⁸	4. Kepribadian 5. Gaya hidup	
4	Faktor Pelayanan (X4)	Faktor internal dari pribadi seseorang yang mendorong untuk melakukan pembelian ¹⁹	1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Empathy</i> (empati) 3. <i>Realibility</i> (keandalan) 4. <i>Responsiveness</i> (tanggap)	Ordinal
5	Keputusan (Y)	Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua alternatif atau lebih ²⁰	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Dari rumusan masalah dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi ?
2. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi ?
3. Apakah terdapat pengaruh pribadi terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi ?
4. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi ?

¹⁸Yeyen Fitriyani, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ciputat" (Jakarta, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, 2016), Repository.uinjkt.ac.id

¹⁹Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 211

²⁰Sry Lestari, "Persepsi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Terhadap Produk-produk Olahan Salak (Studi Kasus UD. Salacca)" 4 Nomor 1 (June 2018)

5. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi
3. Untuk mengetahui pengaruh pribadi terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi
5. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Adapun manfaat akademis dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menambah dan memperkaya bahan kajian pustaka serta menambah pengetahuan tentang bagaimana analisis perbandingan pedagang memilih koperasi dibandingkan bank syariah
- b. Untuk menambah wawasan intelektualitas dibidang analisis perbandingan pedagang memilih koperasi dibandingkan bank syariah
- c. Menjadi sumber referensi dan sarana penelitian dikalangan akademis maupun praktisi dan masyarakat luas dalam hal penelitian selanjutnya yang akan bermanfaat serta menjadi bahan pembimbing bagi penelitian yang lain.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Peneliti

Menambah pemahaman mengenai faktor-faktor pengambilan keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan. Serta penelitian ini dibuat sebagai persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

b. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pengetahuan pedagang kaki lima menjadi perilaku pedagang muslim dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam memilih pinjaman ke lembaga koperasi untuk melakukan pinjaman.

c. Bagi lembaga koperasi dan bank syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik lembaga koperasi maupun bank syariah untuk memberikan referensi

dan informasi mengenai perilaku pedagang dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam memilih pinjaman ke lembaga koperasi.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman terhadap penelitian ini, maka peneliti mengaplikasikannya dengan bab yaitu:

Bab I Pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Bab ini terdiri dari kajian teori yang membahas tentang pengambilan keputusan, koperasi, faktor pengetahuan, faktor religiusitas, faktor pelayanan, faktor pribadi, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, sumber data, teknik pengumpulan data.

Bab IV Hasil Penelitian. Bab ini terdiri dari teknik analisis data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji otokorelasi, koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis yaitu uji parsial (uji t), uji determinasi (uji F), analisis regresi linier berganda pembahasan hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Bab V Penutup. Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran untuk diajukan kepada pihak-pihak yang terkait.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Kajian Teori

1. Keputusan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Scifmann dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternaif. Sedangkan Setiadi mengemukakan inti pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.²¹

Pengambilan keputusan nasabah menggunakan jasa koperasi dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Adapun landasan syariah tentang pengambilan keputusan terdapat dalam Q.S Al-Israa: 11

وَيَدْعُ الْإِنْسَانُ بِالشَّرِّ دُعَاءَهُ بِالْخَيْرِ وَكَانَ الْإِنْسَانُ عَجُولًا ﴿١١﴾

*Artinya: dan manusia mendoa untuk kejahatan sebagaimana ia mendoa untuk kebaikan dan adalah manusia bersifat tergesa-gesa.*²²

²¹Etta Mamang Sangajdidan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2003), hlm. 120-121

²²Abdullah Bin Muhammad Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1* (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'I, 2017), hlm. 278

Allah menceritakan tentang ketergesaan ummat manusia dan doanya yang buruk berupa kematian, kebinasaan, kehancuran, laknat dan lain sebagainya yang mereka panjatkan pada beberapa kesempatan terhadap diri mereka, anak, harta kekayaan mereka sendiri, karena jika seandainya Allah mengabulkan doanya niscaya mereka akan binasa.

Demikian juga yang ditafsirkan oleh Ibnu Abbas, Mujahid dan Qatadah bahwa yang membawa anak cucu Adam kepada yang demikian adalah kegoncangan dan ketergesaan. Oleh sebab itu hendaklah setiap manusia berhati-hati dalam mengambil keputusan dan mempertimbangkan berbagai hal sebelum menentukan keputusan maupun pilihan, karena apabila dalam mengambil keputusan tersebut tergesa-gesa maka hal buruk yang akan terjadi.

b. Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Nugroho J Setiadi keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya:

1) Mengenali permasalahan

Konsumen merasakan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen yang belum terpenuhi dan terpuaskan.

2) Mencari informasi

Konsumen mencari informasi yang disimpan didalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan kepuasan dari lingkungannya.

3) Evaluasi alternative

Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dengan menyempatkan pilihan alternatif yang dipilih.

4) Keputusan Membeli

Konsumen memilih alternatif yang dipilih dan memutuskan pembelian. Dalam hal ini yang dilihat adalah apa, dimana, kapan, berapa banyak suatu produk dibeli.²³

5) Perilaku Pasca Pembelian

Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih telah memenuhi kebutuhan dan harapan setelah digunakan. Perilaku pasca pembelian memiliki implikasi yang sangat luas baik bagi konsumen maupun produsen.²⁴

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen adalah sebagai berikut:

²³Ibid., Sry Lestari

²⁴Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta CV, 13AD), hlm. 216

1) Faktor Budaya

Dalam perspektif Islam, budaya adalah segala nilai pemikiran, serta simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan serta kebiasaan seseorang dan masyarakat.²⁵ Budaya akan memengaruhi bagaimana seseorang membeli dan menggunakan produk, serta kepuasan konsumen terhadap produk tersebut sebab budaya juga menentukan produk-produk yang dibeli dan digunakan.²⁶

2) Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup Undang-Undang/ peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial.

- a) Sebelum melakukan pembelian, seorang konsumen akan melihat apakah barang tersebut dapat diperbolehkan oleh undang-undang
- b) Keluarga terdiri dari ayah, ibu dan anak. Anak yang baik tentu akan melakukan pembelian apabila ayah dan ibu menyetujuinya
- c) Kelompok referensi contohnya seperti ibu-ibu pengajian, PPK dan arisan, NNB, *boyband*, *girlband*

²⁵Ida Nurlaeli, "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Banyumas" https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+faktor+budaya+psikologi+pelayanan+promosi+dan+pengetahuan+tentang+produk+terhadap+keputusan+nasabah+memilih+bprs+banyumas+XVIII, Nomor 2 (Juni 2017)

²⁶Etta Mamang Sangadjudan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Jurnal Penelitian*, hlm. 337

d) Untuk kelas sosial contohnya seperti kelas atas, menengah dan bawah.²⁷

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi mencakup seperti umur, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, tahapan daur hidup dan kepribadian. Model proses pengaruh pribadi merupakan cara seseorang (pribadi) memengaruhi orang lain dalam berperilaku. Para pemasar akan mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk/jasa. Situasi ekonomi seseorang pasti mempengaruhi pemilihan produk. Seperti biasanya pendapatan seseorang. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.²⁸

4) Faktor Gaya Hidup

Gaya hidup adalah cara hidup yang diidentifikasi bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, apa yang dianggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya. Henry Assael dalam bukunya *Consumer Behavior and Marketing Action* dikutip oleh Sutisna menyebutkan bahwa gaya hidup akan berkembang pada masing-masing dimensi, yaitu aktivitas, *interest* dan opini.

²⁷Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, hlm. 25-26

²⁸Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publisng Service), 2015), hlm. 29

2. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan atau memperjualbelikan barang yang tidak di produksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Pedagang dapat dikategorikan menjadi: pedagang grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran. Selanjutnya adapun prinsip dasar perdagangan Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi (tjajaran' an taradhin) dengan mengindahkan keridhaan dan melarang pemaksaan. Sistem kebebasan ini merupakan suatu upaya untuk mempersingkat mata rantai antara produsen dan konsumen, sekarang ini mata rantai perdagangan panjang sekali, sehingga banyak orang yang mengambil keuntungan di antara mata rantai itu.²⁹

Kemudian pedagang adalah orang atau badan yang melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa dipasar. Di dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang atau instansi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung. Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi: pedagang distributor (tunggal), pedagang partai besar dan pedagang eceran.

Adapun ciri-ciri pedagang antara lain sebagai berikut:

- 1) Modal yang mereka punya relatif kecil para pedagang tidak mempunyai keberanian mendatangi bank umum untuk memperoleh

²⁹Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 35

modal, mengingat rumitnya prosedur dan persyaratan yang sulit mereka penuhi, apalagi kebanyakan dari mereka yang buta huruf dan tidak punya asset sebagai jaminan. Dan akhirnya setiap saat mampu memberikan pinjaman dengan cepat, tanpa butuh waktu lama dan proses yang rumit.

- 2) Biasanya mereka melakukan perdagangan hanya memenuhi kebutuhan pada saat itu, maksudnya para pedagang tradisional kurang memperhitungkan adanya tabungan masa depan. Pendapatan yang mereka dapatkan langsung mereka belikan ke barang dagangan, beli keperluan sehari-hari dan tentunya membayar cicilan hutang.
- 3) Pendidikan para pedagang relatif rendah dan bahkan buta huruf sehingga mereka kurang melihat prospek masa akan datang, bagi mereka perdagangan yang mereka lakukan selama telah memenuhi kebutuhan sudah cukup. Lebih cenderung memilih melakukan pembiayaan ke koperasi karena prosesnya mudah dan cepat.

3. Koperasi

Koperasi berasal dari bahasa Inggris *co-operation* yang berarti usaha bersama. Dengan kata lain berarti segala pekerjaan yang dilakukan secara bersama-sama.³⁰ Secara umum koperasi adalah suatu badan usaha bersama yang bergerak dalam bidang perekonomian, beranggotakan mereka yang umumnya berekonomi lemah yang bergabung secara sukarela dan atas dasar persamaan

³⁰Subandi, *Ekonomi Koperasi teori dan praktik*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 18

hak, berkewajiban melakukan suatu usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan para anggotanya.

Koperasi merupakan suatu badan usaha bersama yang berjuang dalam menempuh jalan yang tepat dan mantap dengan tujuan membebaskan diri para anggotanya dari kesulitan-kesulitan ekonomi yang umumnya diderita oleh mereka.³¹

Di Indonesia koperasi banyak dijumpai disekitar dalam kehidupan sehari-hari. Koperasi berperan penting dalam membangun perkembangan perekonomian di Indonesia. Setiap anggota diupayakan berhak mendapatkan berbagai macam kebutuhan melalui koperasi. Selain itu koperasi juga memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran yang tidak hanya mengejar keuntungan koperasi.

1) Mekanisme Pendirian Koperasi

Sekelompok orang bertekad untuk mendirikan sebuah koperasi, untuk itu perwakilan dari pendiri dapat meminta bantuan kepada dinas koperasi dan UKM ataupun lembaga pendidikan koperasi lainnya untuk memberikan penyuluhan dan pendidikan serta pelatihan mengenai pengertian, maksud, tujuan, manajemen, prinsip-prinsip koperasi dan proyek pengembangan koperasi bagi pendiri koperasi.

³¹G. Kartasapoetra, dkk, *Koperasi Indonesia*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007), hlm. 1

Pendirian koperasi didasari oleh keinginan dari beberapa orang yang bersepakat bergabung mengelola kegiatan dan kepentingan ekonominya dalam wadah koperasi. Wujud kesepakatan untuk mengikatkan diri di dalam wadah koperasi tersebut selanjutnya dirumuskan dalam bentuk Anggaran Dasar (AD) dan Anggaran Rumah Tangga (ART). Dengan demikian, AD/ART merupakan bentuk perikatan dalam koperasi, yang menjadi pedoman bagi semua pihak yang terkait dengan koperasi, baik dalam pengelolaan tata kehidupan organisasi maupun usaha.³²

Anggaran dasar koperasi merupakan kumpulan ketentuan dan peraturan yang dibuat oleh pendiri koperasi atas dasar kesepakatan bersama yang berlaku sebagai Undang-Undang terhadap anggota koperasi. Anggaran dasar hanya dapat dirubah berdasarkan ketentuan-ketentuan tertentu yang telah ditetapkan dengan baik dan hanya dalam batas-batas tertentu yang ditetapkan berdasarkan tingkat otonomi untuk membuat anggaran dasar yang lain dari ketentuan-ketentuan hukum yang dimuat dalam undang-undang. Anggaran dasar yang bertentangan dengan undang-undang batal demi hukum. Dengan demikian AD/ART merupakan bentuk perikatan dalam koperasi yang menjadi

³²Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, *Departemen Koperasi Bina Penyuluhan Koperasi*, (Jakarta: Departemen Koperasi, 1984), hlm. 223

pedoman bagi semua pihak yang terkait dengan koperasi, baik dalam pengelolaan tata kehidupan organisasi maupun usaha.³³

2) Jenis-jenis koperasi berdasarkan keanggotaan, yaitu:

a. Koperasi Sekolah

Sesuai namanya, koperasi jenis ini biasanya berada di area sekolah. Bahkan sebagian besar dari kita sudah pernah berkunjung dan menjadi bagian dari kopeasi sekolah. Koperasi sekolah beranggotakan semua warga sekolah dan menyediakan kebutuhan seperti alat tulis menulis.

b. Koperasi Pasar

Satu diantara jenis koperasi lainnya yakni yang beroperasi di pasar. Koperasi ini tentunya kebanyakan beranggotakan pedagang di pasar.

c. Koperasi Unit Usaha Desa

Koperasi Unit Desa atau sering disebut KUD banyak tersebar di desa-desa. Adapun keanggotaan KUD adalah orang-orang ataupun masyarakat dari desa tersebut.

Berdasarkan jenis usahanya koperasi terbagi menjadi:

d. Koperasi Serba Usaha

Koperasi Serba Usaha ialah koperasi yang menyediakan berbagai macam jasa simpan pinjam dan menjual berbagai

³³Agustina Diniyarti, Tinjauan Yuridis Tentang Mekanisme Pendirian Koperasi Berdasarkan Undang-Undang Koperasi, (Skripsi Universitas Islam Kalimantan Mab Banjar Baru), 2020

kebutuhan konsumen. Anggota dapat membeli berbagai macam kebutuhan di layanan jenis koperasi serba usaha ini.

e. Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi Simpan Pinjam atau koperasi kredit adalah koperasi yang menyediakan usaha simpan pinjam yang melayani anggotanya. Usaha koperasi simpan pinjam bertujuan untuk menolong anggotanya sehingga memberikan pinjaman yang diberikan oleh koperasi diharapkan dapat digunakan usaha produktif dan kesejahteraan anggotanya.

f. Koperasi Konsumsi

Koperasi konsumsi merupakan koperasi yang bergerak di bidang usaha kebutuhan makanan pokok. Namun, beberapa kasus koperasi konsumsi tidak hanya memasarkan hasil kebutuhan pangan, melainkan juga pakaian, kerajinan, dan produksi lainnya.

g. Koperasi Produksi

Koperasi jenis ini hampir sama dengan koperasi konsumsi, bedanya koperasi produksi lebih dalam mengolah bahan mentah. Misalnya produksi pakaian, maka dalam jenis koperasi ini diolah mulai dari kain, penjahitan, sampai penyablonan jika diperlukan. Jadi koperasi ini menyediakan berbagai macam barang yang dihasilkan oleh para anggota. Selain itu juga, jenis

koperasi ini menyediakan berbagai layanan jasa dari para anggotanya.

h. Koperasi Jasa

Jenis koperasi ini berfokus pada pelayanan jasa kepada anggota dan masyarakat. Umumnya koperasi jasa menyediakan beberapa pelayanan seperti jasa asuransi dan jasa angkutan.

Koperasi yang dibahas pada penelitian ini adalah koperasi pasar yang mana koperasi pasar adalah koperasi yang beranggotakan para pedagang pasar yang berkepentingan memberikan penyuluhan, bimbingan, serta bantuan kepada anggotanya.

Tabel II.1
Perbedaan Koperasi Syariah dan Koperasi konvensional

No	Koperasi Syariah	Koperasi Konvensional
1	Prinsip yang dijalankan sesuai dengan syariat Islam	Prinsip yang dijalankan tidak sesuai dengan syariat Islam
2	Menganut sistem dengan bagi hasil	Memberikan bunga untuk para nasabahnya
3	Pengawasan yang dilakukan bersifat kinerja dan pengawasan syariah	Pengawasan hanya dilakukan pengurus kinerja pengelolaan koperasi
4	Penyaluran produk dengan cara menjual secara tunai	Penyaluran dengan sistem kredit atau peminjaman
5	Menjadikan zakat sebagai hal yang dianjurkan bagi para nasabah	Tidak menjadikan usahanya sebagai penerima dan penyalur zakat ³⁴

³⁴Dewi Agustiya Ningsih dan Ani Hayatul Masruroh, "Analisis Perbandingan Sistem Pemberian Kredit pada Koperasi Syariah dan Koperasi konvensional" Vol. 3 No. 1, (Januari 2018), Jurnal PETA

4. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Menurut Mowen dan Minor pengetahuan merupakan *the amount of experience with and information about particular products or service a person has*.³⁵ Pengetahuan adalah suatu yang diketahui langsung dari pengalaman, berdasarkan panca indera dan diolah oleh akal budi secara spontan. Pada dasarnya pengetahuan itu bersifat spontan, subjektif dan intuitif. Pengetahuan berkaitan dengan kebenaran, yaitu kesesuaian antara pengetahuan yang dimiliki manusia dengan realitas yang ada pada objek. Namun terkadang kebenaran yang ada dalam pengetahuan masih belum tertata rapi belum teruji secara metodologis.³⁶

Konsumen adalah setiap pengguna barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya. Konsumen merupakan orang, pelanggan, nasabah yang mendatangi suatu tempat untuk melakukan proses pembelian. Ataupun konsumen yang mencari informasi dan untuk memproses informasi yang diduplikatnya. Jadi pengetahuan konsumen adalah segala informasi yang diperoleh oleh orang, pelanggan mengenai suatu hal.

³⁵Ibid., Danang Sunyoto, hlm. 51

³⁶Suwardi Endraswara, *Filsafat Ilmu Edisi Revisi* (Yogyakarta: PT Buku Seru, 2017), hlm. 94

b. Jenis-jenis Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi pembelian. Apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli dan kapan membelinya bergantung pada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal berikut:

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk yang meliputi karakteristik, atribut harga dan merek suatu produk. Pengetahuan pasti akan mempengaruhi keputusan pembelian, ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Ia akan lebih efisien dan cepat memahami informasi yang diperolehnya.

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan ini mencakup informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan cara memperoleh produk tersebut. Dimensi dasar pengetahuan pembelian melibatkan informasi berikut ini:

a. Tempat membeli

Masalah mendasar yang harus diselesaikan oleh konsumen selama pengambilan keputusan adalah tempat mereka membeli suatu produk.

b. Lokasi produk

Pengetahuan pembelian mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai lokasi produk dalam lingkungan. Hal ini melibatkan informasi konsumen mengenai toko produk.

c. Waktu membeli

kepercayaan konsumen mengenai membeli merupakan suatu komponen relevan dari pengetahuan pembelian. Pengetahuan tentang waktu membeli dapat menjadi faktor penentu yang sangat penting dari perilaku pembelian untuk inovasi baru.³⁷

3) Pengetahuan pemakaian

Pengetahuan pemakaian mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai cara suatu produk dapat digunakan dan yang perlu diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika sudah dikonsumsi.

5. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas menurut Glock dan Strak dalam buku Ancok adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa

³⁷Ibid., Vinna Sri Yuniarti

pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan agama yang dianut seseorang.³⁸

Harun Nasution dalam buku Abuddin Nata menyatakan bahwa agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi manusia. Islam yang dimaksud berasal dari salah satu kekuatan yang lebih tinggi daripada manusia sebagai kekuatan gaib yang tidak dapat ditangkap dengan panca indera, namun mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan sehari-hari.³⁹

Sedangkan menurut Islam adalah menjalankan agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah: 208

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَدْخُلُوْا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.

Makna ayat di atas adalah Allah memerintahkan kepada hamba-Nya yang beriman kepada-Nya dan membenarkan Rasul-Nya, agar berpegang kepada seluruh tali Islam dan syariat-Nya, mengerjakan perintah-Nya serta menjauhi seluruh larangan-Nya yang mana larangan itu berasal dari syaitan. Jika hamba-Nya menyimpang dari

³⁸Djamaluddin Ancok dan FuatnNashori Furoso, *Psikologi Islam Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 60

³⁹Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam* (Jakarta; Rajawali Perss, 2013), hlm. 10

kebenaran setelah ditegakkannya hujjah atas kalian maka Allah adalah maha perkasa yang dimana siksaan-Nya tidak akan pernah dikalahkan oleh siapapun.⁴⁰

b. Dimensi Religiusitas

Menurut Malik dan Badri dalam Manap dimensi religiusitas dalam Islam ada tiga macam, yaitu:

1. Islam

Islam dalam religiusitas ini dimaksudkan dengan perbuatan manusia terhadap Tuhan. Diantaranya ibadah yang dilakukan seseorang seperti shalat, puasa, zakat dan melaksanakan haji maupun ibadah sosial lainnya.

2. Iman

Dalam artian religiusitas, iman adalah kepercayaan manusia terhadap Tuhan. Tingkat keimanan seseorang berkaitan dengan bagaimana ia memahami kepercayaan terhadap Allah SWT. Rasul sebagai utusan Allah, iman kepada Malaikat, iman kepada Kitab-kitab Allah, iman kepada hari akhir serta iman kepada Qada dan Qadar (takdir).

3. Ihsan

Ihsan diartikan sebagai dimensi kesempurnaan. Ihsan itu merupakan tingkatan paling tinggi yang dicapai dengan pengabdian kepada Allah. Ihsan merupakan dimensi internal (batin).⁴¹

⁴⁰Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, hlm. 514

c. Perspektif Islam tentang Religiusitas

Islam menyuruh ummatnya untuk beragama secara menyeluruh. Setiap muslim baik yang berpikir, bersikap maupun bertindak diperintahkan untuk Islam. Dalam melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik atau aktivitas apapun. Si muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah. Dimanapun dan dalam keadaan apapun setiap Islam hendaknya beragama.

Esensi Islam adalah tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah sebagai Yang Esa. Tidak ada satupun perintah dalam Islam yang bisa dilepaskan dari Tauhid. Seluruh agama itu sendiri, kewajiban untuk menyembah Tuhan, untuk memenuhi perintah-perintah-Nya dan menjauhi larangan-larangan-Nya akan hancur begitu tauhid dilarang.

Disamping tauhid atau akidah, dalam Islam juga ada syariah dan akhlak. Endang Saifuddin Anshari mengungkapkan bahwa pada dasarnya Islam dibagi menjadi tiga bagian yaitu akidah, syariah dan akhlak. Akidah adalah sistem kepercayaan dan dasar bagi syariah dan akhlak. Tidak ada syariah dan akhlak Islam tanpa akidah Islam.⁴²

⁴¹Bambang Suryadi, Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Prngukuran dan Implementasi Di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021) hlm. 20

⁴²Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Furoso, *Psikologi Islam Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, hlm. 78-79

6. Pribadi

a. Pengertian Pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor internal dari dalam diri mereka sehingga mempengaruhi keputusan. Adapun faktor yang mempengaruhi faktor pribadi ini adalah dikarenakan umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, konsep diri dan gaya hidup seseorang.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yeyen Fitriyani menyatakan bahwa faktor pribadi dan psikologi merupakan yang paling dominan dalam pengambilan keputusan nasabah memilih bank syariah. Karena faktor ini terdiri dari usia, pekerjaan, gaya hidup, situasi ekonomi, kepribadian dan konsep diri.⁴³

1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pribadi

a. Umur

Setiap individu pasti memiliki kriteria, kesukaan dan selera terhadap sesuatu barang yang berbeda-beda tidak mungkin sama, yang dimana setiap selera orang pasti juga dipengaruhi oleh usia dan pendapatannya. Seperti anak-anak akan lebih menyukai berupa mainan karena mainan merupakan sesuatu hal yang disenangi mereka.

b. Pekerjaan

Pekerjaan memengaruhi barang dan jasa yang dibelinya.

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok

⁴³Ibid., Yeyen Fitriyani

pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan. Keadaan ekonomi seseorang akan memengaruhi pembelian produk dan jasa tertentu.

d. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Orang-orang yang berasal dari subbudaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda.

e. Kepribadian

Setiap orang memiliki kepribadian berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, eliminasi, otonomi, kemampuan bersosialisasi dan kemampuan beradaptasi.

Kepribdian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang menabung responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten, kepribadian konsumen penting bagi pemasar karena berhubungan dengan perilaku konsumen. Perbedaan dalam kepribadian akan memengaruhi pemilihan pada suatu produk. Bila jenis-jenis kepribadian dapat

diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dengan berbagai jenis pilihan produk atau merek.⁴⁴

7. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan di setiap perusahaan atau lembaga keuangan atau menarik simpati dan minat mereka agar mereka tidak bosan dengan pelayanan yang kita berikan. Menurut Kasmir pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan yang terbaik yaitu:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi ditempat yang sama.

⁴⁴Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*, hlm. 115

Apabila layanan yang diterima nasabah sesuai harapan maka layanan dikatakan positif. Sebaliknya layanan yang diterima dinilai tidak sesuai harapan, maka layanan dikatakan negatif. Agar konsumen merasa puas maka penyedia jasa harus memberikan pelayanan yang tinggi ataupun prima dari apa yang diharapkannya. Semakin bagus pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.⁴⁵

b. Indikator Dalam Pelayanan

Hasil kajian empiris tentang persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dan terhadap kepuasan nasabah, yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Tangibles (bukti fisik) merupakan kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik, kantor yang nyaman, interior menarik. Bukti fisik ini terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.

2. *Empaty* (Empati)

Empaty meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

⁴⁵Ibid., Nur Rianto Al Arif

3. *Realibility* (Keandalan)

Realibility (keandalan) adalah kemampuan untuk meningkatkan pelayanan yang cepat, tepat waktu, memuaskan.

4. *Responsiveness* (Tanggap)

Responsiveness (tanggap) keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

5. *Assurance* (Jaminan)

Assurance mencakup kemauan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya dan keraguan.⁴⁶

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan dilakukan peneliti, maka peneliti ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

Tabel II. 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Muhammad Isa, Aswadi Lubis dan Ilma Sari Lubis, Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah Volume 3 Nomor 1 Januari 2020	Pengaruh Religiusitas dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan	Religiusitas dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan
2	Darmadiansyah,	Pengaruh	Karakteristik

⁴⁶Fandy Tjito, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2015), hlm. 77

	Emy Rahmawati dan Noor Hidayat, Jurnal Bisnis dan Pembangunan, Edisi Januari-Juni 2019, Volume 8, Nomor 1	Karakteristik Nasabah, Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Kalses Syariah Banjarmasin)	Nasabah, pengetahuan Nasabah dan Kualitas Pelayanan berpengaruh simultan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Kalsel Syariah Banjarmasin)
3	Iga Zahrotul Mufarridah (Skripsi) 2019	Faktor-Faktor Pedagang Muslim Memilih Pinjaman Ke Lembaga Keuangan Formal dan Informal	Persepsi Pedagang Muslim Terhadap Memilih Pinjaman ke Lembaga Keuangan Formal dan Informal sesuai dengan keadaan dan kebutuhan, faktor pribadi dan faktor psikologi
4	Aliman Syahuri Zein, Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Volume 4 Nomor 2 Ed Juli-Desember 2018	Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Mandailing Natal	Secara simultan religiusitas, bagi hasil, pelayanan fasilitas dan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah di Kabupaten Mandailing Natal
5	Sry Lestari, Jurnal Ilmu dan Manajemen Bisnis Islam, Volume 4	Persepsi konsumen dalam Keputusan Pembelian Terhadap Produk-Produk Olahan Salak (Studi	Persepsi konsumen terhadap produk olahan salak positif, konsumen

	Nomor 1 Ed Januari-Juni 2018: hlm. 112-123	Kasus UD. Salacca)	sesuai dengan keadaan dan kebutuhan, kualitas, harga dan faktor sosial menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk olahan salak
6	Ida Nurlaeli, Jurnal Pemikiran Islam, Volume XVIII Nomor 2, Juni 2017: hlm. 75-116 Universitas Islam Negri Semarang	Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Banyumas	Faktor pelayanan, faktor pengetahuan dan faktor promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Syariah
7	Nurul Inayah dan Sri Sudarti, Jurnal A-t-Tawassuth, Volume 2 Nomor 1, 2017: hlm. 191-214 Pascasarjana UINSU Medan	Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani)	Faktor pengetahuan, karakteristik bank, kualitas pelayanan dan objek fisik berpengaruh secara nyata sebesar 66.75% terhadap keputusan menabung di Bank Syariah studi kasus di PT. BPRS Puduarta Insani
8	Cyntia Putri Devanty dan Ida Ayu Nyoman Saskara, Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 6 Nomor 4 April	Peran Koperasi Wanita dalam Upaya Pemberdayaan Perempuan Pada Koperasi Wanita Di Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar	Kesejahteraan berdasarkan indikator kependudukan, kesejahteraan dan gizi serta perumahan dan lingkungan

	2017 Universitas Udayana		memiliki tingkat kesejahteraan tinggi
9	Ila Padilah, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2016	Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Memilih Pembiayaan dari Lembaga Keuangan	Faktor bauran pemasaran dan faktor sosial budaya bepengaruh simultan terhadap keputusan pedagang muslim dalam memilih model pembiayaan lembaga keuangan
10	Yeyen Fitriyani, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2016	Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kecamatan Banyumas	Ada lima faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah memilih bank syariah di Kecamatan Ciputat, meliputi faktor pribadi, faktor psikologi, faktor sosial, faktor pemasaran dan faktor budaya

Adapun perbedaan dan persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perbedaan peneliti yang dilakukan oleh Muhammad Isa, Aswadi Lubis dan Ilma Sari Lubis dengan peneliti adalah lokasi dan tempat penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah faktor religiusitas dan faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen.
2. Perbedaan peneliti yang dilakukan Darmadiansyah, Emy Rahmawati dan Noor Hidayat dengan peneliti adalah lokasi dan tempat penelitian

yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah pengaruh faktor pengetahuan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah

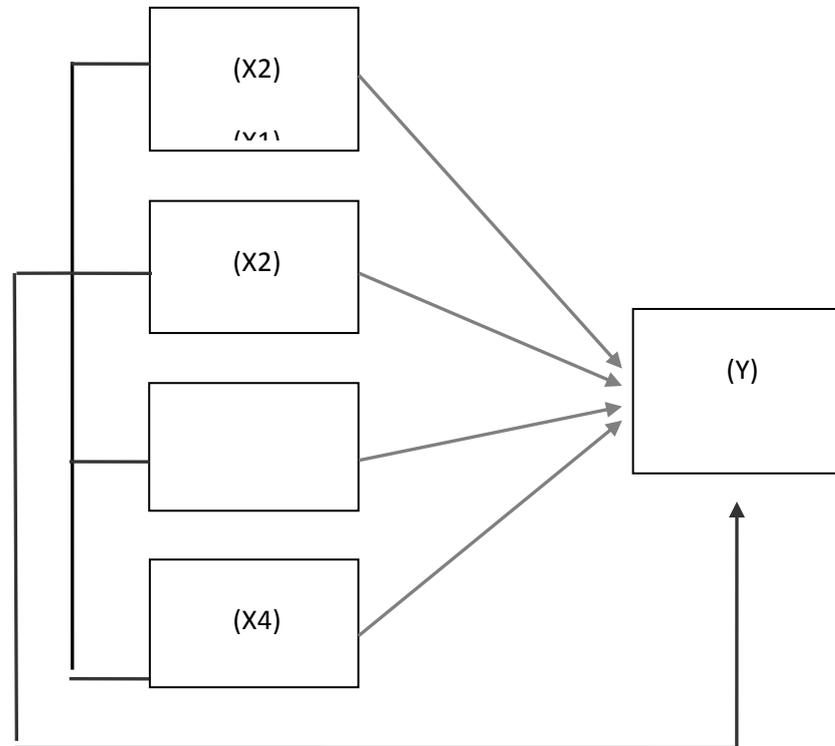
3. Perbedaan peneliti Iga Zahrotul Mufarridah dengan peneliti adalah lokasi penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama memiliki faktor pribadi yang berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan
4. Perbedaan peneliti Aliman Syahuri Zein dengan peneliti yaitu peneliti Aliman Syahuri Zein hanya terfokus pada analisis perilaku konsumen. Sedangkan persamaannya yaitu faktor religiusitas dan pelayanan sama-sama berpengaruh secara simultan
5. Perbedaan peneliti yang dilakukan oleh Sry Lestari dengan peneliti adalah lokasi dan tempat penelitian yang berbeda. Adapun Persamaannya adalah sama-sama membahas persepsi konsumen dalam pengambilan keputusan.
6. Perbedaan peneliti Ida Nurlaeli dengan peneliti adalah lokasi yang berbeda dan memiliki faktor yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama memiliki faktor pelayanan dan faktor pengetahuan yang berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah
7. Perbedaan peneliti Nurul Inayah dan Sri Sudarti dengan peneliti adalah lokasi penelitian yang berbeda dan hasil penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama memiliki faktor pengetahuan dan faktor kualitas pelayanan

8. Perbedaan peneliti Cyntia Putri Devanty dan Ida Ayu Nyoman Saskara dengan peneliti adalah peneliti adalah memiliki faktor yang berbeda serta lokasi dan tempat penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang peran koperasi
9. Perbedaan peneliti Ila Padilah dengan peneliti adalah lokasi dan tempat penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama memiliki faktor sosial budaya yang berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan
10. Perbedaan peneliti Yeyen Fitriyani dengan peneliti adalah lokasi dan waktu penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas faktor yang sama.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Gambar I.1
Kerangka Pikir



Keterangan : X1 = Pengetahuan

X2 = Religiusitas

X3 = Pribadi

X4 = Pelayanan

Y = Keputusan

—→ = Memengaruhi secara Parsial

—→ = Memengaruhi secara Simultan

Penjelasan pada kerangka pikir di atas yaitu: (X1) faktor pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan (Y) menggunakan jasa koperasi, (X2) faktor religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan (Y) menggunakan jasa koperasi, (X3) faktor pribadi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan (Y) menggunakan jasa koperasi, (X4) faktor pelayanan

berpengaruh secara parsial terhadap keputusan (Y) menggunakan jasa koperasi, serta faktor pengetahuan, faktor religiusitas, faktor pribadi, dan faktor pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan jasa koperasi studi kasus pedagang Desa Binanga Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan merupakan dugaan sementara yang perlu diuji kebenarannya, yaitu pernyataan tentang suatu konsep yang masih bersifat sementara dan harus diuji kebenarannya. Hipotesis sering diartikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan dan dikatakan sementara karena berdasarkan pada teori relevan belum berdasarkan fakta empiris melalui pengumpulan data.⁴⁷

H_{a1} = terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

H_{01} = tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

H_{a2} = terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

H_{01} = tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

H_{a3} = terdapat pengaruh pribadi terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

⁴⁷Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 63

H_{03} = tidak terdapat pengaruh pribadi terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

H_{a4} = terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

H_{04} = tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

H_{a5} = terdapat pengaruh pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

H_{05} = tidak terdapat pengaruh pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari April 2021 sampai dengan Mei 2022. Adapun lokasi penelitian ini adalah Desa Binanga Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu dalam kehidupan manusia yang dinamakan dengan variabel.⁴⁸

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴⁹ Populasi pada penelitian ini adalah

⁴⁸Wiratna Sujawerni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 39

⁴⁹M. Burhan Burngin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: kencana, 2005), hlm.

masyarakat pedagang kaki lima pasar Binanga yang menggunakan jasa koperasi adalah sebanyak 62 pedagang

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.⁵⁰ Oleh karena itu sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 62 pedagang dari 206 pedagang.

3. Teknik *Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan jenis sampel yaitu jenuh, dimana sampel jenuh yang semua anggota populasi dipilih sebagai sampel. Teknik ini disebut juga sebagai sensus.⁵¹

D. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data merupakan subjek dari mana data tersebut diperoleh.⁵² Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden langsung melalui kuesioner. Adapun responden dalam penelitian ini adalah pedagang desa Binanga Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diinginkan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data yang terjun langsung ke lapangan, yakni:

⁵⁰Wiratna Sujawerni, hlm. 82

⁵¹M Burhan Burngin, hlm. 104

⁵² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 172

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan sumber buku-buku, skripsi, jurnal terkait dengan variabel penelitian yang dicantumkan dalam teori.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberi jawaban ataupun respon.

Tabel III.1
Skor Penilaian Angket

Alternatif Jawaban	Skor	Kategori Jawaban
SS	5	Sangat Setuju
S	4	Setuju
KS	3	Kurang Setuju
TS	2	Tidak Setuju
STS	1	Sangat Tidak Setuju

Adapun kisi-kisi kuesioner (angket) dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel III.2
Kisi-Kisi Kuesioner (Angket)

Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan	
		Positif (+)	Negatif (-)
Pengetahuan (X ₁)	1. Pengetahuan Produk	1, 4	2, 5
	2. Pengetahuan Pembelian	3	
	3. Pengetahuan Pemakaian	6	7
Religiusitas (X ₂)	1. Islam	1, 5, 6	
	2. Iman	3, 4	
	3. Ihsan	3	2, 7
Pribadi (X ₃)	1. Umur	1, 2, 4	
	2. Pekerjaan	7	
	3. Keadaan	6	

	ekonomi		
	4. Kepribadian		3
	5. Gaya hidup	5	
Pelayanan (X ₄)	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	7	
	2. <i>Empaty</i> (Empati)	1	
	3. <i>Realibility</i> (Keandalan)	6	2
	4. <i>Responsiveness</i> (Tanggap)	5	
	5. <i>Assurance</i> (Jaminan)	3	4
Keputusan (Y)	1. Pengenalan Masalah	1	
	1. Pencarian Informasi	2	3
	2. Evaluasi Alternatif	4	
	3. Keputusan Pembelian	5, 6	
	4. Perilaku Pasca Pembelian	7	

3. Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi juga disebut dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Dalam penelitian, observasi bisa dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman gambar dan rekaman suara.⁵³ Observasi ini terlibat langsung dengan hal yang ingin diteliti atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

⁵³ Suharsimi Arikunto, hlm. 256

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sejumlah data berbentuk foto, surat, catatan harian. Adapun sifat dari data ini yaitu ruang dan waktunya yang tidak terbatas sehingga memerlukan peluang untuk mengetahui hal mengenai apa yang terjadi di masa lampau.⁵⁴

F. Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dilakukan pengujian secara kuantitatif yang berguna untuk menghitung apakah terdapat pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Pribadi dan Pelayanan terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis dengan bantuan SPSS *versi 23*.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid. Suatu instrument dikatakan valid jika koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel} (n-2)$ dimana n adalah jumlah sendiri.⁵⁵

⁵⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, (Kencana: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 141

⁵⁵ Sofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 77

2. Uji Reliabelitas

Reliabelitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner dinyatakan valid. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliable atau handal akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.⁵⁶ Suatu instrumen dikatakan reliabel jika Cronbach Alpha lebih besar dari r_{tabel} . Uji realibilitas dilakukan dengan SPSS 23.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.⁵⁷ Uji normalitas dalam penelitian ini mendasarkan pada nilai Kolmogrov Smirnov untuk mengurangi keraguan pada analisis grafik di atas dan kriterianya adalah:

- a. Normal apabila nilai probabilitas signifikansi $> \alpha$ (0,05)
- b. Tidak normal apabila probabilitas signifikansi $< \alpha$ (0,05)

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan menguji apakah ada hubungan yang linear atau tidak. Uji ini menggunakan bantuan SPSS 23 dengan *Test For Linirity*

⁵⁶V. wiratna Sujawerni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 169

⁵⁷Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 167

dengan taraf signifikan 0,05 dan variabel dikatakan mempunyai hubungan linear jika signifikan kurang dari 0,05.⁵⁸

5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat multikolinearitas yang harus diatasi. Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam model regresi tersebut dapat dideteksi melalui nilai *tolerance* dan *Valiance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya.⁵⁹

Suatu model regresi dikatakan terdapat gejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance* $< 0,05$ atau sama dengan nilai VIF $> 0,05$. Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan bantuan SPSS 23.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas apabila residual mempunyai varian yang sama maka terjadi

⁵⁸Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 324

⁵⁹V. Wiratna Sujawerni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, hlm. 234

heteroskedastisitas dan jika varian tidak sama atau berbeda maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶⁰

Persamaan regresi yang baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode pengujian yang digunakan menggunakan uji glesjer. Uji glesjer dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,1 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.⁶¹

c. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu penelitian mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode sebelumnya. Mendeteksi otokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika:

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada otokorelasi positif
- 2) Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak terjadi otokorelasi
- 3) Angka D-W diatas +2 berarti ada otokorelasi negative.⁶²

6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Jika besarnya koefisien determinasi sama dengan nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel

⁶⁰Danang Suryanto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Jakarta: PT. Revika Aditama, 2013), hlm. 90

⁶¹Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 113

⁶²*Ibid.*, hlm. 106

dependen. Jika besarnya koefisien determinasi (R^2) mendekati angka satu, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan model ini, maka kekalahan pengganggu diusahakan minimum sehingga (R^2) mendekati keadaan yang sebenarnya.⁶³

7 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terkait. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen.⁶⁴

Uji parsial ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terkait atau tidak. Adapun ketentuan dalam uji parsial sebagai berikut:

- a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

⁶³V. Wiratna Sujawerni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 142

⁶⁴Mudradjad kuncoro, *Metode Riset untuk Ekonomi Bagian Menulis Tesis* (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 114

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Signifikansi yang digunakan dalam uji simultan ini adalah 0,05. Uji simultan ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 dengan kriteria sebagai berikut:

a) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima

b) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak

8 Analisis Regresi Linear Berganda

Jika parameter dari suatu hubungan fungsional antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel ingin diestimasi, maka analisis regresi yang dikerjakan berkenaan dengan regresi berganda.⁶⁵

Data yang telah diperoleh dianalisis secara kuantitatif guna menjelaskan pengaruh satu kejadian terhadap kejadian lain secara sistematis. Analisis kuantitatif tersebut dapat dilakukan dengan analisis regresi menggunakan bantuan SPSS 23.

Analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

⁶⁵ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 80

Untuk analisis statistic digunakan analisis regresi berganda dengan dua variabel bebas dengan persamaan:

$$Y = \alpha + b_1P_e + b_2R_e + b_3P_r + b_4P_l + e$$

Keterangan:

Y: Variabel Dependen

α : Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 : koefisien faktor pengetahuan

P_e : variabel faktor pengetahuan

R_e : variabel faktor religiusitas

P_r : variabel faktor pribadi

P_l : variabel faktor pelayanan

e : Standar Error

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Pasar Binanga Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas

1. Sejarah Singkat Desa Pasar Binanga

Binanga merupakan daerah kekuasaan yang dikuasai oleh Raja bermarga Hasibuan. Binanga itu sendiri memiliki arti sebagai muara sungai karena daerah Binanga terletak tidak jauh dari muara sungai atau lebih dikenal dengan istilah barumun.

Pada awalnya pasar Binanga terletak di desa Binanga yang tidak jauh dari aliran sungai, luas pasar Binanga juga pada saat itu hanya sekitar 20 X 20 meter saja. Hingga pada suatu hari air sungai meluap dan menghancurkan seluruh kondisi pasar. Hal tersebut menjadi faktor yang akhirnya menyebabkan pasar Binanga berpindah tempat menjauhi aliran sungai barumun ketempat yang sekarang.

Pendirian pasar Binanga terjadi pada tahun 1954 yang didirikan oleh masyarakat desa Binanga dengan keadaan yang masih minim, hingga pada tahun 1980-an pendirian pasar Binanga mulai berkembang pada masa pemerintahan Soeharto hingga berkembang lebih pesat sampai sekarang ini, dimana pada saat sekarang sudah mulai banyak pendirian bangunan pasar yang dilakukan oleh pemerintah setempat dimana luas area pasar di Binanga sekarang \pm 1 hektar dimana tersebar luas para pedagang dengan jumlah 216 pedagang dengan beraneka ragam barang dagangan. Mulai dari kebutuhan sandang, pangan dan papan, sehingga lebih memudahkan

para warga atau masyarakat desa pasar Binanga dan sekitar untuk melakukan proses jual-beli.

B. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang diperoleh valid atau tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk tingkat signifikan 0,05. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan dikatakan valid. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan dikatakan tidak valid.

Jadi r_{hitung} untuk tiap item pernyataan bisa dilihat dari kolom *corrected item-total correlation*, tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, n adalah jumlah sampel jadi $df = 62-2= 60$, maka diperoleh angka pada $r_{tabel} = 0,2500$.

a. Uji Validitas Variabel Pengetahuan

Hasil uji validitas variabel pengetahuan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

TABEL IV. 1
Hasil Uji Validitas Pengetahuan

No. Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
X ₁ 1	0,440	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 60$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2500$	Valid
X ₁ 2	0,609		Valid
X ₁ 3	0,609		Valid
X ₁ 4	0,664		Valid
X ₁ 5	0,642		Valid
X ₁ 6	0,703		Valid
X ₁ 7	0,644		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pengetahuan dapat disimpulkan bahwa 7 item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} < r_{tabel}$

dimana r_{tabel} untuk $n = 60$ adalah 0,2500 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *corrected item-total correlation*.

b. Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

Hasil uji validitas variabel religiusitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

TABEL IV. 2
Hasil Uji Validitas Religiusitas

No. Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X ₂ 1	0,396	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = 60$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,2500$	Valid
X ₂ 2	0,446		Valid
X ₂ 3	0,473		Valid
X ₂ 4	0,679		Valid
X ₂ 5	0,716		Valid
X ₂ 6	0,654		Valid
X ₂ 7	0,726		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas religiusitas dapat disimpulkan bahwa 7 item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 60$ adalah 0,2500 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *corrected item-total correlation*.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Pribadi

Hasil uji validitas variabel pribadi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Pribadi

No. Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
X ₃ 1	0,381	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
X ₃ 2	0,431		Valid
X ₃ 3	0,441		Valid

X ₃ 4	0,657	dengan df = 60 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r _{tabel} = 0,2500	Valid
X ₃ 5	0,773		Valid
X ₃ 6	0,792		Valid
X ₃ 7	0,526		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pribadi dapat disimpulkan bahwa 7 item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} < r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 60$ adalah 0,2500 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *corrected item-total correlation*.

d. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

Hasil uji validitas variabel pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas Pelayanan

No. Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X ₄ 1	0,647	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df = 60 pada taraf signifikan 5% diperoleh r _{tabel} = 0,2500	Valid
X ₄ 2	0,504		Valid
X ₃ 3	0,734		Valid
X ₄ 4	0,643		Valid
X ₄ 5	0,756		Valid
X ₄ 6	0,778		Valid
X ₄ 7	0,409		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa 7 item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} < r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 60$ adalah 0,2500 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *corrected item-total correlation*.

e. Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan Koperasi

Hasil uji validitas variabel keputusan menggunakan koperasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan Koperasi

No. Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y 1	0,694	Instrume valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 60$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2500$	Valid
Y 2	0,434		Valid
Y 3	0,637		Valid
Y 4	0,529		Valid
Y 5	0,703		Valid
Y 6	0,784		Valid
Y 7	0,534		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji validitas keputusan menggunakan koperasi dapat disimpulkan bahwa 7 item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} < r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 60$ adalah 0,2500 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *corrected item-totalciorelation*.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kesesuaia instrumen (alat ukur) dengan yang diukur, sehingga instrumen tersebut dapat dipercaya. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Crobach's Alpha*. Jika $r_{tabel} > 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel dan jika $r_{tabel} < 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Kepercayaan	Keterangan
Pengetahuan	0,720	0,6	Reliabel
Religiusitas	0,673	0,6	Reliabel
Pribadi	0,654	0,6	Reliabel
Pelayanan	0,706	0,6	Reliabel
Keputusan Menggunakan Koperasi	0,717	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2022

Dari hasil data di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel pengetahuan adalah $0,720 > 0,6$ dapat disimpulkan variabel pengetahuan (X_1) adalah reliabel. Selanjutnya *Cronbach's Alpha* untuk variabel religiusitas adalah $0,673 > 0,6$ dapat disimpulkan variabel religiusitas (X_2) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel pribadi adalah $0,654 > 0,6$ dapat disimpulkan variabel pribadi (X_3) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel pelayanan adalah $0,706 > 0,6$ dapat disimpulkan variabel pelayanan (X_4) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan menggunakan koperasi adalah $0,717 > 0,6$ dapat disimpulkan variabel keputusan menggunakan koperasi (Y) adalah reliabel.

3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal. Model regresi dikatakan baik apabila nilai residualnya berdistribusi normal. Dalam melakukan uji normalitas

peneliti menggunakan uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov* dengan taraf signifikan 0,1.

Hasil uji normalitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,98162346
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,077
	Negative	-,091
Test Statistic		,091
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.

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,200 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *One Sampel Kolmogrov-Smirnov*.

4. Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui variabel independen (bebas) memiliki hubungan yang linier atau tidak terhadap variabel dependen (terikat). Hasil uji linieritas dapat dilihat dari tabel berikut:

a. Hasil Uji Linieritas Variabel Pengetahuan

Hasil uji linieritas variabel pengetahuan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 8
Hasil Uji Linieritas Variabel Pengetahuan

ANOVA Table			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Pengetahuan	Between Groups	(Combined)	234,439	11	21,313	1,077	,398
		Linearity	94,801	1	94,801	4,791	,033
		Deviation from Linearity	139,637	10	13,964	,706	,715
	Within Groups		989,303	50	19,786		
	Total		1223,742	61			

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,715. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig. > 0,05 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pengetahuan terhadap keputusan menggunakan jasa koperasi adalah linier.

b. Hasil Uji Linieritas Variabel Religiusitas

Hasil uji linieritas variabel religiusitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 9
Hasil Uji Linieritas Variabel Religiusitas

ANOVA Table			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan *	Betwe en	(Combined)	171,668	11	15,606	,742	,694
		Linearity	27,150	1	27,150	1,290	,261

Religiusitas	Groups	Deviation from Linearity	144,518	10	14,452	,687	,732
	Within Groups		1052,074	50	21,041		
	Total		1223,742	61			

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,732. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,05$ menunjukkan bahwa hubungan antara variabel religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa koperasi adalah linier.

c. Hasil Uji Linieritas Variabel Pribadi

Hasil uji linieritas variabel pribadi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 10
Hasil Uji Linieritas Variabel Pribadi

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Pribadi	Between Groups	(Combined)	554,704	11	50,428	3,769	,001
		Linearity	283,190	1	283,190	21,164	,000
		Deviation from Linearity	271,514	10	27,151	2,029	,50
	Within Groups		669,038	50	13,381		
	Total		1223,742	61			

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,50. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,05$ menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pribadi terhadap keputusan menggunakan jasa koperasi adalah linier.

d. Hasil Uji Linieritas Variabel Pelayanan

Hasil uji linieritas variabel pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Linieritas Variabel Pelayanan

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Pelayanan	Between Groups	(Combined)	315,606	9	35,067	2,008	,057
		Linearity	281,247	1	281,247	16,104	,000
		Deviation from Linearity	34,359	8	4,295	,246	,980
	Within Groups		908,136	52	17,464		
	Total		1223,742	61			

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,980. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig. > 0,05 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa koperasi adalah linier.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini pada dasarnya untuk melihat ada atau tidaknya signifikan antara variabel dan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

a. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidak korelasi yang kuat antara variabel independen dalam satu model regresi

linier berganda. Suatu model dikatakan baik apabila tidak terjadi multikolinieritas dengan melihat nilai toleransi $> 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$. VIF dan *Tolerance*, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Berikut merupakan tabel uji multikolinieritas.

Tabel IV. 12
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,163	3,819		,305	,762		
Pengetahuan	,171	,112	,182	1,531	,131	,617	1,620
Religiusitas	,002	,101	,002	,023	,981	,796	1,257
Pribadi	,268	,113	,261	2,380	,021	,728	1,374
Pelayanan	,478	,120	,448	3,978	,000	,692	1,444

a. Dependent Variable: Keputusan
sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Tolerance* dari variabel pengetahuan adalah $0,617 > 0,1$ variabel religiusitas adalah $0,796 > 0,1$ variabel pribadi adalah $0,728 > 0,1$ variabel pelayanan adalah $0,692 > 0,1$. Jadi nilai *Tolerance* dari ke empat variabel lebih besar dari $0,1$ (*nilai Tolerance > 0,1*) sehingga bebas dari multikolinieritas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel pengetahuan adalah $1,62 < 10$ variabel religiusitas adalah $1,257 < 10$ variabel pribadi adalah $1,374 < 10$ variabel pelayanan adalah $1,444 < 10$. Jadi nilai VIF dari ke

empat variabel lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinieritas.

b. Hasil Uji heteroskedastisitas

Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini menggunakan uji *glesjer* yang dilakukan dengan cara meregresikan antar variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas

Tabel IV. 13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,980	2,376		-,412	,682		
Pengetahuan	-,054	,070	-,128	-,774	,442	,617	1,620
Religiusitas	,022	,063	,052	,358	,722	,796	1,257
Pribadi	,056	,070	,123	,804	,425	,728	1,374
Pelayanan	,059	,075	,124	,793	,431	,692	1,444

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Dari data di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari empat variabel independen yaitu pengetahuan $0,442 > 0,05$, nilai signifikansi religiusitas $0,772 > 0,05$, nilai signifikansi pribadi $0,425 > 0,05$ dan nilai signifikansi pelayanan $0,431 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Mendeteksi adanya autokorelasi atau tidak dalam penelitian dapat dilihat dengan kriteria berikut:

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

Berikut merupakan hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini:

Tabel IV. 14
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,601 ^a	,362	,329	2,297	1,299

a. Predictors: (Constant), Pribadi, Pengetahuan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Dari tabel di atas diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 1,299.

Yang berarti berada pada posisi diantara -2 dengan +2 yaitu $-2 < 1,299 < +2$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu.

Adapun hasil analisis koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel IV. 15
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,707 ^a	,500	,465	2,050

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Religiusitas, Pribadi, Pengetahuan
Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R^2 0,707. Menunjukkan bahwa 70,7% variabel pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan dan keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi sedangkan lagi dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial adalah pengujian seberapa jauh pengaruh satu variabel independen yaitu pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan secara individual dalam menerangkan variabel terikat.

Hasil uji parsial (t) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 16
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,163	3,819		
Pengetahuan	,171	,112	,182	1,531	,131
Religiusitas	,002	,101	,002	,023	,981
Pribadi	,268	,113	,261	2,380	,021

Pelayanan	,478	,120	,448	3,978	,000
-----------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan
 Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Untuk t_{tabel} dicari $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan $(df) = n-k-1$, dimana $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel independen, $(df) = 62-4-1 = 57$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025 maka diperoleh $t_{\text{tabel}} = 2,00247$.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel pengetahuan memiliki t_{hitung} sebesar 1,531 dan t_{tabel} sebesar 2,00247 sehingga $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($1,531 < 2,00247$) maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi.

Selanjutnya pada variabel religiusitas memiliki t_{hitung} sebesar 0,023 dan t_{tabel} sebesar 2,00247 sehingga $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($0,023 < 2,00247$) maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi.

Selanjutnya pada variabel pribadi memiliki t_{hitung} sebesar 2,380 dan t_{tabel} sebesar 2,00247 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,380 > 2,00247$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial pribadi berpengaruh terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi.

Pada variabel pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 3,978 dan t_{tabel} sebesar 2,00247 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,978 > 2,00247$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan jasa koperasi.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Ketentuan dalam uji koefisien (F) adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Hasil uji simultan (F) dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel IV. 17
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	239,963	4	59,991	14,275	,000 ^b
Residual	239,537	57	4,202		
Total	479,500	61			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Religiusitas, Pribadi, Pengetahuan

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan *regression* (df 1) adalah 4 dan residual (df 2) adalah 57. Maka hasil untuk F_{tabel} adalah 2,53. Dari hasil uji simultan (F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 14,275 sedangkan F_{tabel} sebesar sehingga $2,53 < F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,275 > 2,53$) maka H_a diterima. Selanjutnya untuk nilai Sig. $> 0,05$ ($0,000 < 0,05$)

sehingga H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi.

8. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV. 18
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,163	3,819		,305	,762
Pengetahuan	,171	,112	,182	1,531	,131
Religiusitas	,002	,101	,002	,023	,981
Pribadi	,268	,113	,261	2,380	,021
Pelayanan	,478	,120	,448	3,978	,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients*, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1Pe + b_2Re + b_3 Pr + b_4Pl + e$$

$$KMK = 1,163 + 0,171 Pe + 0,002 Re + 0,268 Pr + 0,478 Pl + 3,819$$

Keterangan:

α : Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 : koefisien faktor pengetahuan

P_e : variabel faktor pengetahuan

R_e : variabel faktor religiusitas

P_r : variabel faktor pribadi

P_l : variabel faktor pelayanan

e : Standar eror

Dari persamaan regresi di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (α) bernilai positif sebesar 1,163 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan nilainya 0, maka keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi sebesar 1,163 satuan.
- b. Nilai koefisien variabel pengetahuan (b_1) sebesar 0,171, artinya apabila pengetahuan meningkat 1% maka keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi adalah meningkat sebesar 0,171%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan dengan keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi.
- c. Nilai koefisien variabel religiusitas (b_2) sebesar 0,002, artinya apabila religiusitas meningkat 1% maka keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi adalah meningkat sebesar 0,002%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara

religiusitas dengan keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi.

- d. Nilai koefisien variabel pribadi (b_3) sebesar 0,268, artinya apabila pribadi meningkat 1% maka keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi adalah meningkat sebesar 0,628%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pribadi dengan keputusan pedagang menggunakan jasa koperasi.
- e. Nilai koefisien variabel pelayanan (b_4) sebesar 0,478, artinya apabila pelayanan meningkat 1% maka keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi sebesar 0,478%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan keputusan pedagang menggunakan jasa koperasi.
- f. Standar error yaitu angka yang menunjukkan kemampuan model untuk memprediksi variabel dependen. Semakin kecil angka ini maka model regresi semakin tepat digunakan untuk memprediksi keputusan pedagang menggunakan koperasi.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Lebih Memilih Pembiayaan Koperasi Dibandingkan Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Desa Binanga). Dari hasil data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 23 diketahui bahwa:

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Koperasi

Berdasarkan hasil uji parsial variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Pasar Binanga menggunakan jasa koperasi. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti diketahui bahwa pengetahuan bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan koperasi, hal ini disebabkan karena koperasi tidak sesuai dengan ajaran Islam. Tapi pedagang terpaksa menjadi nasabah koperasi dikarenakan mereka butuh modal usaha yang mendesak. Sementara untuk memperoleh modal melalui pembiayaan di bank syariah membutuhkan syarat yang dianggap sulit seperti harus memiliki agunan. Makanya pedagang kaki lima di pasar Binanga mau tidak mau mengajukan pembiayaan ke koperasi karena dianggap lebih mudah.

Hal ini bertolak belakang dengan teori dalam buku Nugroho J Setiadi yang mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki seseorang maka akan semakin mantap serta berhati-hati dalam menentukan keputusan. Dan juga ketidaksesuaian dengan penelitian yang dilakukan Iga Zahrotul Mufarridah yang mengatakan bahwa faktor pembelajaran mempengaruhi beberapa pedagang disebabkan karena adanya pengalaman sebelumnya yang menjadi pembelajaran dalam memilih pinjaman.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Koperasi

Berdasarkan hasil uji parsial variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti diketahui bahwa religiusitas bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pedagang untuk memilih pembiayaan pada jasa koperasi. Hal ini disebabkan karena sebagian besar pedagang kaki lima desa Binanga yang mayoritas muslim mengetahui bahwa dalam koperasi ada unsur riba, yang mana riba itu sendiri sangat tidak dianjurkan dalam ajaran Islam. Akan tetapi pedagang kaki lima desa Binanga terpaksa mengajukan pembiayaan ke koperasi dikarenakan modal yang dibutuhkan tidak terlalu banyak walau terkadang para pedagang mengeluh mengenai bunga yang diberikan sangatlah tinggi. Akan tetapi hal tersebut tidak menyurutkan minat para pedagang untuk mengajukan pembiayaan ke koperasi karena dianggap lebih dekat juga persyaratan pengajuan pembiayaan yang tidak serumit pada bank syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aliman Syahuri Zein yang menyatakan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah di Kabupaten Mandailing Natal. Juga dalam buku Djamaluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroso menyatakan bahwa ada tiga dimensi Islam, Iman dan Ihsan.

3. Pengaruh Pribadi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Koperasi

Berdasarkan hasil uji parsial variabel pribadi berpengaruh terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa beberapa pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan lembaga koperasi dikarenakan ajakan teman dan juga penghasilan yang sesuai untuk melakukan pinjaman ataupun pembiayaan pada jasa koperasi. Hal ini disebabkan karena pada jasa koperasi lebih mudah diakses oleh para pedagang kaki lima desa Binanga karena tempat dan lokasi yang dekat sehingga memudahkan pedagang melakukan pinjaman/ pembiayaan pada jasa koperasi dibandingkan ke bank syariah yang lokasinya cukup jauh dan memakan waktu yang lama juga biaya yang tidak sedikit bagi para pedagang. Sehingga para pedagang mengajukan pembiayaan ke koperasi.

Hal ini sejalan dengan buku Vinna Sari Yuniarti yang berjudul Perilaku Konsumen Teori dan Praktek yang menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pribadi yaitu umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan lainnya.

4. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Koperasi

Berdasarkan hasil uji parsial variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pedagang desa Binanga menggunakan jasa koperasi. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank syariah sudah bagus namun karena adanya lembaga koperasi

yang dapat mudah diakses oleh para pedagang menyebabkan pedagang desa Binanga lebih menghemat waktu dan biaya dalam melakukan proses pinjaman ataupun pembiayaan. Hal ini disebabkan karena pedagang lebih memerhatikan pelayanan suatu lembaga keuangan dimana pelayanan yang cepat, mudah dan tidak memiliki banyak persyaratan akan lebih menarik minat para pedagang kaki lima desa Binanga untuk melakukan keputusan memilih dilembaga mana mengajukan pinjaman/ pembiayaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Inayah dan Sri Sudarti yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di PT. BPRS Puduarta Insani.

D. Keterbatasan Penelitian

Untuk memperoleh hasil yang sempurna, suatu penelitian sangat tidak mudah karena adanya berbagai keterbatasan. Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang telah ditetapkan dalam metode penelitian.

Adapun keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian ini yaitu keterbatasan peneliti dalam membuat kuesioner penelitian untuk mengukur variabel-variabel dengan baik. Keterbatasan yang selanjutnya yaitu peneliti tidak mengetahui apakah daftar kuesioner sudah dijawab dengan jujur atau hanya asal jawab oleh masyarakat sehingga berpengaruh terhadap hasil uji penelitian.

Walaupun demikian peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan tersebut tidak menghambat proses penyusunan skripsi ini dan akhirnya dengan sekuat tenaga dan atas bantuan dari keluarga dan teman skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam skripsi ini, adapun kesimpulannya adalah:

1. Tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,531 < 2,00247$) maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi.
2. Tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,023 < 2,00247$) maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi.
3. Terdapat pengaruh pribadi terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,380 > 2,00247$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pribadi terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi.
4. Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi. Hal ini dapat dibuktikan

dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,978 > 2,00247$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi.

5. Secara simultan dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pedagang kaki lima desa Binanga menggunakan jasa koperasi. Hal ini dibuktikan dengan melihat $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,275 > 2,53$) maka H_a diterima. Selanjutnya untuk nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,50$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan pengetahuan, religiusitas, pribadi dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pedagang kaki lima di pasar Binanga menggunakan jasa koperasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ataupun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk pedagang Desa Binanga yang sudah menggunakan jasa perbankan Syariah diharapkan tetap mempertahankan menjadi nasabah bank Syariah
2. Untuk pedagang Desa Binanga yang masih menggunakan jasa koperasi agar beralih ke koperasi Syariah yang sudah sesuai dengan ajaran agama Islam

3. Untuk lembaga keuangan koperasi Syariah diharapkan untuk melakukan sosialisasi atau promosi ke desa-desa atau pedagang agar pedagang lebih mengenal koperasi Syariah
4. Untuk kepala desa Binanga agar mengundang para ulama atau ustadz, tokoh adat memberikan ceramah kepada masyarakatnya mengenai bahayanya riba yang ada pada koperasi
5. Untuk peneliti selanjutnya agar menambah variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini dikarenakan masih banyak faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan koperasi baik itu tempat penelitiannya di desa maupun kota.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku:

- Abdullah Bin Muhammad Alu Syaikh. *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'I, 2017.
- Abuddin Nata. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta; Rajawali Perss, 2013.
- Bambang Suryadi, Bahrul Hayat. *Religiusitas Konsep, Prngukuran dan Implementasi Di Indonesia*. Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021.
- Danang Suryanto. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Jakarta: PT. Revika Aditama, 2013.
- Danang Sunyoto. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publising Service), 2015.
- Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Furoso, *Psikologi Islam Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Etta Mamang Sangajdidan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Ofset, 2003.
- Fandy Tjito. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset, 2015.
- Fuad Ansori dan Rachmi Diana Mucharam. *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus, 2002.
- G. Kartasapoetra, dkk. *Koperasi Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007.
- Irham Fahmi. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Kencana: Prenadamedia Group, 2011.
- M. Burhan Burngin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: kencana, 2005.
- Moh Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
- Mulyadi Nitisusastro. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta CV, 13AD.
- Nugroho J Setiadi. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sofian Siregar. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.

Subandi. *Ekonomi Koperasi teori dan praktik*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Sudarsono dan Edilius. *Koperasi Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

Suwardi Endraswara. *Filsafat Ilmu Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT Buku Seru, 2017.

Undang-Undang R. I Nomor 6 Tahun 2009 tentang Bank Indonesia & Undang-Undang R. I Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Vinna Sri Yuniarti *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

V. wiratna Sujawerni. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

V. Wiratna Sujawerni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.

Wiratna Sujawerni. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sumber Jurnal:

Aliman Syahuri Zein. "Analisis Perilaku Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kabupaten Mandailing Natal" 4 Nomor 2 (Juli 2018). jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id.

Desi Dwi Sulasriya Ningsih dan M. Ruslianor Maika. "Strategi Bauran Pemasaran dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* (2020) <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

Ida Nurlaeli. "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Banyumas" XVIII, Nomor 2 (June 2017). https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q+pengaruh+faktor+budaya+psikologi+pelayanan+promosi+dan+pengetahuan+tentang+produk+terhadap+keputusan+nasabah+memilih+bprs+banyumas+

Iga Zahrotul Mufarridah, Hermanita dan Selvia Nuriasari. “Faktor-Faktor Pemilihan Pinjaman ke Lembaga Keuangan dan Rentenir oleh Pedagang Muslim” Sigma-Mu Vol.12 (September 2020),

Nurul Inayah dan Sri Sudarti. “Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (studi kasus di PT. BPRS Puduarta Insani)” 2 Nomor 1 (2017), <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawasuth/article/view/708>.

Sry Lestari. “Persepsi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Terhadap Produk-produk Olahan Salak (Studi Kasus UD. Salacca)” 4 Nomor 1 (June 2018)

Sumber Lainnya:

Aulia Rizki Subandrio. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dosen Institut Agama Islam Negeri Menabung Di Bank Syariah” Skripsi IAIN Padangsidempuan (2016), <https://etd.iain-padangsidempuan.ac.id.uinsu.ac.id/68/>.

Iga Zahrotul Mufarridah. Faktor-Faktor Pedagang Muslim Memilih Pinjaman Ke Lembaga Formal Dan Informal studi kasus di Pasar Pekalongan Lampung Timur (Lampung, Institut Agama Islam negeri (IAIN) Metro, 2019)

Ilah Padilah. Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Memilih Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan Studi Kasus Pedagang Pasar Kampung Melayu, (Jakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, 2014), [Repository.uinjkt.ac.id](https://repository.uinjkt.ac.id)

Yeyen Fitriyani. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ciputat” (Jakarta, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, 2016), [Repository.uinjkt.ac.id](https://repository.uinjkt.ac.id)

Wawancara Dengan Ibu Halimah Siregar Pada Tanggal 8 April 2021

Wawancara Dengan Ibu Masda Hasibuan Pada Tanggal 8 April 2021

Wawancara Dengan Ibu Tika Hasibuan Pada Tanggal 10 Februari 2022

Wawancara Dengan Bapak Baginda Guru Siregar Pada Tanggal 20 Mei 2022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Citra Hasibuan
2. Nama Panggilan : Citra
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Gunung Baringin/ 20 Mei 1997
4. Agama : Islam
5. Jenis kelamin : Perempuan
6. Anak ke : 4 (empat) dari 5 (lima) Bersaudara
7. Alamat : Gunung Baringin, Kec. Barumun Tengah
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/ HP : 081264107746
10. Email : citrahasibuan20@gmail.com

II. IDENTITAS ORANGTUA

1. Ayah : Hakim Safaruddin Hsb (Alm)
2. Pekerjaan : -
3. Ibu : Maryam Rambe
4. Pekerjaan : Petani
5. Alamat : Gunung Baringin, Kec. Barumun Tengah

III. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 100760 Gonting Julu (2004-2010)
2. MTsN Binanga (2010-2013)
3. SMA Negeri 1 Barumun Tengah (2013-2016)
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (2016-Sekarang)

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDATOR

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ja'far Nasution, M.E.I

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

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan jasa Koperasi yang disusun oleh:

Nama : Citra Hasibuan

NIM : 16 401 00173

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

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.

Padangsidempuan, Maret 2022

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

LAMPIRAN 2

LEMBARAN KUISIONER

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Sdr. responden
di

Desa Binanga Kecamatan Barumun Tengah

Dengan Hormat

Bersama ini, saya mohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang bapak/ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Jawaban Bapak/Ibu tidak akan mempunyai dampak negatif terhadap jabatan atau pekerjaan bapak/ibu saat ini. Karena tujuan pengajuan kuesioner ini hanya untuk pengumpulan data guna keberhasilan dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Binanga Menggunakan Jasa Koperasi**

Demikian, kepada Bapak/Ibu yang telah bersedia mengisi lembar angket tersebut, saya ucapkan terimakasih.

Binanga, Maret 2022

Hormat Saya, Peneliti

CITRA HASIBUAN
NIM. 16 401 00173

LAMPIRAN 3**DAFTAR SKOR JAWABAN KUESIONER VARIABEL PENGETAHUAN (X1)**

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
1	5	4	3	4	4	3	3	26
2	4	5	4	4	4	4	3	28
3	5	4	3	4	4	4	4	28
4	5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	4	4	5	5	4	32
6	4	5	3	4	4	5	4	29
7	5	4	4	4	4	4	4	29
8	4	5	4	5	5	4	4	31
9	5	5	3	4	4	3	4	28
10	5	5	4	5	5	4	4	32
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	4	4	4	4	5	5	5	31
13	4	4	3	4	4	3	4	26
14	4	4	3	4	4	4	5	28
15	4	4	2	5	5	4	4	28
16	5	4	3	5	5	3	4	29
17	5	5	1	3	4	3	3	24
18	4	5	3	4	5	3	4	28
19	4	4	2	4	4	4	4	26
20	5	4	3	4	4	3	3	26
21	4	4	2	4	4	4	3	25
22	4	4	3	4	5	3	3	26
23	4	4	3	4	4	3	4	26
24	4	4	3	4	4	3	3	25
25	5	5	4	5	5	5	3	32
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	4	4	2	4	4	3	3	24
28	4	4	4	4	3	4	3	26
29	4	4	4	3	3	2	3	23
30	4	4	1	4	4	4	3	24
31	5	4	2	4	4	1	4	24
32	4	4	4	4	4	2	2	24
33	4	4	2	4	4	4	2	24
34	4	4	2	4	4	3	3	24
35	4	5	3	4	4	4	2	26

36	4	4	4	4	5	2	3	26
37	4	4	4	4	4	4	3	27
38	4	4	2	4	4	2	3	23
39	4	4	2	4	4	4	4	26
40	4	4	3	4	4	2	4	25
41	4	4	1	3	4	3	3	22
42	5	4	2	4	4	1	4	24
43	4	4	4	4	4	2	2	24
44	4	4	2	4	4	4	2	24
45	4	4	2	4	4	3	3	24
46	4	5	3	4	4	4	2	26
47	4	4	4	4	5	2	3	26
48	4	4	4	4	4	4	3	27
49	5	4	3	4	4	3	3	26
50	4	5	4	4	4	4	3	28
51	5	4	3	4	4	4	4	28
52	5	5	4	4	4	4	4	30
53	5	5	4	4	5	5	4	32
54	4	5	3	4	4	5	4	29
55	5	4	4	4	4	4	4	29
56	4	5	4	5	5	4	4	31
57	5	5	3	4	4	3	4	28
58	5	5	4	5	5	4	4	32
59	5	5	5	5	5	5	5	35
60	4	4	4	4	5	5	5	31
61	4	4	3	4	4	3	4	26
62	4	4	3	4	4	4	5	28

DAFTAR SKOR JAWABAN KUESINER VARIABEL RELIGIUSITAS (X2)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
1	4	5	5	3	4	5	4	30
2	5	4	4	4	4	5	5	31
3	4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	5	4	3	5	5	5	31
5	4	5	5	4	5	4	5	32
6	4	4	4	4	4	5	4	29
7	5	4	4	4	4	4	4	29
8	4	5	5	4	5	5	5	33
9	3	5	4	3	5	5	5	30
10	4	5	3	4	4	4	4	28
11	5	5	5	5	4	5	5	34
12	4	5	5	4	5	5	5	33
13	5	4	4	5	5	4	5	32
14	4	4	4	2	5	5	5	29
15	4	4	5	5	5	5	5	33
16	4	4	4	5	5	4	5	31
17	4	5	3	4	3	5	4	28
18	3	4	4	2	4	5	5	27
19	4	4	5	5	4	5	4	31
20	3	4	4	4	5	4	5	29
21	5	4	5	2	4	4	5	29
22	3	4	4	4	4	4	4	27
23	5	4	3	5	5	5	5	32
24	4	4	4	2	4	4	4	26
25	4	5	3	2	5	5	5	29
26	4	4	4	2	4	4	4	26
27	3	4	4	2	3	4	4	24
28	3	4	5	4	4	5	3	28
29	4	4	4	2	4	4	4	26
30	5	5	5	2	3	4	4	28
31	4	4	5	3	4	4	4	28
32	4	4	3	2	2	3	3	21
33	3	3	4	4	4	4	4	26
34	4	4	4	3	4	3	3	25
35	3	4	3	2	4	4	4	24
36	4	4	3	4	4	5	5	29

37	3	4	4	4	4	4	4	27
38	5	4	3	2	4	5	5	28
39	4	5	4	4	5	4	4	30
40	4	4	4	2	4	3	4	25
41	3	5	3	4	4	4	4	27
42	4	5	5	3	4	5	4	30
43	5	4	4	4	4	5	5	31
44	4	4	4	4	4	5	5	30
45	4	5	4	3	5	5	5	31
46	4	5	5	4	5	4	5	32
47	4	4	4	4	4	5	4	29
48	5	4	4	4	4	4	4	29
49	4	5	5	4	5	5	5	33
50	3	5	4	3	5	5	5	30
51	4	5	3	4	4	4	4	28
52	5	5	5	5	4	5	5	34
53	4	5	5	4	5	5	5	33
54	5	4	4	5	5	4	5	32
55	4	5	3	2	5	5	5	29
56	4	4	4	2	4	4	4	26
57	3	4	4	2	3	4	4	24
58	3	4	5	4	4	5	3	28
59	4	4	4	2	4	4	4	26
60	5	5	5	2	3	4	4	28
61	4	4	5	3	4	4	4	28
62	4	4	3	2	2	3	3	21

DAFTAR SKOR JAWABAN KUESIONER VARIABEL PRIBADI (X3)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
1	5	4	4	4	4	2	3	26
2	4	5	4	4	4	4	5	30
3	5	4	3	4	4	3	4	27
4	5	5	4	4	4	4	5	31
5	5	5	4	5	5	5	4	33
6	4	5	4	4	4	5	5	31
7	5	4	5	4	4	4	4	30
8	5	5	4	5	5	4	4	32
9	4	5	3	4	4	3	4	27
10	5	5	4	5	5	4	4	32
11	4	5	5	5	5	5	5	34
12	5	4	4	4	5	4	5	31
13	4	4	5	4	4	3	4	28
14	4	4	5	3	4	3	5	28
15	4	4	4	5	5	4	4	30
16	5	4	4	5	5	3	4	30
17	5	5	5	3	4	3	3	28
18	4	5	5	4	5	3	4	30
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	4	5	3	2	3	3	3	23
21	5	4	5	4	4	4	3	29
22	4	4	3	4	4	3	5	27
23	4	4	3	4	2	3	4	24
24	4	4	4	4	4	2	3	25
25	5	5	4	5	5	5	5	34
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	5	4	5	4	4	3	5	30
28	4	4	4	4	3	3	3	25
29	5	4	4	3	3	2	5	26
30	4	4	5	3	4	2	3	25
31	4	4	2	4	4	3	4	25
32	5	4	4	4	4	2	4	27
33	4	4	2	4	4	2	4	24
34	4	4	5	4	4	3	3	27
35	5	4	5	4	4	2	4	28
36	4	4	4	4	4	2	3	25

37	4	3	5	4	4	3	4	27
38	5	4	4	4	4	2	3	26
39	4	3	4	4	4	3	5	27
40	4	4	4	4	4	2	4	26
41	5	4	4	3	4	3	4	27
42	5	4	5	4	4	4	4	30
43	5	5	4	5	5	4	4	32
44	4	5	3	4	4	3	4	27
45	5	5	4	5	5	4	4	32
46	4	5	5	5	5	5	5	34
47	5	4	4	4	5	4	5	31
48	4	4	5	4	4	3	4	28
49	4	4	5	3	4	3	5	28
50	4	4	4	5	5	4	4	30
51	5	4	4	5	5	3	4	30
52	5	5	5	3	4	3	3	28
53	4	5	5	4	5	3	4	30
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	5	3	2	3	3	3	23
56	5	4	5	4	4	4	3	29
57	4	4	2	4	4	2	4	24
58	4	4	5	4	4	3	3	27
59	5	4	5	4	4	2	4	28
60	4	4	4	4	4	2	3	25
61	4	3	5	4	4	3	4	27
62	5	4	4	4	4	2	3	26

DAFTAR SKOR JAWABAN KUESIONER VARIABEL PELAYANAN (X4)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
1	5	5	5	5	4	4	4	32
2	4	5	4	5	4	4	3	29
3	4	5	4	4	4	4	3	28
4	5	5	4	5	4	5	2	30
5	5	5	5	5	5	5	2	32
6	4	5	4	5	4	5	5	32
7	4	5	4	5	4	4	2	28
8	5	5	5	5	5	5	3	33
9	5	5	5	4	4	4	4	31
10	5	5	5	5	5	5	2	32
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	5	4	5	4	4	4	3	29
15	5	4	4	5	4	4	3	29
16	5	5	5	5	5	5	2	32
17	4	4	4	5	3	4	5	29
18	5	4	4	5	4	4	4	30
19	4	4	5	4	5	4	5	31
20	4	5	4	5	4	5	4	31
21	4	5	4	4	4	4	4	29
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	5	4	4	4	4	4	29
24	4	4	4	4	4	4	4	28
25	5	5	5	5	5	5	5	35
26	5	4	4	4	4	4	4	29
27	4	4	4	5	4	4	4	29
28	4	4	4	4	3	4	4	27
29	4	5	4	4	3	3	2	25
30	4	4	4	4	4	2	4	26
31	5	4	4	4	4	4	3	28
32	4	5	4	4	4	4	3	28
33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	4	5	4	4	4	3	4	28

36	5	4	4	5	3	4	2	27
37	4	5	4	4	5	4	3	29
38	4	4	4	4	4	4	3	27
39	4	5	4	4	3	4	4	28
40	4	4	4	4	4	4	3	27
41	4	4	5	4	3	4	3	27
42	4	4	4	5	4	4	4	29
43	4	4	4	4	3	4	4	27
44	4	5	4	4	3	3	2	25
45	4	4	4	4	4	2	4	26
46	5	4	4	4	4	4	3	28
47	4	5	4	4	4	4	3	28
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	5	4	4	4	3	4	28
51	5	4	4	5	3	4	2	27
52	4	5	4	4	5	4	3	29
53	4	4	4	4	4	4	3	27
54	4	5	4	4	3	4	4	28
55	4	4	4	4	4	4	3	27
56	4	4	5	4	3	4	3	27
57	4	5	4	5	4	4	2	28
58	5	5	5	5	5	5	3	33
59	5	5	5	4	4	4	4	31
60	5	5	5	5	5	5	2	32
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	5	5	5	5	5	5	5	35

DAFTAR SKOR JAWABAN KUESINER VARIABEL KEPUTUSAN (Y)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
1	4	5	4	4	4	2	3	26
2	4	4	5	4	4	4	3	28
3	4	4	4	3	4	3	4	26
4	4	5	5	4	4	4	4	30
5	5	5	5	4	5	5	4	33
6	4	4	5	4	4	5	4	30
7	4	5	4	4	4	4	4	29
8	5	4	5	5	5	4	4	32
9	4	5	3	4	4	3	4	27
10	5	4	5	5	5	4	4	32
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	5	5	4	4	5	5	5	33
13	4	4	4	4	4	3	4	27
14	4	4	4	4	4	3	5	28
15	5	4	4	5	5	4	4	31
16	4	5	4	5	5	3	4	30
17	4	5	3	3	4	3	3	25
18	5	4	5	4	5	3	4	30
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	4	4	4	4	4	3	3	26
21	4	5	3	4	1	4	3	24
22	4	4	4	2	4	3	3	24
23	4	4	4	4	4	3	4	27
24	4	4	4	4	4	4	3	27
25	5	5	5	5	5	5	3	33
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	4	4	4	3	4	3	3	25
28	4	4	4	4	3	3	4	26
29	4	4	4	3	3	2	3	23
30	4	5	4	4	4	2	3	26
31	4	4	3	5	4	1	4	25
32	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	4	4	4	4	2	2	24
34	4	4	4	4	4	3	3	26
35	4	4	4	4	4	2	2	24
36	5	5	4	4	4	4	3	29

37	4	4	3	5	4	3	4	27
38	4	4	4	4	4	4	3	27
39	4	4	4	4	4	3	4	27
40	5	4	3	4	4	2	4	26
41	4	4	4	3	4	4	3	26
42	5	5	5	5	5	5	3	33
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	4	4	4	3	4	3	3	25
45	4	4	4	4	3	3	4	26
46	4	4	4	3	3	2	3	23
47	4	5	4	4	4	2	3	26
48	4	4	3	5	4	1	4	25
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	4	4	4	4	2	2	24
51	4	4	4	4	4	3	3	26
52	4	4	4	4	4	2	2	24
53	5	5	4	4	4	4	3	29
54	4	4	3	5	4	3	4	27
55	4	4	4	4	4	4	3	27
56	4	4	4	4	4	3	4	27
57	5	4	3	4	4	2	4	26
58	4	5	4	4	4	2	3	26
59	4	4	5	4	4	4	3	28
60	4	4	4	3	4	3	4	26
61	4	5	5	4	4	4	4	30
62	5	5	5	4	5	5	4	33

LAMPIRAN 4

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Lebih Memilih Pembiayaan Koperasi Dibandingkan Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Desa Binanga)

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir : a. SD b. SMP c. SMA d. S1

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Berikan *checklist* (√) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pertanyaan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
KS = Kurang Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

C. Daftar Pernyataan Kuesioner:

1. Pernyataan Keputusan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan koperasi karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Bank Syariah yang bebas riba atau bunga mendorong saya menggunakan bank Syariah					
3.	Proses yang mudah menyebabkan saya memilih menabung di koperasi daripada di bank syariah					
4.	Banyaknya produk bank syariah					

	membuat saya memutuskan memilih bank syariah					
5.	Saya menggunakan koperasi karena puas dengan kinerja koperasi					
6.	Saya lebih memilih bank syariah daripada koperasi					
7.	Saya berkomitmen menggunakan koperasi					

2. Pernyataan Faktor Pengetahuan (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tahu bank syariah itu bank yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits					
2.	Saya mengetahui apa saja produk bank syariah					
3.	Saya kurang mengerti perbedaan bank syariah dan koperasi					
4.	Saya mengetahui dimana tempat atau lokasi bank syariah					
5.	Proses pembiayaan bank syariah sama dengan koperasi					
6.	Saya merasakan bagaimana manfaat dari produk koperasi					
7.	Prinsip syariah hanya terletak pada label/merek bukan pada pelaksanaan usahanya					

3. Pernyataan Faktor Religiusitas (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya yakin koperasi itu dibolehkan dalam Islam					
2.	Saya tahu bahwa riba itu dilarang dalam Islam					
3.	Saya percaya produk bank Syariah sesuai dengan syariat Islam					
4.	Saya percaya bahwa setiap perbuatan pasti ada balasan dari Allah SWT					
5.	Koperasi bukan hanya mencari keuntungan dunia tapi juga demi kesejahteraan masyarakat banyak					
6.	Menggunakan koperasi adalah salah satu cara mendapatkan modal usaha					
7.	Riba sama dengan bunga bank					

4. Pernyataan Faktor Pelayanan (X₃)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pegawai bank selalu berpakaian rapi dan bersih					
2.	Adanya ATM memudahkan saya melakukan transaksi					
3.	Pegawai bank kurang tanggap dengan keluhan nasabah					
4.	<i>Mobile Banking</i> dan <i>E-banking</i> menjadi faktor pendorong saya menggunakan bank Syariah					
5.	Pegawai koperasi selalu ramah dan sopan dalam melayani pedagang					
6.	Fasilitas koperasi yang lengkap					

	membuat saya menggunakan koperasi					
7.	Pegawai koperasi selalu memahami kebutuhan pedagang					

5. Pernyataan Faktor Pribadi (X₄)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan koperasi dikarenakan tuntutan pekerjaan					
2.	Saya menggunakan jasa koperasi karena sesuai dengan penghasilan yang saya dapat					
3.	Saya yakin menggunakan koperasi					
4.	Produk koperasi tidak sesuai dengan selera saya					
5.	Saya menggunakan bank syariah karena ajakan dari teman					
6.	Saya nyaman menggunakan bank syariah					
7.	Saya menggunakan koperasi sejak awal mula berdagang					

LAMPIRAN 5

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254

35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393

90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN 7

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,01

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4052	4999	5403	5625	5764	5859	5928	5981	6022	6056	6083	6106	6126	6143	6157
2	98.50	99.00	99.17	99.25	99.30	99.33	99.36	99.37	99.39	99.40	99.41	99.42	99.42	99.43	99.43
3	34.12	30.82	29.46	28.71	28.24	27.91	27.67	27.49	27.35	27.23	27.13	27.05	26.98	26.9	26.87
4	21.20	18.00	16.69	15.98	15.52	15.21	14.98	14.80	14.66	14.55	14.45	14.37	14.31	14.2	14.20
5	16.26	13.27	12.06	11.39	10.97	10.67	10.46	10.29	10.16	10.05	9.96	9.89	9.82	9.77	9.72
6	13.75	10.92	9.78	9.15	8.75	8.47	8.26	8.10	7.98	7.87	7.79	7.72	7.66	7.60	7.56
7	12.25	9.55	8.45	7.85	7.46	7.19	6.99	6.84	6.72	6.62	6.54	6.47	6.41	6.36	6.31
8	11.26	8.65	7.59	7.01	6.63	6.37	6.18	6.03	5.91	5.81	5.73	5.67	5.61	5.56	5.52
9	10.56	8.02	6.99	6.42	6.06	5.80	5.61	5.47	5.35	5.26	5.18	5.11	5.05	5.01	4.96
10	10.04	7.56	6.55	5.99	5.64	5.39	5.20	5.06	4.94	4.85	4.77	4.71	4.65	4.60	4.56
11	9.65	7.21	6.22	5.67	5.32	5.07	4.89	4.74	4.63	4.54	4.46	4.40	4.34	4.29	4.25
12	9.33	6.93	5.95	5.41	5.06	4.82	4.64	4.50	4.39	4.30	4.22	4.16	4.10	4.05	4.01
13	9.07	6.70	5.74	5.21	4.86	4.62	4.44	4.30	4.19	4.10	4.02	3.96	3.91	3.86	3.82
14	8.86	6.51	5.56	5.04	4.69	4.46	4.28	4.14	4.03	3.94	3.86	3.80	3.75	3.70	3.66
15	8.68	6.36	5.42	4.89	4.56	4.32	4.14	4.00	3.89	3.80	3.73	3.67	3.61	3.56	3.52
16	8.53	6.23	5.29	4.77	4.44	4.20	4.03	3.89	3.78	3.69	3.62	3.55	3.50	3.45	3.41
17	8.40	6.11	5.18	4.67	4.34	4.10	3.93	3.79	3.68	3.59	3.52	3.46	3.40	3.35	3.31
18	8.29	6.01	5.09	4.58	4.25	4.01	3.84	3.71	3.60	3.51	3.43	3.37	3.32	3.27	3.23
19	8.18	5.93	5.01	4.50	4.17	3.94	3.77	3.63	3.52	3.43	3.36	3.30	3.24	3.19	3.15
20	8.10	5.85	4.94	4.43	4.10	3.87	3.70	3.56	3.46	3.37	3.29	3.23	3.18	3.13	3.09
21	8.02	5.78	4.87	4.37	4.04	3.81	3.64	3.51	3.40	3.31	3.24	3.17	3.12	3.07	3.03
22	7.95	5.72	4.82	4.31	3.99	3.76	3.59	3.45	3.35	3.26	3.18	3.12	3.07	3.02	2.98
23	7.88	5.66	4.76	4.26	3.94	3.71	3.54	3.41	3.30	3.21	3.14	3.07	3.02	2.97	2.93
24	7.82	5.61	4.72	4.22	3.90	3.67	3.50	3.36	3.26	3.17	3.09	3.03	2.98	2.93	2.89
25	7.77	5.57	4.68	4.18	3.85	3.63	3.46	3.32	3.22	3.13	3.06	2.99	2.94	2.89	2.85
26	7.72	5.53	4.64	4.14	3.82	3.59	3.42	3.29	3.18	3.09	3.02	2.96	2.90	2.86	2.81
27	7.68	5.49	4.60	4.11	3.78	3.56	3.39	3.26	3.15	3.06	2.99	2.93	2.87	2.82	2.78
28	7.64	5.45	4.57	4.07	3.75	3.53	3.36	3.23	3.12	3.03	2.96	2.90	2.84	2.79	2.75
29	7.60	5.42	4.54	4.04	3.73	3.50	3.33	3.20	3.09	3.00	2.93	2.87	2.81	2.77	2.73
30	7.56	5.39	4.51	4.02	3.70	3.47	3.30	3.17	3.07	2.98	2.91	2.84	2.79	2.74	2.70
31	7.53	5.36	4.48	3.99	3.67	3.45	3.28	3.15	3.04	2.96	2.88	2.82	2.77	2.72	2.68
32	7.50	5.34	4.46	3.97	3.65	3.43	3.26	3.13	3.02	2.93	2.86	2.80	2.74	2.70	2.65
33	7.47	5.31	4.44	3.95	3.63	3.41	3.24	3.11	3.00	2.91	2.84	2.78	2.72	2.68	2.63
34	7.44	5.29	4.42	3.93	3.61	3.39	3.22	3.09	2.98	2.89	2.82	2.76	2.70	2.66	2.61
35	7.42	5.27	4.40	3.91	3.59	3.37	3.20	3.07	2.96	2.88	2.80	2.74	2.69	2.64	2.60
36	7.40	5.25	4.38	3.89	3.57	3.35	3.18	3.05	2.95	2.86	2.79	2.72	2.67	2.62	2.58

37	7.37	5.23	4.36	3.87	3.56	3.33	3.17	3.04	2.93	2.84	2.77	2.71	2.65	2.61	2.56
38	7.35	5.21	4.34	3.86	3.54	3.32	3.15	3.02	2.92	2.83	2.75	2.69	2.64	2.59	2.55
39	7.33	5.19	4.33	3.84	3.53	3.30	3.14	3.01	2.90	2.81	2.74	2.68	2.62	2.58	2.54
40	7.31	5.18	4.31	3.83	3.51	3.29	3.12	2.99	2.89	2.80	2.73	2.66	2.61	2.56	2.52
41	7.30	5.16	4.30	3.81	3.50	3.28	3.11	2.98	2.87	2.79	2.71	2.65	2.60	2.55	2.51
42	7.28	5.15	4.29	3.80	3.49	3.27	3.10	2.97	2.86	2.78	2.70	2.64	2.59	2.54	2.50
43	7.26	5.14	4.27	3.79	3.48	3.25	3.09	2.96	2.85	2.76	2.69	2.63	2.57	2.53	2.49
44	7.25	5.12	4.26	3.78	3.47	3.24	3.08	2.95	2.84	2.75	2.68	2.62	2.56	2.52	2.47
45	7.23	5.11	4.25	3.77	3.45	3.23	3.07	2.94	2.83	2.74	2.67	2.61	2.55	2.51	2.46

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,01

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	7.22	5.10	4.24	3.76	3.44	3.22	3.06	2.93	2.82	2.73	2.66	2.60	2.54	2.50	2.45
47	7.21	5.09	4.23	3.75	3.43	3.21	3.05	2.92	2.81	2.72	2.65	2.59	2.53	2.49	2.44
48	7.19	5.08	4.22	3.74	3.43	3.20	3.04	2.91	2.80	2.71	2.64	2.58	2.53	2.48	2.44
49	7.18	5.07	4.21	3.73	3.42	3.19	3.03	2.90	2.79	2.71	2.63	2.57	2.52	2.47	2.43
50	7.17	5.06	4.20	3.72	3.41	3.19	3.02	2.89	2.78	2.70	2.63	2.56	2.51	2.46	2.42
51	7.16	5.05	4.19	3.71	3.40	3.18	3.01	2.88	2.78	2.69	2.62	2.55	2.50	2.45	2.41
52	7.15	5.04	4.18	3.70	3.39	3.17	3.00	2.87	2.77	2.68	2.61	2.55	2.49	2.45	2.40
53	7.14	5.03	4.17	3.70	3.38	3.16	3.00	2.87	2.76	2.68	2.60	2.54	2.49	2.44	2.40
54	7.13	5.02	4.17	3.69	3.38	3.16	2.99	2.86	2.76	2.67	2.60	2.53	2.48	2.43	2.39
55	7.12	5.01	4.16	3.68	3.37	3.15	2.98	2.85	2.75	2.66	2.59	2.53	2.47	2.42	2.38
56	7.11	5.01	4.15	3.67	3.36	3.14	2.98	2.85	2.74	2.66	2.58	2.52	2.47	2.42	2.38
57	7.10	5.00	4.15	3.67	3.36	3.14	2.97	2.84	2.74	2.65	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37
58	7.09	4.99	4.14	3.66	3.35	3.13	2.96	2.83	2.73	2.64	2.57	2.51	2.45	2.41	2.36
59	7.08	4.98	4.13	3.65	3.34	3.12	2.96	2.83	2.72	2.64	2.56	2.50	2.45	2.40	2.36
60	7.08	4.98	4.13	3.65	3.34	3.12	2.95	2.82	2.72	2.63	2.56	2.50	2.44	2.39	2.35
61	7.07	4.97	4.12	3.64	3.33	3.11	2.95	2.82	2.71	2.63	2.55	2.49	2.44	2.39	2.35
62	7.06	4.96	4.11	3.64	3.33	3.11	2.94	2.81	2.71	2.62	2.55	2.49	2.43	2.38	2.34
63	7.06	4.96	4.11	3.63	3.32	3.10	2.94	2.81	2.70	2.62	2.54	2.48	2.43	2.38	2.34
64	7.05	4.95	4.10	3.63	3.32	3.10	2.93	2.80	2.70	2.61	2.54	2.48	2.42	2.37	2.33
65	7.04	4.95	4.10	3.62	3.31	3.09	2.93	2.80	2.69	2.61	2.53	2.47	2.42	2.37	2.33
66	7.04	4.94	4.09	3.62	3.31	3.09	2.92	2.79	2.69	2.60	2.53	2.47	2.41	2.36	2.32
67	7.03	4.94	4.09	3.61	3.30	3.08	2.92	2.79	2.68	2.60	2.52	2.46	2.41	2.36	2.32
68	7.02	4.93	4.08	3.61	3.30	3.08	2.91	2.78	2.68	2.59	2.52	2.46	2.40	2.36	2.31
69	7.02	4.93	4.08	3.60	3.29	3.08	2.91	2.78	2.68	2.59	2.52	2.45	2.40	2.35	2.31
70	7.01	4.92	4.07	3.60	3.29	3.07	2.91	2.78	2.67	2.59	2.51	2.45	2.40	2.35	2.31
71	7.01	4.92	4.07	3.60	3.29	3.07	2.90	2.77	2.67	2.58	2.51	2.45	2.39	2.34	2.30
72	7.00	4.91	4.07	3.59	3.28	3.06	2.90	2.77	2.66	2.58	2.50	2.44	2.39	2.34	2.30
73	7.00	4.91	4.06	3.59	3.28	3.06	2.89	2.77	2.66	2.57	2.50	2.44	2.38	2.34	2.29
74	6.99	4.90	4.06	3.58	3.28	3.06	2.89	2.76	2.66	2.57	2.50	2.43	2.38	2.33	2.29
75	6.99	4.90	4.05	3.58	3.27	3.05	2.89	2.76	2.65	2.57	2.49	2.43	2.38	2.33	2.29
76	6.98	4.90	4.05	3.58	3.27	3.05	2.88	2.75	2.65	2.56	2.49	2.43	2.37	2.33	2.28
77	6.98	4.89	4.05	3.57	3.26	3.05	2.88	2.75	2.65	2.56	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28

78	6.97	4.89	4.04	3.57	3.26	3.04	2.88	2.75	2.64	2.56	2.48	2.42	2.37	2.32	2.28
79	6.97	4.88	4.04	3.57	3.26	3.04	2.87	2.75	2.64	2.55	2.48	2.42	2.36	2.32	2.27
80	6.96	4.88	4.04	3.56	3.26	3.04	2.87	2.74	2.64	2.55	2.48	2.42	2.36	2.31	2.27
81	6.96	4.88	4.03	3.56	3.25	3.03	2.87	2.74	2.63	2.55	2.47	2.41	2.36	2.31	2.27
82	6.95	4.87	4.03	3.56	3.25	3.03	2.87	2.74	2.63	2.54	2.47	2.41	2.35	2.31	2.27
83	6.95	4.87	4.03	3.55	3.25	3.03	2.86	2.73	2.63	2.54	2.47	2.41	2.35	2.30	2.26
84	6.95	4.87	4.02	3.55	3.24	3.02	2.86	2.73	2.63	2.54	2.47	2.40	2.35	2.30	2.26
85	6.94	4.86	4.02	3.55	3.24	3.02	2.86	2.73	2.62	2.54	2.46	2.40	2.35	2.30	2.26
86	6.94	4.86	4.02	3.55	3.24	3.02	2.85	2.73	2.62	2.53	2.46	2.40	2.34	2.30	2.25
87	6.94	4.86	4.02	3.54	3.24	3.02	2.85	2.72	2.62	2.53	2.46	2.40	2.34	2.29	2.25
88	6.93	4.85	4.01	3.54	3.23	3.01	2.85	2.72	2.62	2.53	2.46	2.39	2.34	2.29	2.25
89	6.93	4.85	4.01	3.54	3.23	3.01	2.85	2.72	2.61	2.53	2.45	2.39	2.34	2.29	2.25
90	6.93	4.85	4.01	3.53	3.23	3.01	2.84	2.72	2.61	2.52	2.45	2.39	2.33	2.29	2.24

LAMPIRAN 7

DOKUMENTASI





