

**PENGARUH SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BPRS MITRA
HARMONI SEMARANG**

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

Cindy Ega Pratiwi

(1605036004)

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2020

H. Khoirul Anwar, M.Ag
Jl. Bukit Barisan D V/1, RT 01/RW 10, Bringin, Ngaliyan
Warno, SE., M.Si
RT 04 RW 01 Kalalang Lama, Sukorejo, Gunung Pati

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Cindy Ega Pratiwi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Cindy Ega Pratiwi

NIM : 1605036004

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Dengan ini kami mohon kiranya Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

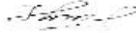
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 10 Mei 2020

Pembimbing I

Pembimbing II


H. Khoirul Anwar, M.Ag


Warno, SE. M.Si

NIP.19690420 199603 1 002

NIP. 19830721 201503 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka kampus III Ngaliyan Telp./Fax (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Cindy Ega Pratiwi
NIM : 1605036004
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang**

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 09 Juni 2020.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 09 Juni 2020

Ketua Sidang

Mohammad Nadzir, M.Si.
NIP. 19730923 200312 1 002

Sekretaris Sidang

H. Khoirul Anwar, M. Ag.
NIP.19690420 199603 1 002



Penguji I

H. Johan Arifin, S. Ag., M. M.
NIP. 19710908 200212 1 001

Penguji II

Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag.
NIP. 19690830 199403 2 003

Pembimbing I

H. Khoirul Anwar, M. Ag.
NIP. 19690420 199603 1 002

Pembimbing II

Warno, S.E., M.Si.
NIP. 19830721 201503 1 002

ABSTRAK

Perekonomian saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, banyak lembaga keuangan yang saling bersaing agar dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih suatu lembaga yang digunakan sebagai sirkulasi dana mereka khususnya menabung. Jika dilihat dari kondisi yang terjadi nasabah memutuskan untuk menabung khususnya di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena adanya faktor sosial yang mempengaruhinya dimana mereka mendapatkan rekomendasi dari pihak keluarga maupun dari lingkungan sekitarnya. Tujuan penelitian untuk mengetahui beberapa faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan menabung diantaranya faktor sosial, pribadi dan psikologis. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “ Pengaruh Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang”. Dengan harapan setelah penelitian ini dilakukan dapat menambah pengetahuan dan edukasi bagi beberapa pihak.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara responden melakukan pengisian kuesioner. Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik incidental dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin karena jumlah respondennya sudah diketahui. Jumlah respondennya sebanyak 84 orang. Dan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif statistik, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji determinasi, uji parsial dan uji simultan.

Berdasarkan hasil uji pada penelitian diatas, uji f test menunjukkan bahwa variabel sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel sosial dan pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Dan untuk variabel psikologis berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai $1,612 < 1,990$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,111 > 0,05$. Jadi hasil dari penelitian tersebut secara keseluruhan variabel independen (sosial, pribadi dan psikologis) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menabung), tetapi ada variabel lain yang mempengaruhinya yang tidak tertera dalam penelitian tersebut.

Kata Kunci : Sosial, Pribadi, Psikologis dan Keputusan Menabung.

ABSTRACT

The economy is currently develop very rapidly, many financial institutions are competing with each other in order to influence the customer's decision to choose an institution that is used as a circulation of their funds, especially saving money. It seen from the c conditions that occur the customer decides to save, expecially in BPRS Mitra Harmoni Semarang, because of sosial factors that influence it where they get recommendations from family and the surrounding environment. There were several important factors could be used as research purpose that can influence savings decisions such as social life, personal life, and psychological factors. Therefore, the researchers were interested to study about "Social, Personal, and Psychological Effecta on Saving Decisions at the BPRS Mitra Harmoni, Semarang". Hopefully, this research can increase knowledge and education for several parties.

The method that was used in this research is quantitative descriptive method. The data collection technique was used questionnaire that filled out by respondents. While the sampling technique in this study was used incidental techniques and the determination of the number of samples was used the Slovin formula because the number of respondents was already known. The number of respondents was 84 people. Then statistical descriptive techniques, validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, determination test, partial test, and simultaneous test were used for the data analysis techniques.

Based on the results of this study, the f test shows that social life, personal life, and psychological variables simultaneously influence the decision to save at the BPRS Mitra Harmoni Semarang. While the results of t test shows that social and personal variables have a positive and significant effect on savings decisions at the BPRS Mitra Harmoni Semarang. And for psychological variables have a positive but not significant effect on the decision to save at the BPRS Mitra Harmoni Semarang. The value of $t_{count} < t_{table}$ with a value of $1.612 < 1.990$ and a significance value of $0.111 > 0.05$. So the result of the research as a whole independent variables (social, personal, and psychological) have an influence on the dependent variabel (saving decision), but there are other variables that influence it that are not listed in the research.

Keywords : Social, Personal, Psychological, Saving Decision

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang-orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 10 Mei 2020

Deklarator



Cindy Ega Pratiwi
NIM 1605036004

MOTTO

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَّحْسُورًا ۲۹

Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehernu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.

QS.Al-Isra '(17) Ayat 29

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat, serta karunianya yang tiada hentinya kepada diri ini. Sholawat serta salam kita sanjungkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan hingga ke zaman yang terang benderang seperti saat ini. Dengan segala kerendahan hati dan sebagai bentuk rasa terimakasih skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua tercinta Bapak Alan Suparlan dan Ibu Nanik Rahayu yang telah berjuang sampai detik ini demi anaknya, yang tiada henti-hentinya selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah ku. Semua ku persembahkan karna kalian adalah penyemangat hidup ku.
2. Adik tercinta Dika Dwi Prayoga yang menjadi penyemangat dalam setiap langkah ku.
3. Almarhum Mbah Darjan mbah kakung ku tercinta, yang selama ini selalu mendoakan dan mendukung ku sampai akhir hayatnya.
4. Keluarga besar ku yang berada di Lampung dan di Jawa terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini,.
5. Teman-teman seperjuangan PBAS A 16 kelas nusantara terimakasih karna sudah mengajarkan ku banyak hal selama duduk dibangku perkuliahan, mengajarkan bagaimana bisa menghargai perbedaan suku dan budaya, semoga tali silaturahmi kita tetap terjalin dengan baik selamanya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya. Tak lupa juga shalawat serta salam kita sanjungkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan hingga ke zaman yang terang benderang seperti saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata S1 dalam Ilmu Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, dukungan serta masukan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum , SE.,M.Si, selaku ketua jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Muyassaroh, M.Si, selaku sekretaris jurusan S1 Perbankan Syariah.
5. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag, selaku wali dosen studi.yang telah membimbing selama masa perkuliahan.
6. Bapak H. Khoirul Anwar, M.Ag, selaku dosen pembimbing I dan Bapak Warno, SE.,M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Seluruh pegawai dan nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang telah mengizinkan dan membantu penulis selama melakukan penelitian.
9. Teruntuk orang tua Bapak Alan Suparlan dan Ibu Nanik Rahayu yang tiada hentinya selalu mendoakan dan mendukung penulis dengan ikhlas.
10. Adik tercinta Dika Dwi Prayoga yang selalu mendoakan.
11. Keluarga besar di Lampung dan di Jawa yang selalu mendoakan dan mendukung selama penulis menuntut ilmu.
12. Teman-teman seperjuangan PBAS A, teman-teman angkatan 16, dan teman-teman Posko 14 yang selalu memberikan semangat dan telah mengajarkan banyak hal kepada penulis.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis percaya bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis harap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun agar dapat dijadikan perbaikan untuk kedepannya.

Sekali lagi penulis mengucapkan banyak terimakasih dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis maupun bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Semarang,23 April 2020

Penulis

Cindy Ega Pratiwi

NIM 1605036004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Prof. Dr. Hamka kampus III Ngaliyan (024) 7601291
 Fax. 7624691 Semarang 50185

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/Untuk1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	‘
ث	ṡ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	‘
ص	ṡ	ي	Y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = I panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

a = أو

ai = أي

iy = ا

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
DEKLARASI.....	vi
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Bank Syariah.....	11
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	11
2.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	11

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen... ..	12
2.2.2.1 Faktor Sosial.....	12
2.2.2.2 Faktor Pribadi.....	16
2.2.2.3 Faktor Psikologis.....	20
2.3 Keputusan Menabung.....	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	28
2.5 Kerangka Pikir.....	32
2.6 Hipotesis.....	32
2.6.1 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Menabung.....	33
2.6.2 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Menabung.....	33
2.6.3 Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Menabung ...	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Kuesioner (Angket).....	39
3.4.2 Wawancara.....	39
3.5 Skala Pengukuran.....	40
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian.....	41
3.6.1 Variabel Penelitian.....	41
3.6.2 Definisi Operasional.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Deskriptif Statistik.....	43
3.7.2 Uji Validitas.....	43
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	44
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	44

3.7.4.1 Uji Normalitas	45
3.7.4.2 Uji Multikolinieritas	45
3.7.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	45
3.7.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	46
3.7.6 Uji Hipotesis.....	46
3.7.6.1 Uji Koefisien Determinasi	47
3.7.6.2 Uji Parsial (Uji t)	48
3.7.6.3 Uji Simultan (Uji f)	48
BAB IV INTERPRETASI DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Pengertian BPRS.....	49
4.1.2 Kegiatan Usaha BPRS.....	50
4.1.3 Tujuan BPRS.....	51
4.1.4 Sejarah BPRS Mitra Harmoni Semarang.....	51
4.1.5 Visi dan Misi BPRS Mitra Harmoni Semarang.....	52
4.1.6 Struktur Organisasi BPRS Mitra Harmoni Semarang.....	53
4.1.7 Produk-produk BPRS Mitra Harmoni Semarang.....	54
4.2 Karakteristik Responden.....	58
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	59
4.2.2 Usia Responden.....	59
4.2.3 Pendidikan Responden.....	60
4.2.4 Pekerjaan Responden.....	61
4.2.5 Penghasilan Responden.....	62
4.2.6 Lama Responden Menabung.....	63
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	64
4.4 Uji Analisis Deskriptif	71
4.5 Uji Validitas dan Reabilitas Intrumen.....	73
4.5.1 Uji Validitas	73
4.5.2 Uji Reabilitas	74
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	75

4.6.1 Uji Normalitas.....	75
4.6.2 Uji Multikolinieritas.....	76
4.6.3 Uji Heretoskedastisitas.....	77
4.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.8 Uji Hipotesis	79
4.8.1 Uji Koefisien Determinasi.....	79
4.8.2 Uji Pengaruh Simultan (F test).....	80
4.8.3 Uji Parsial (uji t).....	81
4.9 Hasil dan Pembahasan Pengaruh Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.....	83
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pembukaan rekening nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Definisi operasional penelitian.....	43
Tabel 4.1 Presentase jenis kelamin responden.....	59
Tabel 4.2 Presentase usia responden.....	59
Tabel 4.3 Presentase pendidikan responden.....	60
Tabel 4.4 Presentase pekerjaan responden.....	61
Tabel 4.5 Presentase penghasilan responden.....	62
Tabel 4.6 Presentase lama menjadi nasabah.....	63
Tabel 4.7 Data hasil kuesioner.....	65
Tabel 4.8 Uji deskriptif statistik.....	71
Tabel 4.9 Uji validitas.....	74
Tabel 4.10 Uji reliabilitas.....	74
Tabel 4.11 Uji normalitas.....	75
Tabel 4.12 Uji multikolinieritas.....	76
Tabel 4.13 Uji regresi linear berganda.....	78
Tabel 4.14 Uji koefisien determinasi.....	79
Tabel 4.15 Uji F (test).....	80
Tabel 4.16 Uji parsial (t).....	81

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perkembangan kegiatan usaha BPRS di Indonesia dari tahun 2016- oktober 2019.....	4
Grafik 2.1 Hasil uji deskriptif statistik.....	72

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Era globalisasi ini perekonomian dunia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, banyak nya lembaga-lembaga yang bermunculan ataupun perusahaan-perusahaan yang saling bersaing di sektor industri jasa, sektor sekunder (*manufaktur*), maupun sektor primer (pertambangan, pertanian serta perikanan). Ketatnya persaingan yang ada membuat masing-masing lembaga atau perusahaan memikirkan strategi pemasaran agar dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank sebagai lembaga yang digunakan sebagai sirkulasi dana masyarakat terutama dalam menabung.¹ Karena bagi suatu lembaga yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan usaha suatu bank adalah nasabah, karena nasabah diibaratkan sebagai nafas. Oleh sebab itu, agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang nantinya akan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank maka bank harus berupaya mencari nasabah dengan sebanyak-banyaknya.

Lembaga perbankan merupakan suatu lembaga atau badan usaha yang melakukan kegiatan dibidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan.² Di Indonesia juga telah diterapkan dua sistem dalam perbankan, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Dalam artian luas bank syariah dapat di definisikan sebagai bank yang mempunyai landasan utama yaitu berupa bagi hasil dalam setiap operasinya, baik dalam pembiayaan, pendanaan, maupun dalam produk lainnya. Produk-produk di bank syariah mempunyai sedikit kemiripan tetapi tidak sama

¹ Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, “Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember” Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH Volume 14, Nomor 2, November 2016.

² Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2007, hal.2.

dengan produk di bank konvensional karena adanya pelarangan *maysir*, *gharar*, dan *riba*. Oleh sebab itu, saat beroperasi baik dari pendanaan, pembiayaan maupun dari produk lain yang ada di bank syariah harus menghindari unsur-unsur yang sangat dilarang tersebut. Selain adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dengan adanya fenomena yang membedakan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah ini tentunya juga akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih perbankan mana yang semestinya mereka gunakan.³

Maka yang dimaksud dengan bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah yang mana terhindar dari *riba*, *maysir* dan *gharar* dan menurut jenisnya dibagi menjadi Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Umum Syariah (BUS) merupakan bank syariah yang mana dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank syariah yang mana dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayarannya dan lingkup BPRS yang masih tergolong kecil. Berdasarkan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, kelembagaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah semakin diperkuat dengan landasan hukum. Yang cukup menarik adalah sejak undang-undang ini diberlakukan istilah “perkreditan” dalam BPRS diganti dengan “pembiayaan”. Perbankan telah diatur dalam Undang-undang No.7 tahun 1992 dan telah disahkan pada tanggal 25 Maret 1992, untuk pertama kalinya kegiatan usaha bank diakomodasikan sesuai dengan prinsip syariah. Artinya berdasarkan undang-undang ini istilah bank syariah saat itu secara formal dikenal dengan istilah bank bagi hasil. Penjelasan beserta pelaksanaan teknis dari undang-undang tersebut adalah dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) No.72 tahun 1992 tentang Bank sesuai dengan prinsip bagi hasil.⁴

³ Mardani, “*Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*”, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015, hal.11.

⁴ Darsono, Ali Sakti, Ascarya dkk, “*Perbankan Syariah di Indonesia*”, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017, hal.105.

Landasan terkait hukum BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) telah dijelaskan dalam Al-Qur'an QS An-Nisa/4:29 berikut ini :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Qs. Al-Baqarah ayat 278 juga melarang adanya riba.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman”.

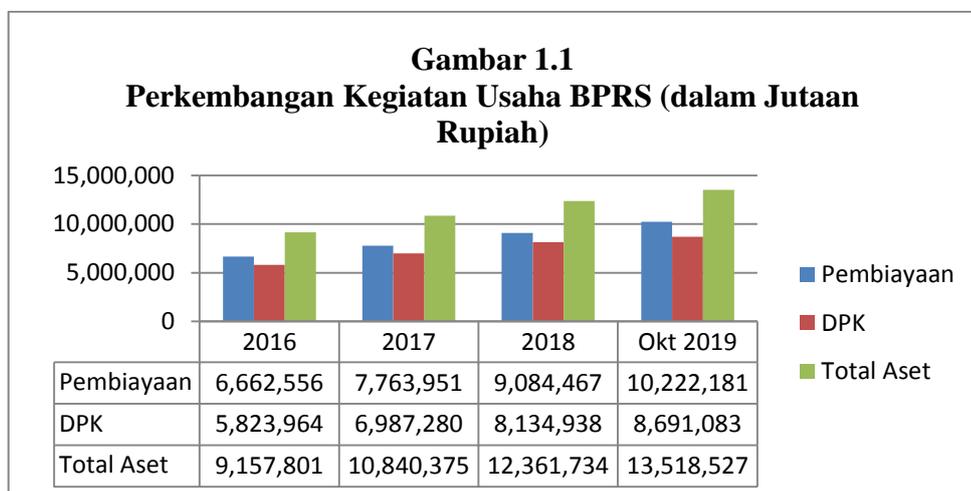
Ayat-ayat Al-Qur'an diatas menjelaskan secara tegas agar orang-orang yang bertaqwa kepada Allah SWT segera meninggalkan riba karena itu perbuatan yang tidak baik dan bisa merugikan orang lain.

Selain itu, sebagai muslim yang beriman dan bertaqwa kepada Allah swt untuk selalu memperhatikan makanan yang setiap harinya mereka peroleh agar terhindar dari laknat Allah, artinya janganlah kita memperoleh makanan tersebut dengan jalan yang haram. Karena Allah SWT telah memberikan solusi melalui jual beli atau perniagaan atas dasar keridhoan dari kedua belah pihak atau antara penjual dan pembeli.

Lembaga keuangan syariah yang dikenal dengan nama BPRS Mitra Harmoni ini merupakan salah satu bank yang fokus di pembiayaan syariah di Indonesia. Terlebih lagi dengan ketatnya persaingan yang dihadapi jika dilihat dari promosi yang dilakukan oleh masing-masing bank syariah membuat daya tarik tersendiri bagi kalangan konsumen atau nasabah dalam memilih lembaga keuangan yang dapat mengelola keuangan mereka dengan aman dan profesional tanpa ada pihak yang dirugikan. Ada beberapa faktor-faktor yang dapat

mempengaruhi masyarakat (nasabah) dalam mengambil keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Hal ini tentunya yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menabung karena setiap individu atau nasabah mempunyai pengalaman dan referensi yang banyak dan berbeda-beda. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menabung adalah faktor sosial, karena masyarakat merupakan makhluk sosial artinya masyarakat tidak lepas dari interaksi dengan sesama baik dengan keluarga, tetangga maupun kerabat kerja. Dengan adanya bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) sangat penting dan diharapkan dapat menggerakkan sektor riil bagi pertumbuhan perekonomian. BPRS memiliki sistem operasional yang tentunya berbeda dengan bank perkreditan rakyat konvensional. BPRS memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya.⁵

Hingga saat ini perkembangan BPRS di Indonesia dapat dikatakan sudah baik, tetapi jika dibandingkan dengan bank konvensional masih belum setara. Dibawah ini merupakan perkembangan kegiatan usaha BPRS di Indonesia dari tahun 2016-okt 2019.



Sumber: *SPS OJK Tahun 2014-2018*, <http://www.ojk.go.id/>

⁵ Imam Mu'aziz, Ikhwan Hamdani, Ahmad Mulyadi Kosim, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah di BPRS Amanah Ummah", *Al-infaq Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 2, Desember 2017, hal.108.

Berdasarkan data pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa perkembangan BPRS cukup signifikan. Hal ini dapat dilihat dari DPK (dana pihak ketiga) yang telah berhasil dihimpun oleh BPRS mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada Oktober 2019 DPK dari BPRS sebesar 8,691,083 (dalam jutaan rupiah). Besarnya DPK mengidentifikasi besarnya kepercayaan masyarakat dalam menyimpan dana di BPRS. Oleh sebab itu, dana DPK adalah salah satu sumber dana bank yang harus tetap dijaga kestabilannya.

Gambar 1.2
Data Pembukaan Rekening Nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang
Tahun 2016-2019

Tahun	Tabungan	Deposito	Jumlah Pembukaan Rekening Nasabah
2016	519	58	577
2017	557	46	603
2018	386	43	429
2019	519	40	559
Total			2.148

Berdasarkan data tabel 1.2 menunjukkan bahwa adanya ketidakstabilan tingkat pembukaan rekening nasabah khususnya pada produk tabungan yang mana dapat dilihat dari kurun waktu 4 tahun terakhir dari tahun 2016-2019. Ketidakstabilan ini juga dapat dilihat dari naik turunnya jumlah pembukaan rekening pada tahun 20017 yaitu sebesar 557 nasabah, sedangkan di tahun berikutnya yaitu pada tahun 2018 pembukaan rekening nasabah hanya sebesar 386 nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat daya menabung nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang mengalami ketidakstabilan yang disebabkan karena beberapa faktor baik dari faktor sosial, pribadi dan psikologis.

Ketertarikan peneliti untuk meneliti di BPRS Mitra Harmoni Semarang ini memang dilihat dari Faktor yang mempengaruhinya seperti sosial, pribadi maupun psikologi. Yang membedakan BPRS Mitra Harmoni Semarang dengan BPRS lainnya adalah terkait produk yang ditawarkan yaitu salah satu produk tabungan yang mana bagi hasilnya lebih tinggi dan ada cash back hadiah. Untuk pembiayaan sendiri ada yang namanya pembiayaan tepat waktu atau iptw, jadi

dalam pembiayaan ini jika nasabah membayar angsurannya tepat waktu maka akan ada cash back setiap bulannya yang diberikan

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti setelah melakukan wawancara kepada beberapa nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang salah satunya adanya dengan Bapak Sudiby Setiawan yang beralamat di Perumahan Graha Telogosari Semarang, bahwa faktor yang mempengaruhi beliau untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah faktor sosial. Yang mana faktor sosial disebabkan karena adanya dorongan dari keluarga maupun dorongan dari lingkungan sekitarnya. Selain itu juga BPRS Mitra Harmoni Semarang memberikan kepuasan tersendiri baik dari segi pelayanannya terhadap para nasabahnya.⁶

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya terdapat adanya *research gap* dari ketiga variabel yang diduga mempengaruhi keputusan menabung. Terkait penelitian yang dilakukan Siti Umi Hanik dkk (2014) menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.⁷ Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Atin Yulaifah (2011) yang menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.⁸

Terkait penelitian yang dilakukan Siti Umi Hanik dkk (2014) menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizalun Nashoha (2019) menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.⁹

Terkait penelitian yang dilakukan Atin Yulaifah (2011) menyatakan bahwa faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Ida Nuelaeli

⁶ Wawancara dengan Sudiby Setiawan, 11 Maret 2019 di BPRS Mitra Harmoni Semarang

⁷ Siti Umi Hanik dkk, "Keputusan Nasabah Memilih Perbankan Syariah", JABPI Volume 22, Nomor 2, Juli 2014.

⁸ Atin Yulaifah, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah", Skripsi 2011, hal. 35.

⁹ Muhammad Rizalun Nashoha, "Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah", Skripsi 2019, hal.35.

(2017 yang menyatakan bahwa faktor psikologis berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.¹⁰

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap individu mempunyai pendapat serta sikap yang berbeda-beda terhadap hasil dari suatu variabel. Perusahaan berupaya untuk memuaskan selera nasabah dengan cara memenuhi keinginan nasabah baik dari produk yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan dan memberikan pelayanan secara profesional. Banyaknya masyarakat (nasabah) dalam memilih suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang berasal dari diri maupun dari lingkungan. Kemunculan lembaga-lembaga keuangan Syariah pun dipengaruhi oleh nilai, sikap serta perilaku masyarakat dunia. Menurut Kotler (2007) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung adalah Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis. Adapun faktor-faktor tersebut cukup dominan untuk mendorong nasabah dalam memutuskan dimana nasabah tersebut menabung. Maka dari itu peneliti menganggap penting permasalahan tersebut untuk dikaji secara mendalam dalam sebuah penelitian. Adapun penelitian ini diberi judul “PENGARUH SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BPRS MITRA HARMONI SEMARANG”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, terdapat permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang?
2. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang?
3. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang?

¹⁰ Ida Nurlaeli, “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah memilih BPRS di Banyumas”, Jurnal Pemikiran Islam, Volume XVIII, Nomor 2, Juni 2017:75-106 hal 35.

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adakah:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari faktor sosial terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari faktor pribadi terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari faktor psikologis terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan terutama terkait Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Harmoni Semarang baik dikalangan mahasiswa maupun pada masyarakat umum.
- b. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dari apa yang telah didapatkan dilapangan yang nantinya dapat diaplikasikan kepada masyarakat umum.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini penulis dapat mengetahui apa itu BPRS Mitra Harmoni Semarang serta bagaimana keputusan yang dilakukan nasabah sehingga menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang dijadikan sebagai lembaga keuangan yang amanah dan aman.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai media informasi bagi perusahaan (BPRS Mitra Harmoni Semarang) untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung pada BPRS Mitra Harmoni Semarang.

c. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai sarana informasi untuk menambah pengetahuan dan edukasi khususnya pengetahuan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

d. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini penulis dapat mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih suatu lembaga keuangan terutama dalam menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I merupakan Pendahuluan. Bab ini menjelaskan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan Tinjauan Pustaka. Bab ini menjelaskan terkait landasan teori dan penelitian terdahulu sebagai penjabaran teori-teori yang mendukung hipotesis. Selain itu dalam tinjauan pustaka juga berisikan kerangka berfikir dan hipotesis dari penelitian tersebut.

BAB III merupakan Metode Penelitian. Bab ini menjelaskan terkait metode yang akan digunakan untuk penelitian baik dari metode penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV merupakan Interpretasi data dan pembahasan. Bab ini berisi hasil pengolahan data, interpretasi data dan pembahasan sesuai dengan hasil uji data yang diperoleh.

BAB V merupakan Kesimpulan dan Saran. Berisi terkait kesimpulan dari uraian yang telah dijabarkan dan saran dari hasil penelitian untuk menunjang peningkatan dari suatu penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Istilah lain yang digunakan untuk sebutan Bank Syariah adalah Bank Islam. Secara akademik, istilah Islam dan syariah memang mempunyai pengertian yang berbeda. Namun secara teknis untuk penyebutan Bank Islam dan Bank Syariah mempunyai pengertian yang sama. Secara terminologi atau istilah, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Pasal 1 Ayat (2) UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.¹¹

2.2 Perilaku Konsumen

2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Istilah perilaku terkait objek studinya sangat berkaitan dengan permasalahan manusia yang terjadi. Terkait konsep perilaku konsumen secara terus-menerus berupaya untuk dikembangkan dengan mencoba berbagai pendekatan salah satunya dalam bidang studi pemasaran.¹² Sedangkan istilah konsumen merupakan seseorang pengguna barang ataupun jasa. Berkaitan dengan keputusan konsumsinya, konsumen dinilai memiliki informasi dan pengetahuan yang sempurna. Menurut Engle (2020), perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk pengambilan keputusan

¹¹ Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda " *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*" Al-Amwal, Volume 10, Nomor 1, 2008, hal 53-54.

¹² Nugroho J. Setiadi, " *Perilaku Konsumen* ", Jakarta: Prenadamedia Group, 2003, hal.2.

yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Menurut Sumarwan (2004), perilaku konsumen merupakan segala jenis kegiatan maupun tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum memilih dan menggunakan suatu produk dan jasa setelah melakukan kegiatan mengevaluasi.¹³ Jadi dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menggunakan serta mendapatkan suatu produk termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Tugas dari manajemen perusahaan salah satunya adalah dapat memahami perilaku dari seorang konsumen. Untuk memahami hal tersebut, perlu diketahui apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil suatu keputusan terhadap produk apa yang nantinya akan konsumen gunakan. Faktor-faktor tersebut adalah faktor sosial, pribadi dan psikologis.

2.2.2.1 Faktor Sosial

Menurut Philip Kotler (1997), mengartikan sosial merupakan serangkaian kelompok yang bertahan lama dalam hidup disekitar masyarakat dalam suatu urutan jenjang yang mana dalam setiap jenjang nya memiliki minat, nilai dan tingkah laku yang sama yang sifatnya relative homogen.¹⁴ Menurut Rudito (2008), sosial merupakan interaksi antar masyarakat dijadikan sebagai acuan dalam mengatur tindakan dan perilaku yang dimunculkan dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan Menurut Kotler (2005), faktor sosial merupakan faktor lingkungan sekitar masyarakat yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah baik secara langsung maupun tidak langsung karena adanya rekomendasi dari keluarga,

¹³ Ainun Jariah, "Analisis Faktor-faktor Pribadi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Lumayang", Jurnal Wiga Volume 2, Nomor 2, 2012, hal.3-4.

¹⁴ Muhammad Syaifudin, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan", Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 4, Nomor 2, 2016, 284-299, hal. 289

kerabat, tetangga dan lain-lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya adalah faktor sosial yang meliputi keluarga, kelompok referensi serta peran dan status. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sosial merupakan interaksi antar individu dengan individu lainnya atau antar masyarakat yang mana berkaitan langsung dengan lingkungan. Masyarakat dalam memilih atau memutuskan dalam penggunaan suatu produk umumnya mengikuti perilaku lingkungan sekitarnya juga.

1) Kelompok Referensi

Menurut Kotler dan Keller (2012), kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku atau sikap seseorang.¹⁵ Menurut Engel (1994), kelompok referensi di definisikan sebagai individu atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi secara bermakna perilaku individu. Kelompok referensi mempunyai nilai yang dapat dijadikan sebagai perspektif penentu mengenai cara seseorang berperilaku dan berfikir. Jadi dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi merupakan kelompok-kelompok yang berkumpul menjadi satu yang berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku seseorang contohnya saja kelompok referensi dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih produk yang mereka inginkan.¹⁶

Beberapa orang di antaranya selalu berhubungan secara baik dan terus menerus, juga dapat berhubungan secara informal, dan umumnya adalah dalam bentuk keluarga dan teman-teman kerja. Orang-orang ini juga punya hubungan dengan kelompok kedua atau sekunder, seperti keagamaan, kelompok profesi dan kelompok serikat dagang, yang cenderung lebih formal dan mengharuskan adanya interaksi, walaupun bersifat kurang kontinu. Kelompok referensi ini pada umumnya mempengaruhi anggotanya dalam tiga cara. Cara *pertama*, mereka

¹⁵ Michael Prayoga dan Liliani, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pepo", Jurnal Manajemen dan Star-up Bisnis, Volume 1, Nomor 2, Juni 2016, hal.174.

¹⁶ Dwi Perwitasari Wiryaningtyas "Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember" Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH Volume 14, Nomor 2, November 2016, hal.51.

dapat mengeksplere seseorang untuk perilaku serta gaya hidup yang baru. Cara *kedua*, dapat dipengaruhi dari sikap serta konsep diri. Cara ketiga, menghasilkan tekanan untuk berbuat, yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merk.¹⁷

Sebagaimana telah ditetapkan dalam firman Allah swt QS Al-Baqarah (2): 278-279

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ ءَأْمُولِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasulnya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya”. QS Al-Baqarah (2): 278-279

Jadi dari ayat diatas menerangkan bahayanya akan riba, jika dikaitkan dengan sosial salah satunya dengan indikator kelompok referensi yang mana jika dalam suatu kelompok tersebut paham terkait hukum muamalah dan menjelaskan hal tersebut terkait akan bahayanya riba membuat kita menjadi paham dan tau akan hukum muamalah tersebut sesuai dengan prinsip dan syariah islam, maka hal inilah yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan suatu keputusan agar terhindar dari riba, karena riba dapat menimbulkan mudharat.

2) Keluarga

Keluarga merupakan peran yang memberikan pengaruh yang sangat penting bagi perilaku konsumen atau individu termasuk dalam proses pembelian. Karena dalam keluarga memberikan nilai-nilai, norma, dan standar lainnya dalam perilakunya. Menurut Alma (2000), keluarga merupakan peran terdekat dengan individu yang memberikan pengaruh besar terhadap nilai-nilai serta perilaku seseorang dalam mengkonsumsi atau memilih barang tertentu. Menurut Mangkunegara (2002) dalam menganalisis perilaku konsumen, faktor keluarga mempunyai peran masing-masing. Adapun perannya adalah sebagai berikut :

¹⁷ Sofjan Assauri “Manajemen Bisnis Pemasaran”,PT.RajaGrafindo :Depok,2018,hal.124.

- a. Pengambil inisiatif, artinya ada yang mempunyai inisiatif membeli, tetapi tidak melakukan proses pembelian.
- b. Pemberi pengaruh, artinya yang mempengaruhi keputusan membeli.
- c. Pengambil keputusan, artinya yang menentukan keputusan apa yang dibeli, bagaimana cara membelinya, kapan serta dimana tempat membelinya.
- d. Yang melakukan pembelian, artinya diantara keluarga ada yang akan melakukan proses pembelian.
- e. Pemakai, artinya dari pihak keluarga ada yang akan menggunakan produk yang telah dibeli tersebut.

Dengan istilah lain keluarga adalah salah satu organisasi yang sangat penting dalam masyarakat terhadap keputusan membeli karena anggota keluarga dianggap sebagai acuan yang berpengaruh besar dalam proses pembelian suatu produk.¹⁸

Dalam penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keluargalah salah satu faktor penting individu dalam melakukan pembelian. Peranan setiap anggota dalam membeli suatu produk berbeda-beda sesuai dengan keinginan dan selera masing-masing. Oleh sebab itu, karena keluarga sebagai faktor yang berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian maka dari pihak manajer pemasaran perlu memperhatikan mulai dari pengambil inisiatif, penentu serta pembelinya.

Posisi seseorang dalam suatu kelompok ditentukan dari peran dan statusnya. Karena setiap peranan membawa status yang menggambarkan harga diri menurut masyarakat sekitarnya. Disisi lain masyarakat akan cenderung memilih produk yang mereka inginkan guna mengkomunikasikan peran dalam masyarakat.¹⁹ Peran merupakan kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status.

¹⁸ Totok Subianto, "*Studi tentang Perilaku Konsumen beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian*", Jurnal Ekonomi Modernisasi, Volume 3, Nomor 3, Oktober 2007, hal. 176.

¹⁹ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, "*Konsumen dan Pelayanan Prima*", Yogyakarta: Gava Media, 2014, hal. 84.

2.2.2.2 Faktor Pribadi

Keputusan seseorang konsumen, pada dasarnya dipengaruhi oleh karakteristik atau ciri pribadinya. Oleh karena itu karakteristik yang dimiliki seseorang secara langsung berdampak pada perilaku konsumen maka penting bagi pemasar untuk memahami karakteristik tersebut.²⁰ Menurut Kotler (2008), faktor pribadi di definisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang mana antara satu dengan lainnya itu berbeda sehingga munculnya tanggapan yang konsisten dan bertahan lama. Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur ulang, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup dan kepribadian dan konsep diri.²¹ Menurut Lamb (2001), faktor pribadi merupakan cara mengelompokkan serta mengumpulkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi.²² Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku seseorang dalam membeli suatu produk juga dipengaruhi oleh faktor pribadi dari konsumen yang bersangkutan. Faktor pribadi sendiri merupakan faktor yang berkonsistensi dan bertahan lama.

1) Umur dan Tahap Daur Ulang

Konsumsi seseorang pada dasarnya dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang-orang dewasa dalam menjalani hidupnya tentu saja akan mengalami perubahan atau transformasi yang berbeda-beda tiap masanya.²³ Menurut Noviasari dan Ikram (2013), tahapan siklus orang dewasa tiap masanya akan mengalami perjalanan dan perubahan yang berbeda-beda. Dengan adanya daur hidup manusia yang setiap waktunya mengalami perubahan akan selera pembelian maka pemasar harus memperhatikan perubahan dan keinginan dari

²⁰ Sofjan Assauri, "Manajemen Bisnis Pemasaran", Rajawawali Pers:Depok,2018,hal.126.

²¹ Munandar, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi Espresso", Jurnal Visioner dan Strategis, Volume 6, Nomor 1, Maret 2017 ISSN :2338-2864 p.1-9, hal.3-4.

²² Sujani, "Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Belanja di Indomaret", Jurnal Majalah Ekonomi, ISSN No. 1411-9501, Volume XXII Nomor 2 Desember 2017, hal.194.

²³ Desy Veterinawati, "Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Surabaya", Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 1 Nomor 3 Mei 2013, hal.749.

konsumen tersebut. Menurut Kotler (2011), semua manusia akan mengalami yang namanya perubahan selera terkait barang maupun jasa yang nantinya akan mereka beli semua tergantung dari kebutuhan masing-masing. Contohnya mereka memakan makanan bayi pada tahun-tahun pertama kehidupan, menyantap aneka makanan pada saat dewasa dan mempunyai selera terhadap pakaian, furniture yang berkaitan dengan usia. Sedangkan daur hidup keluarga adalah tahap-tahap yang akan dilalui keluarga ketika mereka tumbuh dewasa disepanjang masa. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa seorang manusia sepanjang hidupnya mempunyai keinginan dan kebutuhan yang berubah-ubah terutama pada minat dalam membeli sesuatu barang. Hal tersebut dalam dilihat pada perubahan usia dan tahap daur ulang yang terjadi.

2) Pekerjaan

Menurut Kotler (2005), pekerjaan adalah sumber mata pencaharian yang dijalani oleh masyarakat untuk mencari nafkah guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam memenuhi kebutuhan termasuk membeli suatu barang seseorang akan bekerja keras dengan cara bekerja, karena pekerjaan seseorang juga mempengaruhi barang-barang dan jasa apa saja yang akan dipilih.²⁴ Pemasar atau perusahaan juga akan berusaha untuk mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat akan produk dan jasa mereka. Suatu perusahaan bahkan akan memasarkan produk-produknya sesuai dengan kelompok pekerjaan tertentu. Sebagaimana diterangkan dalam firman Allah swt dalam QS Al-Bayyinah 98:7

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan melakukan pekerjaan yang baik, mereka itu adalah sebaik-baiknya makhluk.”(QS Al-Bayyinah, 98:7)

Jadi jika ayat diatas dikaitkan dengan variabel pribadi yang indikatornya pekerjaan dapat disimpulkan jika seseorang bekerja dengan suatu pekerjaan yang baik (halal) maka tentunya akan mendapatkan penghasilan yang halal juga. Hal

²⁴ Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, “Pengaruh Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH, Volume 14, Nomor 2, November 2016:49-57, hal.53.

tersebut akan memunculkan keinginan seseorang untuk menabungkan sebagian penghasilannya disuatu bank syariah guna memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang. Dan orang-orang yang seperti itu adalah sebaik-baiknya makhluk karena melakukan pekerjaan yang baik.

3) Situasi Ekonomi

Menurut Setiadi (2013), keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya, tabungan serta hartanya termasuk presentase yang mudah dijadikan uang. Kemampuan untuk menjamin dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung. Sedangkan menurut Kotler (2001), mengatakan bahwa situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk yang mereka inginkan. Jika indikator-indikator ekonomi mengarah pada resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk mendesain ulang, memposisikan, dan menetapkan kembali harga produk mereka dengan cepat.

4) Gaya Hidup

Menurut Kotler (2005), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Setiadi (2013), menambahkan bahwa gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.²⁵ Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup seseorang bagaimana mereka berperan dalam lingkungannya, dan apa yang mereka lakukan setiap harinya. Gaya hidup antara satu dengan lainnya tentu saja berbeda, karena mereka punya cara tersendiri bagaimana cara bergaya sesuai dengan kepribadian masing-masing. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanent.

²⁵ Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwanti, “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang”, Among Makarti Volume 6, Nomor 12, Desember 2013, hal.117.

Dalam bidang pemasaran, pemasar juga perlu memahami gaya dari masing-masing konsumen, karena itu merupakan hal yang penting dan perlu dipelajari. Berikut adalah empat manfaat yang diperoleh pemasar terhadap gaya hidup konsumen, yaitu :

1. Pemasar perlu mengidentifikasi gaya hidup dari konsumen untuk mengetahui segmentasi pasar.
2. Pemahaman gaya hidup konsumen juga akan membantu dalam memosisikan produk.
3. Jika gaya hidup telah diketahui, maka pemasar dapat mempromosikan produknya kepada konsumen, sehingga konsumen dapat memutuskan untuk memilih produk yang diinginkan.
4. Mengetahui gaya hidup konsumen, berarti pemasar bisa mengembangkan produk sesuai dengan tuntutan gaya hidup mereka.²⁶
- 5) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian sering diartikan sebagai karakteristik ataupun sifat yang ada dalam diri konsumen. Karena setiap konsumen mempunyai kepribadian tidak sama apalagi saat menyikapi masalah pembelian suatu barang. Kepribadian konsumen antara satu dengan yang lainnya jelas berbeda. Karena adanya perbedaan inilah, maka menjadi tantangan bagi pemasar untuk melakukan perlakuan yang berbeda juga.²⁷ Memahami kepribadian konsumen merupakan hal penting bagi pemasar karena kepribadian bisa terkait dengan perilaku konsumen. Perbedaan dalam kepribadian konsumen juga merupakan salah satu faktor pengaruh bagi keputusan konsumen dalam memilih barang atau produk yang diinginkan.

Sedangkan Konsep diri merupakan persepsi atau perasaan seseorang terhadap dirinya. Konsep diri sangat erat kaitannya dengan karakter maupun kepribadian diri seseorang. Misalnya saja ada konsumen yang mempunyai

²⁶ Nugroho Setiadi, "*Perilaku Konsumen*" Jakarta: Prenadamedia Group, hal.66-89

²⁷ Tatik Suryani, "*Perilaku Konsumen (Implikasi pada Strategi Pemasaran)*", Yogyakarta: Graha Ilmu,hal.57.

persepsi bahwa dirinya dapat menerima segala jenis inovasi baru dari suatu produk dan direfleksikan dengan perilaku konsumennya. Maka dengan begitu konsumen tersebut akan mudah membeli dan menerima jenis produk yang sesuai dengan kebutuhannya.²⁸

2.2.2.3 Faktor Psikologis

Menurut Lamb (2001), faktor psikologis adalah cara yang dilakukan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi, mengambil tindakan serta merumuskan pikiran. Jadi faktor psikologis merupakan dorongan dari diri seseorang terhadap suatu produk yang akan digunakan tanpa memperhatikan produk yang lain. Artinya terfokus hanya pada satu produk yang diinginkan saja karena adanya dorongan dari dalam diri.²⁹ Keadaan psikologis konsumen mempunyai peran yang sangat penting dalam membentuk perilaku konsumen. Perusahaan dituntut untuk bisa memahami keadaan psikologis dari konsumen dengan tujuan dapat membentuk perilaku konsumen agar terciptanya nilai-nilai sesuai dengan yang diinginkan.³⁰ Terdapat empat faktor yang mempengaruhi psikologis yaitu motivasi, persepsi, belajar serta keyakinan dan sikap.

1) Motivasi

Menurut Rico et al (2013), motivasi merupakan dorongan dalam diri seseorang yang akan menghasilkan suatu tindakan. Dorongan ini muncul karena adanya keinginan dari konsumen yang belum terpenuhi. Secara psikologis manusia memiliki keinginan-keinginan yang harus terpenuhi contohnya saja dalam memutuskan untuk membeli suatu barang demi kebutuhan hidupnya.

²⁸ Ujang Sumarwan, " *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*", Bogor: Ghalia Indonesia, 2017, hal.11.

²⁹ Darwis Tmba, " *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Keputusan Membeli di Indomaret (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatra Utara)*", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, ISSN:1412-0593, Volume 17 Nomor 1, hal.37-38.

³⁰ Prasetya Arif Fauzi, Nurul Qomari, Bramastyo Kusuma Negoro, " *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kukubima Ener-G di UD. Bangun Jaya Food Sidoarjo*", *Jurnal Manajemen Branchmark*, Volume 3 Issue 3, 2017, hal.973.

Tetapi tidak sepenuhnya keinginan tersebut hanya untuk memuaskan diri sendiri saja melainkan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang lain diluar dari keinginannya. Biasanya hal tersebut bisa terealisasi karena adanya dorongan motivasi³¹

2) Persepsi

Individu yang sudah termotivasi tentu saja akan mengambil tindakan yang mungkin berbeda dengan orang lain dan mempunyai persepsi yang beda juga.³² Persepsi merupakan suatu tindakan mengenali, menyusun, dan menafsirkan informasi untuk memberikan suatu gambaran terkait lingkungan yang nantinya dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Persepsi pada hakikatnya merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami tentang lingkungan sekitarnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebenarnya persepsi merupakan pemahaman terkait suatu fenomena atau hubungan, dengan persepsi individu dapat menyadari dan mengerti keadaan lingkungan sekitar.³³ Contohnya saja semisal di suatu lingkungan masyarakatnya menggunakan suatu produk, maka masyarakat tersebut bebas memberikan persepsi atau memberikan tanggapan terhadap produk yang akan mereka gunakan

3) Belajar

Menurut Setiadi (2003), belajar merupakan penjelasan terkait perubahan perilaku seseorang karena adanya pengalaman yang didapat. Pengalaman yang didapat akan menentukan tindakan dalam pengambilan suatu keputusan. Sedangkan perubahan-perubahan perilaku tersebut bersifat tetap atau permanen dan bersifat lebih fleksibel. Hasil belajar ini akan memberikan pengetahuan khususnya pada seorang konsumen. Proses pembelian yang terjadi antara konsumen itu salah satu bentuk dari proses belajar terkait pemasaran karena konsumen dapat menanggapi

³¹ Ronaldo Mandali, Rahmiati, Hendri Andi Mesta, "Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa pada Bank Syariah di Universitas Negeri Padang", Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, Volume 5, Nomor 1, Maret 2016, hal.122.

³² Ratih Hurriyati, "Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen" Alfabeta:Bandung, hal.101- 102

³³ Hendi Prihanto, "Analisis terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat untuk Menabung di Bank Syariah", Jurnal Provita Volume 10, Nomor 1, April 2017, hal 6.

dan menilai dari produk yang didapatkan. Apakah produk tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen tersebut. Proses belajar juga terjadi karena adanya interaksi antara pihak satu dengan yang lainnya.³⁴

4) Keyakinan dan Sikap

Faktor psikologis selanjutnya adalah keyakinan dan sikap. Keyakinan adalah kepercayaan terhadap sesuatu hal, misalnya dalam pemasaran seorang konsumen akan percaya dan yakin terhadap produk yang akan digunakan, sehingga konsumen tersebut tidak akan beralih ke produk lain. Konsumen akan percaya terhadap suatu produk apabila ekspektasi sesuai dengan realita yang didapat. Jika konsumen sudah percaya dengan produk tersebut maka konsumen akan terus menggunakan produk tersebut. Konsumen yang telah memiliki kepercayaan dan keyakinan terhadap suatu produk tertentu akan terdorong juga perasaan positifnya terhadap pembuatan keputusan pembelian produk maupun jasa. Maka tugas suatu perusahaan apabila produk sudah dipercaya oleh konsumen untuk kedepannya kualitas dari produk tersebut lebih ditingkatkan lagi agar konsumen tidak merasa kecewa.

Sedangkan sikap merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang bersifat sangat penting karena mempunyai hubungan yg terikat dengan perilaku konsumen khususnya pada saat melakukan keputusan pembelian. Menurut Peter dan Olson (2013), sikap merupakan sebagai evaluasi secara menyeluruh yang dilakukan oleh seseorang berdasarkan suatu konsep. Konsumen yang menyukai produk tersebut tentu saja akan memberikan penilaian yang baik terhadap produk tersebut dan akan merekomendasikannya ke orang lain serta akan selalu menggunakan produk tersebut secara terus-menerus. Sebaliknya, jika konsumen tidak menyukai terhadap suatu produk, maka konsumen cenderung tidak akan membeli dan menggunakan produk itu lagi. Yang ada konsumen akan

³⁴ Totok Subianto, “*Studi tentang Perilaku Konsumen beserta Impikasinya terhadap Keputusan Pembelian*”, Jurnal Ekonomi Modernisasi, Volume 3, Nomor 3, Oktober 2017, hal.172.

beralih ke produk yang lain.³⁵ Selain itu juga konsumen sebagai seorang muslim tentu saja dalam memilih suatu produk haruslah mempertimbangkan mengenai sisi kehalalannya terhadap suatu produk yang akan digunakan agar tidak timbulnya mudharat dari pada manfaat. Sebagaimana diterangkan dalam firman Allah swt dalam QS Al-Baqarah:188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ
النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.” (Al-Baqarah:188)

Jadi jika ayat diatas dikaitkan dengan psikologis yang indikatornya keyakinan dan sikap maka semakin lama kesadaran masyarakat akan agamanya semakin meningkat. Karena mereka mulai sadar dan merasa tidak nyaman dengan bunga yang ada dibank konvensional karena bagi mereka itu adalah riba. Imbasnya mereka mulai mempertanyakan dari dalam diri mereka sendiri hukum nya menabung di bank. Karena mereka yakin bahwa bank akan memanfaatkan dana tabungan nasabah untuk aktivitas mereka. Agar kita dapat mengambil kesimpulan tanpa ragu maka untuk memutuskan menabung kita perlu merujuk pada Al-quran dan hadist sebagai pedoman kita.

2.3 Keputusan Menabung

Manurut Schiffman dan Kanuk (2008), keputusan merupakan dua seleksi terhadap dua pilihan alternative atau lebih. Proses pembuatan keputusan merupakan hal yang rumit ketika dihadapkan dengan beberapa keputusan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan dimana konsumen membeli suatu produk yang diinginkan sesuai dengan

³⁵ Dimas Fauzie, Edy Yulianto, Sunarti “Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen KFC Cabang Mall Olympic Garden Malang)”, Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 40, Nomor 1 November 2016, hal.3.

kebutuhannya, yang diikuti faktor membeli dan keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah kegiatan membeli suatu barang atau jasa melalui proses pemikiran yang kompleks yang terjadi di dalam diri. Dalam kehidupan sehari-hari manusia akan terlibat dalam pengambilan suatu keputusan untuk memenuhi kebutuhannya. Melalui proses pemikiran yang kompleks tersebut konsumen akan memilih pilihan produk yang terbaik dan yang diminati.³⁶ Dalam memutuskan sesuatu tentu saja ada beberapa pilihan yang menjadi referensi tersendiri mana yang akan dipilih dengan pemikiran yang kompleks, keputusan yang nantinya diambil konsumen kedepannya akan dijadikan pertimbangan konsumen juga. Berdasarkan teori keputusan pembelian, proses keputusan pembelian tidak hanya sampai batas transaksi pembelian saja melainkan akan diikuti tahap yang terakhir yaitu perilaku purnabeli. Pada tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan dan ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku konsumen berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan terus-menerus membeli dan menggunakan produk tersebut begitupun dengan sebaliknya.³⁷ Dalam pengambilan suatu keputusan juga tidak terlepas dari unsur-unsur yang mempengaruhinya, unsur-unsur tersebut terbagi menjadi empat.

Unsur-unsur dalam pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tujuan pengambilan keputusan
2. Identifikasi alternatif-alternatif keputusan dalam memecahkan masalah
3. Sarana atau alat untuk mengevaluasi suatu pengambilan keputusan

Dalam Islam proses pengambilan keputusan ini dapat dijelaskan dalam beberapa ayat Al-qur'an yang bersifat umum sehingga dapat terjadi dalam berbagai aktivitas. Pengambilan keputusan ini dapat dilihat sebagaimana dalam firman Allah swt dalam QA-Al-Isra:29

³⁶ Dimas Fauzie, Edy Yulianto, Sunarti, " *Pengaruh Faktor Konsumen terhadap Keputusan Pembelian* ", Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 40, Nomor 1 November 2016, hal.4.

³⁷ Renandho Raditya Abdullah, Edy Yulianto, M.Kholid Mawardi, " *Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Kartu Perdana Simpati di Grapari Malang)* ", Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 42, Nomor 1 Januari 2017,hal.11-112.

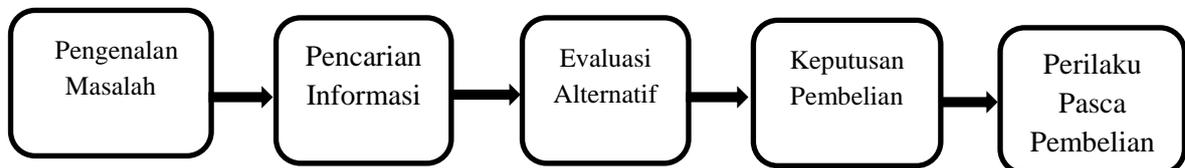
وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.” (Al-Isra: 29)

Apabila ayat diatas dikaitkan dengan pengambilan keputusan, ayat tersebut menjelaskan untuk kita sebagai umat yang beragama diharapkan dapat belajar menabung atau menyisihkan sebagian harta kita untuk kebutuhan diri dan keluarga. Yang mana kita dapat memutuskan untuk menabung tetapi yang sesuai dengan syariat Islam.

Dalam konsep jual-beli posisi nasabah adalah sebagai konsumen (pembeli), sedangkan posisi bank adalah sebagai penjual. Dalam melakukan pembelian konsumen akan melewati beberapa tahapan-tahapan membeli mulai dari awal pembelian sampai dengan pasca pembeliayang dikonseptualisasikan dengan proses pengambilan keputusan membeli.³⁸ Proses tersebut dalam dilihat di bawah ini :

Proses Pengambilan Keputusan Membeli



Sumber : Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2006.

Berikut uraian mengenai proses keputusan konsumen menurut Kotler dan Keller.

a. Pengenalan masalah

Sebelum melakukan proses pembelian konsumen harus mengetahui terlebih dahulu masalah yang dihadapi seperti apa dan kebutuhan yang diperlukan itu apa. Setelah mengetahui masalahnya apa perlu diidentifikasi latar belakang dari keadaan tersebut dengan cara mengumpulkan informasi yang akurat dari sejumlah

³⁸ Nurul Inayah, Sri Sudiarti, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani)”, At-Tawassuth, Volume 2, Nomor 1,2017.

konsumen. Kemudian pemasar harus menyusun strategi pemasaran guna memicu minat konsumen.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang sudah berkeinginan keras untuk mendapatkan produk yang diinginkan akan berusaha untuk mencari informasi-informasi yang akurat terkait produk tersebut. Baik mencari bahan bacaan maupun mempelajari produk tersebut secara otodidak.

Yang menjadi perhatian utama pemasar yaitu sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen serta pengaruh relatif tiap sumber tersebut terhadap keputusan pembelian selanjutnya. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok berikut ini :

1. Sumber pribadi. Keluarga, teman, dan tetangga yang ada dilingkungan tersebut.
2. Sumber komersial. Iklan, wiraniaga, dan penyalur.
3. Sumber publik. Media massa, sosial media serta organisasi penentu peringkat konsumen.
4. Sumber Pengalaman. Penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.

c. Evaluasi Alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi yang digunakan sebagai bentuk penilaian terhadap suatu produk atau merk yang digunakan. Dan tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan para konsumen dalam situasi pembelian. Sedangkan dengan adanya beberapa konsep dasar akan membantu untuk memahami bagaimana berjalannya proses evaluasi.

d. Keputusan Menabung

Setelah tahap evaluasi dilakukan, selanjutnya nasabah berhak untuk memutuskan produk apa yang akan digunakan. Misalnya saja nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang memutuskan untuk menggunakan produk tabungan dari pada produk yang lain. Tentu saja hal tersebut sudah difikirkan nasabah

dengan matang dan sesuai dengan keinginannya sendiri dengan tetap memperhatikan dari segi kualitas dan lain-lain. Dalam pemilihan produk sehari-hari, keputusannya lebih kecil dan kebebasannya juga lebih kecil.³⁹

e. Perilaku Pasca Menabung

Setelah nasabah memutuskan untuk menabung disuatu bank, maka nasabah tersebut belum tentu merasakan kepuasan dengan produk yang dipilihnya. Melainkan nasabah bisa saja mengalami keluhan pasca menabung karena produk yang didapatkan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Maka dari itu, tugas seorang bankir belum berakhir ketika produknya sudah digunakan dan diminati banyak nasabah. Melainkan harus memastikan kepuasan nasabah pasca pemakaian dari produk tersebut agar nasabah tidak kecewa. Evaluasi yang tidak memuaskan berpotensi berujung pada complain nasabah. Dengan adanya tanggapan baik dan profesional dari perusahaan terkait complain nasabah tersebut bisa saja mengubah ketidakpuasan diawal menjadi puas. Hasil akhirnya adalah tingkat kepuasan atau ketidakpuasan nasabah, yang pada gilirannya menghasilkan nasabah yang berkomitmen kuat dan bersedia menggunakan produk tersebut secara terus menerus.⁴⁰ Theodore Levitt menegaskan bahwa kompetensi hanya dapat dimenangkan apabila suatu perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan konsumen. Perusahaan harus mampu memahami preferensi serta perilaku konsumen secara sasaran komprehensif kemudian memanfaatkan pemahaman itu dalam merancang, mengkomunikasikan, dan menyampaikan program pemasaran secara lebih efektif. Istilah perilaku konsumen mengacu pada dua perspektif utama yaitu :

1. Dalam mencari solusi untuk memecahkan masalah yang ada diperlukan pikiran dan tindakan dari berbagai pihak.
2. Dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maka berfokus pada proses konsumsinya.

³⁹ Kotler dan Keller, *Managemen*, hal. 235-240

⁴⁰ Fandy Tjiptono, Anastasia Diana, *“Pemasaran, Esensi dan Aplikasi”*, C.V Andi Offset: Yogyakarta, 2016, hal.56.

Jadi keputusan merupakan akhir dari suatu proses masalah untuk menjawab apa yang harus dilakukan guna untuk mengatasi suatu masalah yang terjadi dengan menjatuhkan pada suatu pilihan alternatif. Sedangkan pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu proses dimana konsumen berhak memilih suatu alternatif dari produk yang diinginkan sesuai dengan keinginannya tanpa adanya dasar paksaan. Misalnya saja seorang nasabah memutuskan untuk memilih bank yang akan mereka gunakan untuk menabung tentu saja para nasabah terlebih dahulu mencari informasi terkait bank tersebut. Keputusan pemilihan bank di dasarkan pada beberapa hal seperti berikut :

- Karakteristik bank
- Kepercayaan akan suatu produknya, misalnya pada produk tabungan
- Fungsi utilitas
- Prosedur evaluasi

2.4 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
-----------	-----------------	--------------	-----------------	--------------

1.	Brono Widiatmoko, Darwin Sitompul dan Sukaria Sinaga 2013	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Membuka Rekening Tahapan Xpresi pada BCA Medan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Budaya 2. Variabel Sosial 3. Variabel Pribadi 4. Variabel Psikologis 5. Variabel Persepsi Stimuli 	<p>Hasil dalam penelitian ini menunjukkan secara simultan, faktor budaya, sosial, pribadi psikologis, dan stimuli pemasaran berpengaruh terhadap persepsi stimuli pemasaran. Sedangkan secara parsial variabel sosial, pribadi, dan psikologis tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk membuka rekening Tahapan Ekspresi di Medan.</p>
2.	Syafri dan Nuril Huda 2015	Analisis Faktor Sosial, Budaya, dan Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan pada Warung Mikro (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Sosial 2. Variabel Budaya 3. Variabel Psikologis 	<p>Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor religius, motivasi, kelas Sosial, keluarga, memori, Kelompok acuan, dan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan mikro BSM. Sedangkan dua faktor lainnya yaitu budaya dan persepsi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan pembiayaan mikro BSM.</p>

3.	Mia Muktiana Banowati dan Maimun Sholeh 2018	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Menabung di Bank Syariah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Pemahaman Prinsip Tabungan Syariah 2. Variabel Religiusitas 3. Variabel Sosial Budaya 4. Variabel Persepsi Bank Syariah 	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh signifikan antara pemahaman prinsip tabungan syariah, tingkat religiusitas, faktor sosial budaya dan persepsi tentang Bank Syariah secara simultan terhadap minat menabung di Bank Syariah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2014 UNY.
4.	Susi Handayani 2015	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan UMKM dalam Memilih Lembaga Keuangan Mikro sebagai Sumber Pembiayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Pribadi 2. Variabel Psikologis 3. Variabel Sosial 4. Variabel Budaya 	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan faktor pribadi, psikologis, sosial dan budaya berpengaruh signifikan terhadap pemilihan lembaga keuangan. Namun secara parsial faktor pribadi mempengaruhi keputusan konsumen, namun faktor psikologis, sosial dan budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih lembaga keuangan.
5.	Atin Yulaifah 2011	Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Budaya 2. Variabel Sosial 3. Variabel Pribadi 4. Variabel 	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

		terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah	Psikologi	budaya, pribadi dan psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
--	--	---	-----------	---

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Brono Widiatmoko, faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah membuka rekening Tahapan Xpresi pada BCA Medan terdapat beberapa faktor. Secara simultan Faktor-faktor tersebut yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis dan stimuli pemasaran. Sedangkan secara parsial bahwa faktor sosial, pribadi, dan psikologis tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening Tahapan Xpresi pada BCA Medan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Syafril dan Nuril Huda 2015, terdapat beberapa faktor yaitu faktor religius, motivasi, kelas sosial, pembelajaran, keluarga, memori, kelompok acuan, dan ekonomi. Kedelapan faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap pemilihan pembiayaan mikro BSM sesuai dengan pengolahan data kuisioner responden. Sedangkan dua faktor lainnya yaitu budaya dan persepsi tidak berpengaruh secara signifikan.

Hasil penelitian yang dilakukan Mia Muktiana Banowati dan Maimun Sholeh menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara pemahaman prinsip tabungan syariah, tingkat religiusitas, faktor sosial budaya dan persepsi tentang Bank Syariah secara simultan terhadap minat menabung di Bank Syariah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2014 UNY.

Hasil penelitian yang dilakukan Susi Handayani menunjukkan bahwa secara simultan faktor pribadi, psikologis, sosial dan budaya berpengaruh signifikan terhadap pemilihan lembaga keuangan. Namun secara parsial faktor pribadi mempengaruhi keputusan konsumen, namun faktor psikologis, sosial dan budaya

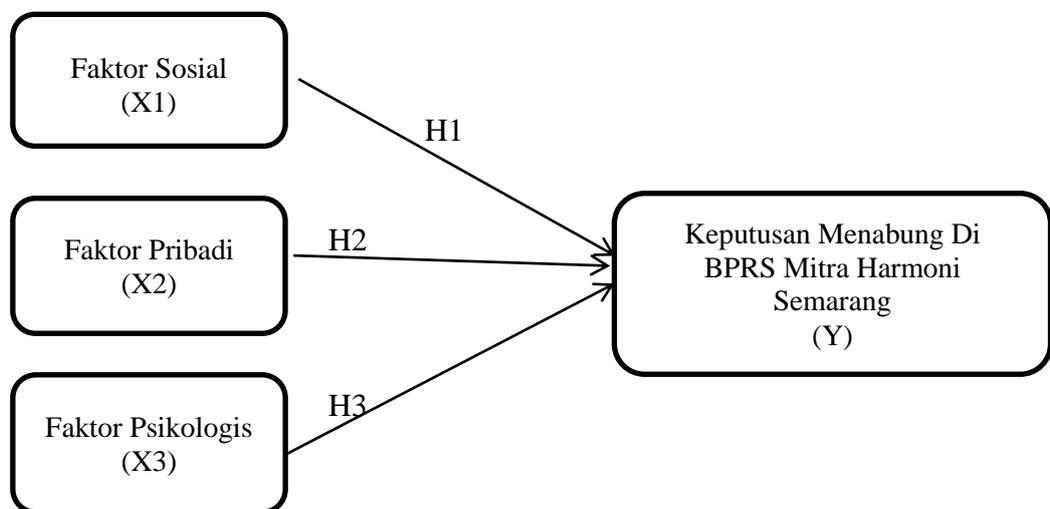
tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih lembaga keuangan.

Hasil penelitian yang dilakukan Atin Yulaifah menunjukkan bahwa variabel budaya, pribadi dan psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

2.5 Kerangka Pikir

Gambar 2.5

Kerangka pikir merupakan model konseptual dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka dengan munculnya suatu masalah yang dikaitkan dengan teori-teori dari berbagai faktor, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari suatu teori dalam memberikan solusi atau alternative solusi. Berdasarkan teori yang ada dari penelitian terkait seperti yang telah dipaparkan diatas, maka kerangka pikir penelitian ini adalah sebagai berikut :



2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari suatu rumusan masalah penelitian.⁴¹ Dikatakan sementara karena jawaban yang diperoleh bersifat teoritis

⁴¹Sugiyono, “Statistik Nonparametrik untuk Penelitian”, Bandung: Alfabeta, 2018, hal.114.

artinya jawaban tersebut hanya disesuaikan dengan teori-teori terdahulu saja belum adanya data penelitian yang empiris.

2.6.1 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Menabung

Faktor sosial adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan interaksi antar manusia yang bertujuan untuk memunculkan tindakan-tindakan individu dalam bermasyarakat biasanya sesuai dengan kondisi lingkungan juga. Menurut teori Kotler, bahwa faktor yang sangat dekat dengan keadaan dilingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari teman, keluarga, maupun tetangga yang dapat dikategorikan menjadi kelompok rujukan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Karena pada dasarnya seorang nasabah memilih atau memutuskan dalam penggunaan suatu produk pada umumnya mengikuti perilaku dari lingkungan sekitarnya juga. Hal tersebut diperkuat dari penelitian yang dilakukan oleh Umi Hanik dan Jati Handayani (2014) yang memperoleh hasil bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Misalnya saja dalam suatu keluarga terdapat seseorang yang menabung disuatu bank dan merasakan keunggulannya tentu saja dia akan cenderung mereferensikan kepada anggota keluarga yang lain untuk menabung dibank tersebut. Jadi dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor sosial dapat mempengaruhi keputusan menabung.

H1 :Variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang

2.6.2 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Menabung

Menurut teori Kotler, faktor pribadi dapat didefinisikan sebagai karakteristik seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan seseorang dalam memilih suatu produk juga dipengaruhi oleh faktor pribadi yang meliputi tahap daur ulang, gaya hidup, pekerjaan, perekonomian dan lain-lain. Kepribadian sendiri berhubungan dengan perilaku konsumen, disitulah pemasar percaya bahwa kepribadian seseorang dapat mempengaruhi produk-produk yang akan digunakan

konsumen. Jadi dari keterangan diatas bahwa faktor pribadi mempeengaruhi keputusan menabung. Hal tersebut diperkuat dari penelitian yang dilakukan oleh Umi Hanik dan Jati Handayani 2014 yang memperoleh hasil bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

H2 : Variabel pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang

2.6.3 Pengaruh Faktor Psikologi terhadap Keputusan Menabung

Menurut teori Lamb, faktor psikologi merupakan cara yang digunakan untuk mengenali suatu perasaan, mengumpulkan dan merumuskan pikiran dalam mengambil suatu tindakan. Terdapat beberapa faktor psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih suatu produk yaitu motivasi, persepsi, belajar dan lain-lain. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk, maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan. Berdasarkan keterangan diatas faktor psikologi dapat mempengaruhi keputusan menabung. Hal ini diperkuat dari penelitian yang dilakukan oleh Atin Yulaifah (2011) yang memperoleh hasil bahwa faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

H3 :Variabel psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang

Dari penjelasan yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H1: Variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang

H2: Variabel pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang

H3: Variabel psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian terdiri dari dua kata yaitu metode dan penelitian, yang berasal dari bahasa Yunani *methodos* yang artinya cara yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan dari suatu penelitian yang sedang dihadapi. Metode penelitian terdiri dari alat serta prosedur penelitian. Metode penelitian memandu peneliti sesuai urutan kerja penelitian dari awal penelitian sampai akhir suatu penelitian.⁴²

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berfungsi untuk memecahkan suatu masalah berupa suatu fakta yang berasal dari populasi yang meliputi kegiatan penilaian perilaku atau pendapat terhadap individu, keadaan maupun prosedurnya.⁴³

Sedangkan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti yang berlandaskan pada filsafat positivisme pada suatu populasi atau sampel berupa pengumpulan data yang bersifat statistik atau angka.⁴⁴

3.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Riduwan, data merupakan bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan yang valid, baik kualitatif dan kuantitatif yang menunjukkan fakta. Pengumpulan data harus dilakukan secara sistematis, terarah dan sesuai dengan masalah penelitian, karena hasil penelitian sangat bergantung pada hasil olahan data. Pengumpulan data yang baik dan benar akan menghasilkan penelitian yang dipercaya.⁴⁵

⁴² Sudaryono, "*Metode Penelitian*", PT RajaGrafindo Persada: Jakarta, hal 69.

⁴³ Ibid...hal.82

⁴⁴ Sugiyono, "*Statistik dan Nonparametris untuk Penelitian*" Bandung: Alfabeta, hal.13.

⁴⁵ Victorianus Aries Siswanto, "*Strategi dan Langkah-langkah Penelitian*", Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hal.54.

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang tidak terdapat di arsip file ataupun di internet. Untuk mendapatkan data tersebut peneliti harus survey langsung kelapangan untuk bertemu dengan narasumber atau responden yang dijadikan sebagai objek dari penelitian agar mendapatkan informasi yang akurat sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti. Data primer ini diperoleh dari responden yang akan mengisi kuisioner, responden dari penelitian ini adalah nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber sekunder yang sudah tersedia sehingga kita sebagai peneliti untuk mencari dan mengumpulkan datanya bisa dalam penelitian terdahulu, artikel, jurnal, internet maupun dalam biro pusat statistik tanpa harus turun ke lapangan.⁴⁶

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek maupun subjek bukan hanya sekedar jumlah yang mempunyai kuantitas dan karakter tersendiri yang mana tidak hanya orang melainkan benda-benda alam yang lain pun dapat dijadikan objek penelitian. Menurut Nazir, populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang dengan jumlah 1.981 nasabah.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian jumlah karakteristik yang diambil dari populasi yang bersifat *representatif* atau mewakili. Karena peneliti tidak mungkin

⁴⁶ Jonathan Sarwono, “ *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*”, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2006, hal.8
Ibid...hal.11

mempelajari semua nya dari jumlah populasi yang ada maka dari itu hanya mengambil sampelnya saja, dikarenakan banyak hal yang menjadi hambatan terutama keterbatasan dana, waktu dan lain-lain.⁴⁷ Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah berjumlah 84 nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang dari jumlah populasi 1.981 nasabah.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampling merupakan cara untuk menentukan sampling yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang nantinya akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan tetap memperhatikan sifat-sifat serta penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang *representative* atau benar-benar mewakili populasi. Sedangkan penentuan sampel (sampling) merupakan cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang nantinya akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang *representative* atau benar-benar mewakili populasi.⁴⁸ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode pengambilan sampel *incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, kebetulan bertemu secara langsung dengan nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang dianggap dapat dijadikan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah sampelnya dengan menggunakan rumus *slovin*. Karena jumlah respondennya sudah diketahui.⁴⁹

⁴⁷ Sugiyono, “*Statistik dan Nonparametris untuk Penelitian*” Bandung: Alfabeta, hal.93.

⁴⁸ Muchamad Fauzi, “*Metode Penelitian Kuantitatif*” Semarang: Walisongo Press,2009, hal. 185.

⁴⁹ M. Wahab Hasbulloh, “*Analisis Pengaruh Pelayanan Islami dan Profit And Loss Sharing terhadap Keputusan Menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang*”, skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2016, hal.35

Berikut rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel :

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

$$n = \frac{519}{1+519(0,1)^2}$$

$$n = \frac{519}{6,19}$$

$$n = 83,84 \text{ dibulatkan menjadi } 84$$

n= besaran sampel

N= besaran populasi

e= nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/*margin of error*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, data nasabah yang menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang dari tahun 2016-2019 yang berjumlah 1.981 nasabah. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan *margin of error* sebesar 2,5% dari jumlah keseluruhan sampel. Maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah 84 Nasabah.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang dapat dilakukan peneliti dalam pengumpulan data. Adapun teknik yang digunakan adalah berdasarkan Kuisisioner (Angket) dan Wawancara.

3.4.1 Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner (angket) adalah salah satu teknik penelitian yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dari responden. Yang mana kuisisioner (angket) berisi beberapa butir pertanyaan yang sudah disusun secara sistematis oleh peneliti yang nantinya akan dibagikan kepada para responden untuk diisi dengan jawaban yang jujur. Setelah diisi kuisisioner (angket) akan dikembalikan kepeneliti. Bentuk umum dari sebuah kuisisioner (angket) terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian kuisisioner (angket), bagian identitas responden, dan isi dari angket tersebut. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan “angket”tertutup”yang mana angket ini dirancang sedemikian rupa tentang bagaimana keadaan yang dialami responden tersebut, selanjutnya untuk alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera didalam angket tersebut.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses untuk memperoleh informasi dengan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung antara pewawancara dengan responden atau narasumber. Responden disini adalah narasumber atau orang yang diwawancarai yang sekiranya dapat memberikan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti.⁵⁰

⁵⁰ Burhan Bungin, “Metode Penelitian Kuantitatif”, Jakarta: Kencana Prenamedia Group,2005, hal.133
Ibid...hal.136

3.5 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2012), dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah *skala likert*. *Skala likert* merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap ataupun pendapat seseorang ataupun kelompok mengenai fenomena sosial. Yang mana fenomena sosial biasa disebut peneliti sebagai variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan.⁵¹ *Skala likert* ini juga menggunakan lima poin skala yang mana nantinya responden akan memilih dan mengisi dari kelima poin skala tersebut di kuisioner (angket) yang sudah disediakan oleh peneliti. Berikut adalah lima poin skala yang akan menjadi pilihan jawaban dari responden :

Skor	Kategori
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu-ragu/Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Keterangan :

- a. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk jawaban setuju (ST)
- c. Skor 3 untuk jawaban ragu-ragu/netral (N)
- d. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

⁵¹ Ida Nurlaeli, "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas", *Jurnal Pemikiran Islam*, Volume XVIII, Nomor 2, Juni 2017, hal. 86-87.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

3.6.1 Variabel penelitian

Variabel penelitian dijadikan pusat perhatian di dalam penelitian kuantitatif. Dapat didefinisikan bahwa variabel merupakan bagian penting dalam suatu penelitian karena dijadikan konsep dasar yang memiliki beberapa nilai.⁵² Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok, yaitu variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat).

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel Independen (Variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Yang termasuk dalam variabel independen ini yaitu dilambangkan dengan huruf X. Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel X yaitu sosial, pribadi dan psikologis.

2. Variabel Dependent (Variabel Terikat)

Variabel Dependent (Variabel Terikat) adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel Y. Di dalam penelitian ini yang merupakan variabel Y keputusan nasabah.⁵³

3.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu cara dalam mendefinisikan masing-masing variabel atau menspesifikan suatu kegiatan ataupun secara operasional dalam mengukur variabel tersebut. ⁵⁴ Berikut definisi operasional dari variabel-variabel suatu penelitian yaitu :

⁵² Nanang Martono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Data Sekunder*," Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012, hal.55.

⁵³ Ibid...hal. 57

⁵⁴ Moh.Nazir, "*Metode Penelitian*", Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2017, hal.110.

Varabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Sosial (X_1) Independent	Sosial merupakan serangkaian kelompok yang bersifat homogen dan bertahan lama dalam menjalani kehidupan disekitar masyarakat yang tersusun dalam urutan jenjang yang mana setiap anggotanya memiliki minat dan tingkah laku yang sama. Kotler (1997)	1. Kelompok referensi 2. Keluarga 3. Peran dan status	Skala Likert
Pribadi (X_2) Independent	Faktor pribadi di definisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Kotler (2008)	4. Umur dan tahap daur ulang 5. Pekerjaan 6. Situasi ekonomi 7. Gaya hidup 8. Kepribadian dan konsep diri	Skala Likert
Psikologis (X_3) Independent	Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran, dan mengambil tindakan. Lamb (2001)	9. Motivasi 10. Persepsi 11. Belajar 12. Keyakinan dan sikap	Skala Likert
Keputusan Menabung (Y) Dependent	Keputusan adalah dua seleksi terhadap dua pilihan alternative atau lebih. Proses pembuatan keputusan merupakan hal yang rumit ketika dihadapkan dengan beberapa keputusan. Menurut Schiffman dkk (2008)	13. Pengenalan Masalah 14. Pencarian Informasi 15. Evaluasi alternatif 16. Keputusan membeli 17. Prilaku pasca membeli	Skala Likert

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyajian, pengolahan dan interpretasi data yang diperoleh peneliti dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui hasil dari penelitian tersebut, sehingga pembaca akan lebih mudah memahaminya.⁵⁵ Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan beberapa uji data yaitu :

3.7.1 Uji Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan salah satu teknik analisis data yang mana dalam penyajiannya dapat berupa tabel, grafik, perhitungan modus, mean, median, nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi. Statistik deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan data dari suatu variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

3.7.2 Uji Validitas

Arti validitas yaitu kebenaran pada instrument penelitian yang digunakan. Jadi dalam uji validitas ini akan diketahui valid atau tidaknya data tersebut setelah diuji menggunakan SPSS. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.⁵⁶ Menurut Mutaqodim (2015), uji validitas juga berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuisioner yang dianggap tidak relevan. Uji validitas pada dasarnya dilakukan dengan melihat korelasi antara skor dari masing-masing data tersebut dibanding dengan skor total. Menurut Priyatno pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan SPSS *Statistic Version* dengan kriteria sebagai berikut :

⁵⁵ Nanang Martono, “ *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Data Sekunder*”, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2012, hal.143-144.

⁵⁶ Muchamad Fauzi, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”,Semarang: Walisongo Press, 2009, hal.209.

1. Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung lebih kecil dari pada r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.⁵⁷

Jadi, dapat disimpulkan bahwa validitas merupakan alat untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat diketahui dengan melihat r hitung $\text{sig} < 0,05$ dinyatakan valid dan r hitung $\text{sig} > 0,05$ dinyatakan tidak valid.⁵⁸

3.7.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur yang menggunakan kuesioner. Jadi apakah alat ukur tersebut tetap konsisten jika dilakukan pengukuran ulang dengan menggunakan Cronbach Alpha. Dalam uji reliabilitas ini item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk batasan diatas 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas yang diatas 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 dinyatakan baik.⁵⁹

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini digunakan sebagai konsekuensi penggunaan analisis statistik parametrik, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Hal tersebut dimaksudkan untuk menguji bahwa tidak terdapat bias pada nilai estimator dari model yang digunakan dalam suatu penelitian.

⁵⁷ Shara Sharvina ,” *Pengaruh Sosial, Budaya, dan Psikologis terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*”, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019, hal. 48.

⁵⁸ Zumrotun Nafiah dan Warno, “*Pengaruh Sanksi Pajak, kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan*”, Jurnal STIE Semarang, Volume 10, Nomor 1, Februari 2018, hal 94.

⁵⁹ Duwi Priyatno, “ *SPSS Pnduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*”, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018, hal.25.

3.7.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk melakukan pengujian data pada suatu penelitian apakah data tersebut dikatakan normal atau tidak. Untuk mengetahui normalitas data, peneliti dapat melakukan uji normalitas data yang dapat dilakukan dengan menggunakan histogram, normal P Plot, Skewness dan Kurtosis atau dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Tetapi pada penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov Smirnov.⁶⁰ Cara menafsirkan normalitas data pertama-tama peneliti harus membuat hipotesis seperti ini :

- a. H_0 =Data berdistribusi normal
- b. H_1 =Data tidak berdistribusi normal

Selanjutnya langkah kedua peneliti juga dapat menentukan kriteria uji hipotesis seperti ini :

- a. Jika $\text{sig} < 0,05$ H_0 ditolak, H_1 diterima
- b. Jika $\text{sig} > 0,05$ H_0 diterima, H_1 ditolak

3.7.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji data diantara variabel penjelas pada suatu model yang diindikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa ataupun keseluruhan variabel. Dan pada uji Multikolinieritas ini tidak boleh terdapat Multikolinieritas didalamnya. Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat *Variance Inflating Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak melebihi 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinieritas.

3.7.4.3 Uji Heterokedastisitas

Dalam uji heterokedastisitas ini bilamana terdapat perbedaan varian dari suatu pengamatan-pengamatan maka artinya telah terjadi heterokedastisitas dari

⁶⁰Jonathan Sarwono, "Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)", Jakarta: PT Gramedia, 2012, hal.96.

data penelitian. Dalam uji heterokedastisitas ini peneliti menggunakan scatterplot untuk membuktikan tidak terjadinya heterokedastisitas.⁶¹

3.7.5 Uji Regresi linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas dan terikat yaitu X dan Y. Analisis regresi ganda juga merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih.⁶² Rumus yang dipakai persamaan regresi untuk dua predictor adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang

a : Nilai Intersep (Konstanta)

X₁ : Faktor Sosial

X₂ : Faktor Pribadi

X₃ : Faktor Psikologis

b : Koefisien regresi

e : Standar error

3.7.6 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang bisa diartikan sebagai prosedur untuk menguji hipotesis apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh

⁶¹ Etta Mamang Sangadji, "Metodologi Penelitian : Pendekatan Praktis dalam Penelitian", Yogyakarta: Andi Offset, 2010, hal. 249.

⁶² Nila Kesumawati, Allen Marga Retta, Novita Sari, "Pengantar Statistika Penelitian", Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017, hal.127-128.

karenanya harus ditolak.⁶³ Menurut Nachrowi (2006), uji hipotesis berguna untuk menguji signifikansi koefisien regresi yang didapat secara statistik tidak sama dengan nol, karena jika sama dengan nol maka dapat dikatakan bahwa tidak cukup bukti untuk menyatakan variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya.⁶⁴

3.7.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian antara nilai dugaan dengan data sampel atau sering diinterpretasikan sebagai proporsi keragaman Y yang dapat dijelaskan oleh model regresi X terhadap Y. Koefisien determinasi juga dapat dikatakan sebagai tes untuk mengukur sejauh mana model kemampuan untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen.⁶⁵ Jika semua data observasi terletak pada garis regresi maka akan diperoleh garis regresi yang sesuai sempurna. Namun apabila data observasi tersebar jauh dari nilai dugaan atau garis regresinya maka nilai dugaannya menjadi kurang sesuai. Menurut Suharyadi dan Purwanto, koefisien determinasi merupakan kemampuan variabel X (independen) untuk memengaruhi variabel Y (dependen). Semakin besar koefisien determinasi maka akan semakin baik kemampuan X menerangkan Y. Besarnya koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi.⁶⁶ Koefisien determinasi juga dapat digunakan sebagai petunjuk untuk mengetahui sejauhmana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen.⁶⁷

⁶³ Widarto Rachbini, Agus Herta, Didik J. Rachbini, "*Statistika Terapan*", Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018, hal.23

⁶⁴ Warno, Dessy Noor Farida, "*Kompetesi Net Interest Margin (NIM) Perbankan Indonesia: Bank Konvensional dan Syariah*", JDEB, Volume 14, Nomor 2, Maret 2017, hal.152-153.

⁶⁵ Novia Megarani, Warno, Muchammad Fauzi, "*The Effect of tax planning, company value, and leverage on income smoothing practices in companies listed on Jakarta Islamic Index*", Journal of Islamic Accounting and Finance Research, Volume 1 Nomor 1, 2019.

⁶⁶ Widarto Rachbini, Agus Herta, Didik J. Rachbini, "*Statistika Terapan*", Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018, hal. 72-73.

⁶⁷ Algifari, "*Statistika Deskriptif Plus untuk Ekonomi dan Bisnis*", Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2018, hal.200.

3.7.6.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (X1 sosial, X2 pribadi dan X3 psikologi) secara parsial terhadap variabel dependen (Y) keputusan menabung.

3.7.6.3 Uji Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen (X1 sosial, X2 pribadi dan X3 psikologi) terhadap variabel dependen (Y) keputusan menabung secara bersama-sama yaitu dengan menggunakan f_{hitung} .⁶⁸

⁶⁸ Danang Sunyoto, *“Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen”*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hal.135
Ibid....hal 137

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Pengertian BPRS

Bank merupakan suatu badan usaha yang tujuannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya guna untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak, hal tersebut tercantum dalam Undang-undang perbankan No.10 Tahun 1998. Sedangkan perbankan syariah sudah diatur dalam Undang-undang No. 21 Tahun 2008 bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan Bank Syariah yang dalam operasionalnya menggunakan sistem yang berdasarkan prinsip syariah dan dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Pada dasarnya pengertian BPRS dengan bank syariah itu sama namun yang membedakan adalah pada kegiatan BPRS jumlah jasa yang dilakukan BPRS jauh lebih sempit dibandingkan dengan bank syariah yang mencakup lebih luas.⁶⁹ Yang menjadi dasar berdirinya BPRS di Indonesia adalah karena adanya tuntutan bermuamalah secara syariah yang merupakan keinginan kuat dari sebagian besar umat Islam di Indonesia, selain itu juga sebagai langkah aktif dalam rangka memperbaiki perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijaksanaan keuangan, moneter dan perbankan secara umum. Secara khusus dapat mengisi peluang terhadap kebijaksanaan yang membebaskan bank dalam penetapan tingkat suku bunga (*rate interest*), yang kemudian dikenal dengan bank tanpa bunga.⁷⁰

⁶⁹ Imam Mu'aziz, Ikhwan Hamdani, Ahmad Mulyadi, "*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah di BPRS Amanah Ummah*", Jurnal Ekonomi Islam, Volume 8, Nomor 2, Desember 2017, hal.111.

⁷⁰ Sumar'in, "*Konsep Kelembagaan Bank Syariah*", Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hal.37.

4.1.2 Kegiatan Usaha BPRS

Kegiatan usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam Undang-undang No. 21 Tahun 2008 meliputi diantaranya :

1. Kegiatan usaha penghimpunan dana yaitu sebagai berikut:
 - a. Simpanan yang berupa tabungan berdasarkan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah salah satunya adalah dengan akad *wadi'ah*.
 - b. Investasi yang berupa deposito atau tabungan maupun dalam bentuk lainnya sesuai dengan prinsip syariah salah satunya adalah dengan akad *mudharabah*.
2. Kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat yaitu sebagai berikut :
 - a. Pembiayaan bagi hasil dilakukan dengan menggunakan akad *mudharabah* atau *musyarakah*.
 - b. Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, atau *istishna*.
 - c. Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.
 - d. Pembiayaan berdasarkan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik* yaitu penyewaan berupa barang bergerak maupun barang tidak bergerak kepada nasabah.
 - e. Pengambil alihan utang berdasarkan akad *hawalah*.
3. Penyertaan dana dalam bentuk simpanan sesuai dengan akad *wadi'ah* atau investasi sesuai dengan akad *mudharabah* ataupun dengan akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah.
4. Adanya kegiatan usaha pemindahan uang yang tujuannya untuk memenuhi kepentingan pribadi maupun kepentingan nasabah melalui rekening BPRS yang terdapat di Bank Umum Syariah, Bank Umum Konvensional dan Unit Usaha Syariah.
5. Melakukan kegiatan usaha Bank Syariah lainnya seperti penyediaan produk-produk Bank yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.⁷¹

⁷¹ Jundiani, "Pengaturan Hukum Perbankan di Indonesia", Malang: UIN-Malang Press, 2017, hal.120-121.

4.1.3 Tujuan BPRS

Selain adanya kegiatan usaha yang dilakukan BPRS, BPRS juga mempunyai tujuan yang dikehendaki dengan adanya BPRS tersebut, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi khususnya umat Islam yang berada di masyarakat golongan bawah.
2. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga dapat mengurangi pengangguran yang berada di daerah atau desa.
3. Membantu pemerintah dalam meningkatkan perekonomian nasional.
4. Meningkatkan sirkulasi perputaran uang di daerah atau di desa.
5. Terjadinya pemerataan pembangunan disegala sektor.⁷²

4.1.4 Sejarah Berdirinya BPRS Mitra Harmoni Semarang

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta tidak menerima simpanan dalam bentuk giro. Salah satu BPRS yang ada di Semarang adalah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Letak dari BPRS Mitra Harmoni Semarang berada di Jl. Majapahit No. 170B, Gayamsari, Kota Semarang. Dimulai dari tahun 2010 BPRS Mitra Harmoni Semarang memulai perjalanannya sebagai bank syariah berdasarkan Akta yang dibuat pada tanggal 10 Februari 2009 yang dibuat dihadapan Aswendi Kamuli, SH. Notaris yang berkedudukan di Jakarta, akta pendirian tersebut telah mendapatkan pengesahan dari Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. AHU-44925.AH.01.01. Tahun 2009 yang ditetapkan tanggal 11 September 2009.⁷³

BPRS Mitra Harmoni Semarang didirikan dengan latar belakang untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan yang menguntungkan serta amanah sesuai dengan prinsip syariah. Dalam perjalanannya untuk mewujudkan visi dan misi

⁷² Ikit, *"Manajemen Dana Bank Syariah"*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018, hal.35.

⁷³ Profile Company BPRS MHS

perusahaan, BPRS Mitra Harmoni Semarang telah beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar. Perubahan terakhir adalah dengan akta No. 45 tanggal 23 Mei 2017 yang dibuat dihadapan Djumini Setyohadi, SH., Mkn. Notaris yang berkedudukan di Jakarta.

BPRS Mitra Harmoni Semarang berada dibawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan juga Lembaga Pinjaman Simpanan. Sebagai salah satu lembaga yang mengelola keuangan masyarakat yang berlebelkan syariah maka BPRS Mitra Harmoni Semarang dalam menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Jaminan dari Lembaga Pinjaman Simpanan bahwa dana yang dikelola BPRS Mitra Harmoni Semarang aman serta mendatangkan manfaat bagi masyarakat.⁷⁴

4.1.5 Visi dan Misi BPRS Mitra Harmoni Semarang

Visi BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah menjadi bank yang terpercaya dan membangun masa depan.

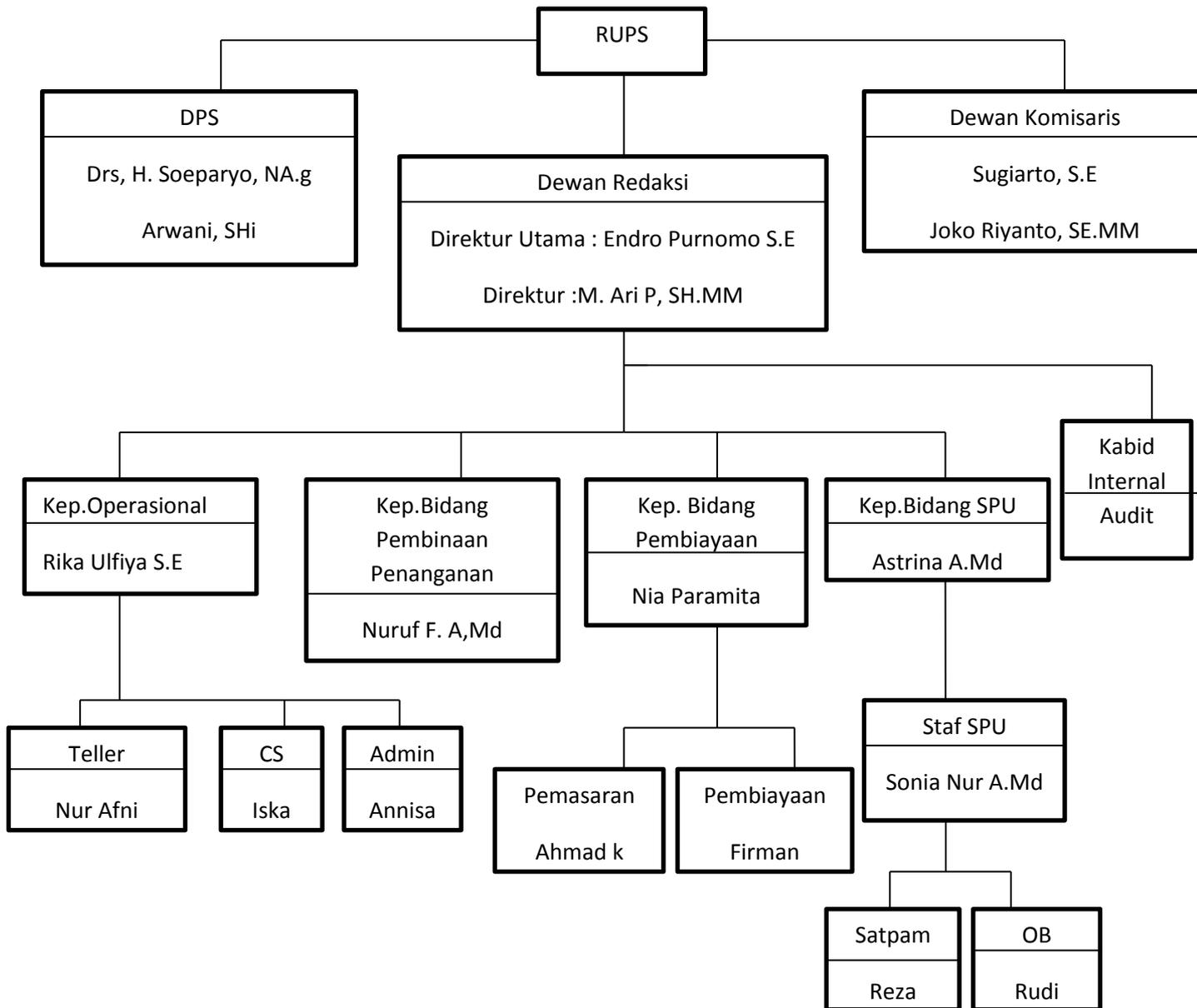
Misi BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah sebagai berikut:

1. Mendayagunakan aset perusahaan dengan semaksimal dan seefisien mungkin.
2. Menjalin kemitraan secara professional dan saling menguntungkan dengan seluruh stakeholders untuk kelangsungan dan pertumbuhan bisnis.
3. Mengoptimalkan seluruh potensi sumberdaya yang dimiliki secara kreatif, inovatif dan produktif guna memberikan nilai tambah positif bagi stakeholders.
4. Berperan terhadap masa depan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.
5. Berperan dalam mengembangkan UMKM dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

⁷⁴ www.bprsmh-semarang.co.id

4.1.6 Struktur Organisasi BPRS Mitra Harmoni Semarang

STRUKTUR ORGANISASI BPRS MITRA HARMONI SEMARANG



Sumber: Arsip Dokumen BPRS Mitra Harmoni Semarang

4.1.7 Produk di BPRS Mitra Harmoni Semarang

Produk di BPRS Mitra Harmoni Semarang menggunakan prinsip syariah, baik itu produk pendanaan (*funding*) maupun produk pembiayaan (*landing*). Berikut adalah beberapa produk pendanaan dan pembiayaan tersebut :

1. Produk Pendanaan (*Funding*) :

a. Tabungan iB Harmoni Syariah

Tabungan iB Harmoni Syariah merupakan simpanan dana dengan prinsip wadiah yang dapat diambil kapan saja sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah. Karakteristik Tabungan iB Harmoni Syariah adalah sebagai berikut :

- 1) Tabungan ini mempunyai prinsip yaitu wadiah yad dhamanah
- 2) Dapat diambil kapan saja atau sewaktu-waktu
- 3) Untuk setoran diawal dikenakan tarif minimal Rp.10,000, dan untuk setoran selanjutnya dikenakan tarif Rp.10,000.
- 4) Tidak dikenakan biaya administrasi
- 5) Keamanannya dijamin oleh LPS
- 6) Akan mendapatkan bonus menarik

Persyaratan bagi nasabah perorangan adalah sebagai berikut :

- 1) Dengan adanya aplikasi pembukaan tabungan maka nasabah diharuskan untuk mengisinya.
- 2) Nasabah dapat melampirkan foto copy identitas diri yang masih berlaku seperti KTP/SIM/lainnya.

Persyaratan bagi nasabah perusahaan/lembaga :

- 1) Dengan adanya aplikasi pembukaan tabungan maka nasabah diharuskan untuk mengisinya
- 2) Melampirkan foto copy identitas pengurus atau yang ditunjuk yang masih berlaku (KTP/SIM/lainnya)

- 3) Melampirkan legalitas perusahaan/lembaga, Akte pendirian dan perubahan terakhir, NPWP, TDP dan SILP

b). Tabungan iB Harmoni Premium

Tabungan iB Harmoni Premium merupakan tabungan yang berbeda dengan tabungan harmoni syariah. Tabungan ini menggunakan akad mudharabah mutlaqoh, setorannya pun sedikit lebih besar dibandingkan dengan tabungan harmoni syariah yaitu setoran awal dikenakan tarif minimal Rp. 500.000 dan storan berikutnya dikenakan minimal Rp. 100.000. Untuk persyaratan Tabungan iB Harmoni Premium adalah sebagai berikut :

- 1) Fotocopy E-KTP atau surat keterangan rekam E-KTP
- 2) Mengisi Aplikasi pembukaan rekening deposito
- 3) Akad mudharabah penempatan dana deposito
- 4) Pernyataan pemblokiran rekening deposito

c) Deposito iB Harmoni Plus

Deposito iB Harmoni Plus merupakan produk investasi dana berjangka dalam waktu tertentu yang dikelola dengan prinsip mudharabah (bagi hasil). Karakteristiknya adalah sebagai berikut :

- 1) Adanya jangka waktu dalam kurun 1,3,6, dan 12 bulan.
- 2) Pencairan deposito dapat dilakukan pada saat jatuh tempo.
- 3) Untuk setoran deposito minimal Rp. 1.000.000,-
- 4) Setiap bulannya tidak dikenakan biaya administrasi.
- 5) Keamanannya dijamin LPS.
- 6) Bagi hasil yang didapatkan pun sesuai dengan kesepakatan.
- 7) Bisa dijadikan agunan pembiayaan

Persyaratan :

Persyaratan bagi nasabah perorangan adalah sebagai berikut :

- 1) Dengan adanya aplikasi pembukaan tabungan maka nasabah diharuskan untuk mengisinya.

- 2) Nasabah dapat melampirkan foto copy identitas diri yang masih berlaku seperti KTP/SIM/lainnya

Persyaratan bagi nasabah perusahaan/lembaga adalah sebagai berikut:

- 1) Dengan adanya aplikasi pembukaan deposito maka nasabah diharuskan untuk mengisinya
- 2) Nasabah dapat melampirkan fotocopy identitas pengurus atau yang ditunjuk yang masih berlaku seperti (KTP/SIM/lainnya)
- 3) Melampirkan legalitas perusahaan/lembaga, akte pendirian dan perubahan terakhir NPWP, TDP dan SIUP

e) Tabungan iB Qurban

Tabungan iB Qurban merupakan tabungan yang hanya dapat dicairkan pada saat akan melakukan pembelian pada hewan qurban atau menjelang hari raya qurban yang mana menggunakan prinsip mudharabah didalamnya. Jadi tabungan ini sangat membantu nasabah dalam rencana pembelian hewan qurban. Karakteristik Tabungan iB Qurban:

- 1) Memudahkan niat nasabah dalam merencanakan ibadah qurban
- 2) Hanya dapat dicairkan pada saat pembelian hewan qurban (menjelang hari raya qurban)
- 3) Setoran awal minimal Rp. 50.000,-
- 4) Tiap bulannya tidak dipungut biaya administrasi
- 5) Keamanannya dijamin LPS
- 6) Nasabah akan mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- 7) Dapat dijadikan agunan pembiayaan

Persyaratan Tabungan iB Qurban adalah sebagai berikut :

- 1) Mengisi aplikasi pembukaan tabungan

- 2) Melampirkan fotocopy identitas yang masih berlaku (KTP/SIM/lainnya)

f). Tabungan iB Dinar

Tabungan iB Dinar merupakan kontribusi dari BPRS Mitra Harmoni Semarang kepada umat dalam membantu perencanaan dana ibadah haji. Karakteristik Tabungan iB Dinar adalah sebagai berikut:

- 1) Memudahkan nasabah dalam merencanakan ibadah haji dan umrah
- 2) Setoran awal sebesar minimal Rp.100.000,-
- 3) Tiap bulannya tidak dipungut biaya administrasi
- 4) Keamanan dijamin LPS
- 5) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- 6) Dapat dijadikan agunan pembiayaan

Persyaratan :

- 1) Mengisi aplikasi pembukaan tabungan
- 2) Nasabah dapat melampirkan fotocopy identitas yang masih berlaku (KTP/SIM/lainnya)

2. Produk Pembiayaan (*landing*) :

a) Pembiayaan Bebas Biaya

Pembiayaan bebas biaya merupakan pembiayaan yang nilai pencairannya dibawah 20 juta dan itu tanpa potongan, tanpa administrasi dan menerima dana yang dibutuhkan nasabah sebesar 100%.

Pembiayaan iB Harmoni Tepat Guna :

- 1) Bangun/renovasi rumah
- 2) Beli mobil/sepeda motor
- 3) Modal kerja

- 4) Biaya sekolah/kuliah anak dan lain-lain

Persyaratan :

- 1) Fotocopy KTP terbaru suami/istri/penjamin
- 2) Fotocopy kartu keluarga dan surat nikah
- 3) Fotocopy jaminan (BPKB+STNK,sertifikat+SPPT+PB8)
- 4) Slip gaji terbaru bagi karyawan/pegawai

b) Pembiayaan iB Harmoni Tepat Waktu

Pembiayaan iB Harmoni Tepat Waktu adalah pembiayaan yang saat pencairan akan mendapatkan hadiah berupa voucher pulsa dan cash back setiap bulannya saat pembayaran angsurannya tepat waktu.

Persyaratan Pembiayaan iB Harmoni Tepat Waktu adalah sebagai berikut :

- 1) Mengisi formulir permohonan pembiayaan
- 2) Fotocopy KTP terbaru suami/istri/penjamin
- 3) Fotocopy kartu keluarga dan surat nikah
- 4) Fotocopy jaminan (BPKB+STNK,sertifikat+SPPT+PB8)
- 5) Slip gaji terbaru bagi karyawan/pegawai
- 6) Bersedia disurve usaha dan jaminan⁷⁵

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden ini sangat diperlukan dalam penelitian ini, karena membantu menggambarkan terkait keadaan responden agar peneliti dapat mendapatkan informasi yang jelas dan akurat. Penyajian data deksriptif penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dan profil dari penelitian tersebut. Adapun karakteristik-karakteristik responden dari penelitian tersebut

⁷⁵ Brosur BPRS Mitra Harmoni Semarang

terdiri dari beberapa jenis yaitu jenis kelamin, usia responden, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan dan lama menjadi nasabah. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah di BPRS Mitra Harmoi Semarang yang berjumlah 84 orang. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 84 responden melalui penyebaran kuesioner didapat gambaran sebagai berikut :

4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Adapun data jenis kelamin dari responden di BPRS Mitra Harmoni dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan dengan presentase sebagai berikut :

Tabel 4.1

Presentase Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Responden (orang)	Presentase (%)
Laki-laki (L)	45	53,58
Perempuan (P)	39	46,42
Total	84	100

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang diambil menjadi responden menunjukkan mayoritas berjenis kelamin laki-laki berjumlah 45 responden atau dengan presentase sebesar 53,58% dan perempuan berjumlah 39 responden atau dengan presentase sebesar 46,42%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah laki-laki.

4.2.2 Usia Responden

Adapun data terkait usia responden peneliti sudah membaginya menjadi beberapa kelompok yaitu, kurang dari 20 tahun, usia 21-30 tahun, usia 31-40

tahun, usia 41-50 tahun dan yang terakhir usia lebih dari 50 tahun. Dibawah ini merupakan data hasil penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.2
Presentase Usia Responden

Usia	Responden (orang)	Presentase (%)
kurang dari 20 tahun	4	4,77
21-30 tahun	34	40,48
31-40 tahun	22	26,19
41-50 tahun	19	22,61
lebih dari 50 tahun	5	5,95
Total	84	100

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 4 orang atau dengan presentase sebesar 4,77%, sedangkan yang berusia 21-30 tahun sebanyak 34 orang atau dengan presentese sebesar 40,48%, yang berusia 31-40 tahun sebanyak 22 orang atau dengan presentase sebesar 26,19%, yang berusia 41-50 tahun sebanyak 19 orang atau dengan presentase sebesar 22,61%, dan yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 5 orang atau dengan presentase sebesar 5,95%. Jadi dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang berusia antara 21-30 tahun.

4.2.3 Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden di BPRS Mitra Harmoni Semarang dibagi menjadi empat golongan yaitu: SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi. Adapun data dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

Presentase Pendidikan Responden

Pendidikan	Responden (orang)	Presentase (%)
SD	13	15,48
SMP	9	10,71
SMA	26	30,95
Perguruan Tinggi	36	42,86
Total	84	100

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan dari data diatas menunjukkan bahwa pendidikan responden mulai dari SD adalah sebanyak 13 orang atau dengan presentase sebesar 15,48%, SMP 9 orang atau dengan presentase sebesar 10,71%, SMA 26 orang atau dengan presentase sebesar 30,95%, dan untuk Perguruan Tinggi 36 orang atau dengan presentase sebesar 42,86%. Jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pendidikan nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah Perguruan Tinggi.

4.2.4 Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden di BPRS Mitra Harmoni Semarang dikelompokkan menjadi 5 kategori yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri, wiraswasta, ibu rumah tangga, dan lainnya. Adapun data hasil nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Presentase Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Responden (orang)	Presentase (%)
Pelajar/mahasiswa	5	5,96
Pegawai swasta	28	33,33
PNS	15	17,86
Wiraswasta	19	22,61
Ibu rumah tangga	7	8,33
Lainnya	10	11,91
Total	84	100

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan dari data diatas menunjukkan bahwa nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 5 orang atau dengan presentase 5,96%, pekerjaan pegawai swasta sebanyak 28 orang atau dengan presentase 33,33%, pekerjaan PNS sebanyak 15 orang atau dengan presentase 17,86%, pekerjaan wiraswasta sebanyak 19 orang atau dengan presentase 22,61%, sebagai ibu rumah tangga sebanyak 7 orang atau dengan presentase 8,33%, dan yang terakhir adalah pekerjaan lainnya sebanyak 10 orang atau dengan presentase 11,91%. Jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang mayoritas mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta.

4.2.5 Penghasilan Responden

Adapun data mengenai penghasilan responden di BPRS Mitra Harmoni Semarang dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000,00, penghasilan Rp.1.100.000,00-Rp 2.000.000,00, penghasilan Rp. 2.100.000-Rp 3.000.000,00 dan penghasilan lebih dari Rp

3.100.000,00. Adapun data hasil nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang diambil adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Presentase Penghasilan Responden

Penghasilan	Responden (orang)	Presentase (%)
Kurang dari Rp. 1.000.000,00	15	17,86
Rp. 1.100.000,00-2.000.000,00	27	32,14
Rp.2.100.000,00-Rp. 3.000.000,00	24	28,58
lebih dari Rp. 3.100.000,00	18	21,42
Total	84	100

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan dari data diatas menunjukkan bahwa nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang memiliki penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000,00 adalah sebanyak 15 orang atau dengan presentase 17,86%, Penghasilan Rp. 1.100.000,00-2.000.000,00 sebanyak 27 orang atau dengan presentase 32,14%, penghasilan Rp. 2.100.000,00-Rp. 3.000.000,00 sebanyak 24 orang atau dengan presentase 28,58%, dan yang terakhir adalah penghasilan lebih dari Rp. 3.100.000,00 sebanyak 18 orang dengan presentase 21,42%. Jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang mayoritas adalah yang mempunyai penghasilan berkisar Rp. 1.100.000,00-Rp. 2.000.000,00.

4.2.6 Lama Menjadi Nasabah

Adapun data mengenai lamanya seorang responden menjadi nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu menjadi nasabah kurang dari 1 tahun, menjadi nasabah sudah 2 tahun, menjadi nasabah sudah 3 tahun, dan menjadi nasabah sudah lebih dari 4 tahun. Adapun data hasil nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang diambil adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah	Responden (orang)	Presentase (%)
kurang dari 1 tahun	22	26,19
2 tahun	28	33,33
3 tahun	20	23,81
lebih dari 4 tahun	14	16,67
Total	84	100

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan dari data diatas menunjukkan bahwa di BPRS Mitra Harmoni Semarang lamanya responden menjadi nasabah yang kurang dari 1 tahun sebanyak 22 orang atau dengan presentase 26,19%, lamanya responden menjadi nasabah selama 2 tahun sebanyak 28 orang atau dengan presentase 33,33%, lamanya responden menjadi nasabah selama 3 tahun sebanyak 20 orang atau dengan presentase 23,81, dan yang terakhir adalah lamanya responden menjadi nasabah lebih dari 4 tahun adalah sebanyak 14 orang atau dengan presentase 16,67%. Jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa lamanya responden yang menjadi nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah mayoritas 2 tahun.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil data yang diperoleh pada penelitian ini adalah dengan dilakukannya penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang berhasil ditemui oleh peneliti. Adapun cara yang dilakukan adalah peneliti membagikan kuesioner tersebut kepada responden yang menabung ataupun yang melakukan penarikan di BPRS Mitra Harmoni Semarang tersebut dan responden wajib untuk mengisi kuesioner tersebut dengan jujur dan sesuai

dengan ketentuan-ketentuan yang ada mengenai analisis pengaruh sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Adapun responden dalam penelitian ini adalah nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang dengan total responden sebanyak 84 orang. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu X dan Y. Variabel X bertindak sebagai variabel independen (bebas) berupa faktor sosial, pribadi dan psikologis. Sedangkan variabel Y bertindak sebagai variabel dependen (terikat) berupa keputusan menabung. Pada penelitian ini dibutuhkan data jawaban responden pada kuesioner yang tersedia. Adapun data hasil kuesionernya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Data Hasil Kuesioner

	Total										
	Item Pertanyaan	SS	%	S	%	RR	%	TS	%	STS	%
X1	Pertanyaan 1	9	10,71	34	40,48	12	14,29	22	26,19	7	8,33
	Pertanyaan 2	16	19,04	34	40,48	12	14,29	17	20,23	5	5,96
	Pertanyaan 3	8	9,52	27	32,14	17	20,23	21	25	11	13,09
	Pertanyaan 4	13	15,48	44	52,39	10	11,90	15	17,86	2	2,39
	Pertanyaan 5	10	11,90	28	33,33	17	20,23	19	22,61	10	1,19
	Pertanyaan 6	6	7,14	16	19,04	13	15,48	30	35,71	19	22,61
X2	Pertanyaan 7	19	22,61	58	69,04	6	7,14	1	1,19	0	0
	Pertanyaan 8	29	34,52	51	60,71	3	3,57	1	1,19	0	0
	Pertanyaan 9	11	13,09	54	64,28	13	15,48	6	7,14	0	0
	Pertanyaan 10	13	15,48	26	30,96	26	30,96	17	20,23	2	2,38
	Pertanyaan 11	4	4,76	27	32,14	19	22,61	21	25	13	15,48
	Pertanyaan 12	26	30,96	51	60,71	6	7,14	1	1,19	0	0
X3	Pertanyaan 13	31	36,90	35	41,67	13	1,54	3	3,57	2	2,38
	Pertanyaan 14	13	15,48	58	69,04	9	10,71	3	3,57	1	1,19
	Pertanyaan 15	19	22,61	56	66,67	7	8,33	2	2,39	0	0
	Pertanyaan 16	9	10,71	38	45,23	32	38,09	5	5,96	0	0
	Pertanyaan 17	6	7,14	34	40,48	33	39,29	11	1,30	0	0
	Pertanyaan 18	27	32,14	49	58,33	7	8,33	1	1,19	0	0
Y	Pertanyaan 19	12	14,29	47	55,96	18	21,42	6	7,14	1	1,19
	Pertanyaan 20	13	15,48	56	66,67	13	15,48	1	1,19	1	1,19
	Pertanyaan 21	16	19,04	59	70,23	6	7,14	2	2,39	1	1,19
	Pertanyaan 22	36	42,86	39	46,42	8	9,52	1	1,19	0	0
	Pertanyaan 23	38	45,23	42	50	4	4,76	0	0	0	0
	Pertanyaan 24	10	11,90	59	70,23	12	14,29	1	1,19	2	2,39
	Pertanyaan 25	21	25	52	61,90	9	10,71	1	1,19	1	1,19
	Pertanyaan 26	24	28,58	46	54,77	13	15,48	1	1,19	0	0

4.3.1 Sosial

Berdasarkan tabel pada variabel sosial sesuai dengan item pernyataan pertama diketahui sebesar 10,71% responden menyatakan sangat setuju bahwa memilih menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena rekomendasi dari suatu kelompok, sebesar 40,48% responden menyatakan setuju, sebesar 14,29% responden menyatakan kurang setuju dan 8,33% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item yang kedua diketahui sebesar 19,04% responden menyatakan sangat setuju bahwa memilih menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena rekomendasi dari teman/tetangga, sebesar 40,48% responden menyatakan setuju, sebesar 14,29% responden menyatakan kurang setuju sebesar 20,23% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 5,96% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item yang ketiga diketahui sebesar 9,52% responden menyatakan sangat setuju bahwa memilih menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena adanya rekomendasi dari keluarga, sebesar 32,14% responden menyatakan setuju, sebesar 20,23% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 25% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 13,09% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item yang keempat diketahui sebesar 15,48% responden menyatakan sangat setuju bahwa menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena keluarga dan kerabat menabung disana juga, sebesar 52,39% responden menyatakan setuju, sebesar 11,90% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 17,86% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 2,39% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item yang kelima diketahui sebesar 11,90% responden menyatakan sangat setuju bahwa menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena lingkungan kerja, sebesar 33,33% responden menyatakan setuju, sebesar 20,23% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 22,61% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 1,19% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item yang keenam diketahui sebesar 7,14% responden menyatakan sangat setuju bahwa menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena sesuai dengan jabatan dikantor, sebesar 19,04% responden menyatakan setuju, sebesar 15,48% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 35,71 responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 22,61 responden menyatakan sangat tidak setuju

4.3.2 Pribadi

Berdasarkan tabel untuk variabel pribadi pada item pernyataan ketujuh diketahui sebesar 22,61% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk-produk yang ditawarkan BPRS Mitra Harmoni Semarang sesuai dengan selera nasabah, sebesar 69,04% responden menyatakan setuju, sebesar 7,14% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,19% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kedelapan diketahui sebesar 34,52% responden menyatakan sangat setuju bahwa berminat untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang, sebesar 69,71% responden menyatakan setuju, sebesar 3,57% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,19% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kesembilan diketahui sebesar 13,09% responden menyatakan sangat setuju bahwa menyisihkan sebagian hasil pendapatan untuk ditabungkan di BPRS Mitra Harmoni Semarang, sebesar 64,28% responden menyatakan setuju, sebesar 15,48% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 7,14 responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kesepuluh diketahui sebesar 15,48% responden menyatakan sangat setuju bahwa menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena sesuai dengan penghasilan yang didapatkan, sebesar 30,96% responden

menyatakan setuju, sebesar 30,96% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 20,23% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 2,38% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kesebelas diketahui sebesar 4,76% responden menyatakan sangat setuju bahwa menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang sesuai dengan gaya hidup, sebesar 32,14% responden menyatakan setuju, sebesar 22,61% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 25% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 15,48% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item keduabelas diketahui sebesar 30,96% responden menyatakan sangat setuju bahwa menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena untuk mencapai suatu tujuan menabung secara halal, sebesar 60,71% responden menyatakan setuju, sebesar 7,14% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,19% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.3 Psikologis

Berdasarkan tabel untuk variabel pribadi pada item pernyataan ketigabelas diketahui sebesar 36,90% responden menyatakan sangat setuju bahwa adanya dorongan dari dalam diri untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang untuk memenuhi kebutuhan, sebesar 41,67% responden menyatakan setuju, sebesar 1,54% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 3,57% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 2,38% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item keempatbelas diketahui sebesar 15,48% responden menyatakan sangat setuju bahwa adanya larangan riba memotivasi untuk memilih menabung di BPRS mitra Harmoni Semarang, sebesar 69,04 responden menyatakan setuju, sebesar 10,71% responden menyatakan kurang setuju, sebesar

3,57% responden menyatakan tidak setuju dan 1,19% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kelimabelas diketahui sebesar 22,61% responden menyatakan sangat setuju bahwa menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena mempunyai persepsi yang baik tentang bank syariah, sebesar 66,67 responden menyatakan setuju, sebesar 8,33% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 2,39% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item keenambelas diketahui sebesar 10,71% responden menyatakan sangat setuju bahwa menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena sudah belajar akan bahayanya riba, sebesar 45,23% responden menyatakan setuju, sebesar 38,09% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 5,96% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item ketujuhbelas diketahui sebesar 7,14% responden menyatakan sangat setuju bahwa sudah mengetahui bedanya BPR dan BPRS, sebesar 40,48% responden menyatakan setuju, sebesar 39,29% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,30% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kedelapanbelas diketahui sebesar 32,14% responden menyatakan sangat setuju bahwa percaya dengan produk-produk yang ditawarkan, sebesar 58,33 responden menyatakan setuju, sebesar 8,33% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,90% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.4 Keputusan Menabung

Berdasarkan tabel untuk variabel keputusan menabung pada item pernyataan kesembilanbelas diketahui sebesar 14,29% responden menyatakan sangat setuju bahwa memutuskan untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang, sebesar 55,96% responden

menyatakan setuju, sebesar 21,42% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 7,14% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 1,19% responden menyatakan sangat tidak setuju

Pernyataan pada item kedupuluh diketahui sebesar 15,48%”responden menyatakan sangat setuju bahwa informasi mengenai BPRS Mitra Harmoni Semarang cukup jelas dan akurat, sebesar 66,67 responden menyatakan setuju, sebesar 15,48% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,19 responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 1,19 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kedupuluh satu diketahui sebesar 19,04% responden menyatakan sangat setuju bahwa memutuskan untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang setelah mendapatkan informasi yang cukup, sebesar 70,23% responden menyatakan setuju, sebesar 7,14% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 2,39% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 1,19% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kedupuluh dua diketahui sebesar 42,86% responden menyatakan sangat setuju bahwa merasa puas dengan produk yang ditawarkan karena bermanfaat, sebesar 46,42% responden menyatakan setuju, sebesar 9,52% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,19% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden mneyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kedupuluh tiga diketahui sebesar 45,23% responden menyatakan sangat setuju bahwa telah memutuskan untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang, sebesar 50% responden menyatakan setuju, sebesar 4,76% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 0% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kedupuluh empat diketahui sebesar 11,90% responden menyatakan sangat setuju bahwa kemudahan akses yang didapatkan mempengaruhi keputusan untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang, sebesar 70,23% responden menyatakan setuju, sebesar 14,29% responden

menyatakan kurang setuju, sebesar 1,19% responden menyatakan tidak setuju dan 2,39% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kedupuluhlima diketahui sebesar 25% responden menyatakan sangat setuju bahwa merasa puas dengan layanan yang diberikan pegawai BPRS Mitra Harmoni Semarang, sebesar 61,90% responden menyatakan setuju, sebesar 10,71% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,19% responden menyatakan tidak setuju dan sebesar 1,19% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan pada item kedupuluhenam diketahui sebesar 28,58% responden menyatakan sangat setuju bahwa reputasi yang dimiliki BPRS Mitra Harmoni Semarang sangat baik, sebesar 54,77% responden menyatakan setuju, sebesar 15,48% responden menyatakan kurang setuju, sebesar 1,19% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.4 Uji Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan salah satu teknik analisis data yang mana dalam penyajiannya dapat berupa tabel, grafik, perhitungan modus, mean, median, nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi.

Tabel 4.10

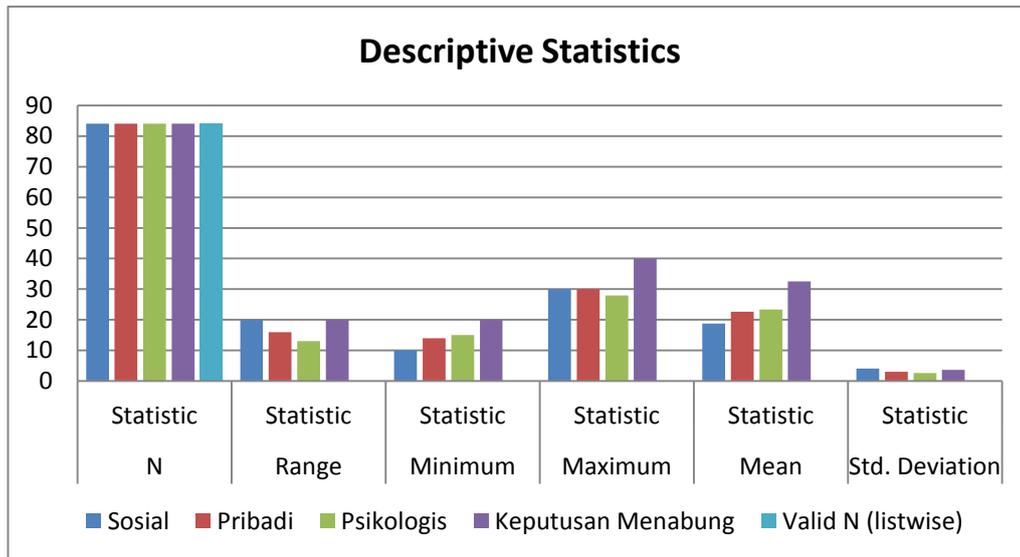
Uji Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Sosial	84	20	10	30	18.74	4.075
Pribadi	84	16	14	30	22.64	3.005
Psikologis	84	13	15	28	23.35	2.646
Keputusan Menabung	84	20	20	40	32.49	3.685
Valid N (listwise)	84					

Sumber : *Data Primer yang Diolah, 2020*

**Grafik
Descriptive Statistics**



Berdasarkan tabel dan grafik diatas, dari variabel sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan menabung memperoleh nilai N yang sama yaitu sebesar 84 atau 8,4%. Sedangkan untuk nilai range, minimum, maksimum, nilai rata-rata dan standar devisiasi nya memperoleh nilai yang berbeda-beda. Dibawah ini interpretasi dari grafik tersebut yaitu:

Pertama pada variabel sosial diperoleh range sebesar 0,2%, nilai minimum sebesar 0,1%, nilai maksimum sebesar 0,3%, nilai rata-rata sebesar 18,74%, dan diperoleh juga nilai standar devisiasi sebesar 0,4075%.

Kedua pada variabel pribadi diperoleh range sebesar 1,6%, nilai minimum sebesar 1,4%, nilai maksimum sebesar 0,3%, nilai rata-rata sebesar 22,6% dan diperoleh juga nilai standar devisiasi sebesar 0,3005%.

Ketika pada variabel psikologis diperoleh range sebesar 1,3%, nilai minimum sebesar 1,5%, nilai maksimum sebesar 2,8%, nilai rata-rata sebesar 23,3%, dan diperoleh juga nilai standart devisiasi sebesar 0,2646%.

Keempat pada variabel keputusan menabung diperoleh range sebesar 0,2%, nilai minimum sebesar 0,2%, nilai maksimum sebesar 0,4%, nilai rata-rata sebesar 32,49%, dan diperoleh nilai standart deviasi sebesar 0,3685%.

4.5 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

4.5.1 Uji Validitas

Digunakan untuk menguji tingkat validitas serta reabilitas instrument dalam suatu penelitian dengan aplikasi SPSS. Dalam pengujian validitas dilakukan uji signifikasi dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Besarnya *degree of freedom* dengan rumus $(df)=n-2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $84-2=82$ atau df 73 dengan *alpha* 0,05% di dapat r tabel 0,180. Dalam suatu penelitian jika menggunakan uji validitas data dikatakan valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} dan memiliki nilai r yang positif begitupun sebaliknya.

Tabel 4.8
Uji Validitas Instrument

Variabel	Item Pernyataan	Corrected pertanyaan total correlation	r tabel	Keterangan
Sosial (X1)	Pernyataan 1	0,618	0,180	Valid
	Pernyataan 2	0,569	0,180	Valid
	Pernyataan 3	0,542	0,180	Valid
	Pernyataan 4	0,423	0,180	Valid
	Pernyataan 5	0,733	0,180	Valid
	Pernyataan 6	0,601	0,180	Valid
Pribadi (X2)	Pernyataan 7	0,514	0,180	Valid
	Pernyataan 8	0,396	0,180	Valid
	Pernyataan 9	0,696	0,180	Valid
	Pernyataan 10	0,810	0,180	Valid
	Pernyataan 11	0,686	0,180	Valid
	Pernyataan 12	0,428	0,180	Valid
Psikologi (X3)	Pernyataan 13	0,537	0,180	Valid
	Pernyataan 14	0,563	0,180	Valid
	Pernyataan 15	0,599	0,180	Valid
	Pernyataan 16	0,715	0,180	Valid
	Pernyataan 17	0,686	0,180	Valid
	Pernyataan 18	0,403	0,180	Valid
Keputusan Menabung (Y)	Pernyataan 19	0,467	0,180	Valid
	Pernyataan 20	0,677	0,180	Valid
	Pernyataan 21	0,609	0,180	Valid
	Pernyataan 22	0,732	0,180	Valid
	Pertanyaan 23	0,540	0,180	Valid
	Pertanyaan 24	0,779	0,180	Valid
	Pertanyaan 25	0,785	0,180	Valid
	Pertanyaan 26	0,653	0,180	Valid

Dari data diatas dapat diketahui bahwa variabel X dan Y mempunyai nilai yang valid. Dikatakan valid karena masing-masing dari item pernyataan mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (180) dan bernilai positif.

4.5.2 Uji Reabilitas

Tabel 4.9

Uji Reliabilitas Instrument

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Sosial	6 Pernyataan	0,616	Reliabel
Pribadi	6 Pernyataan	0,645	Reliabel
Psikologis	6 Pernyataan	0,609	Reliabel

Keputusan			
Menabung	8 Pernyataan	0,806	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas pada masing-masing jawaban kuesioner dapat diketahui bahwa tiap variabel mempunyai *cronbach alpha* yang lebih dari 0,60. Dengan hasil *alpha* yang lebih dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dari variabel X dan Y tersebut dikatakan reliabel.

4.6 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan peneliti terhadap uji asumsi klasik maka data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melakukan pengujian pada suatu data apakah data tersebut dikatakan normal atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas data yaitu uji kolmogorov smirnov. Dibawah ini merupakan hasil SPSS uji normalitas data yang mana menggunakan uji Kolmogorov smirnov yaitu :

Tabel 4.10

Uji Normalitas

Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.11971487
Most Extreme Absolute		.118

Differences	Positive	.050
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		1.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.193

Berdasarkan data hasil uji normalitas diatas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji tersebut mempunyai nilai asymp sig (2-tailed) nya sebesar 0,193 atau lebih besar dari 0,05. Maka uji tersebut dikatakan normal.

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji data diantara variabel penjelas pada suatu model yang diindikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa ataupun keseluruhan variabel. Dan pada uji Multikolinieritas ini tidak boleh terdapat Multikolinieritas didalamnya. Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat *Variance Inflating Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak melebihi 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinieritas

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1.(Constant)	16.561	3.332		4.970	.000		
2.Sosial	.252	.106	-.279	2.391	.019	.657	1.522

Pribadi	.655	.154	.534	4.253	.000	.569	1.759
Psikologis	.250	.155	.179	1.612	.111	.723	1.383

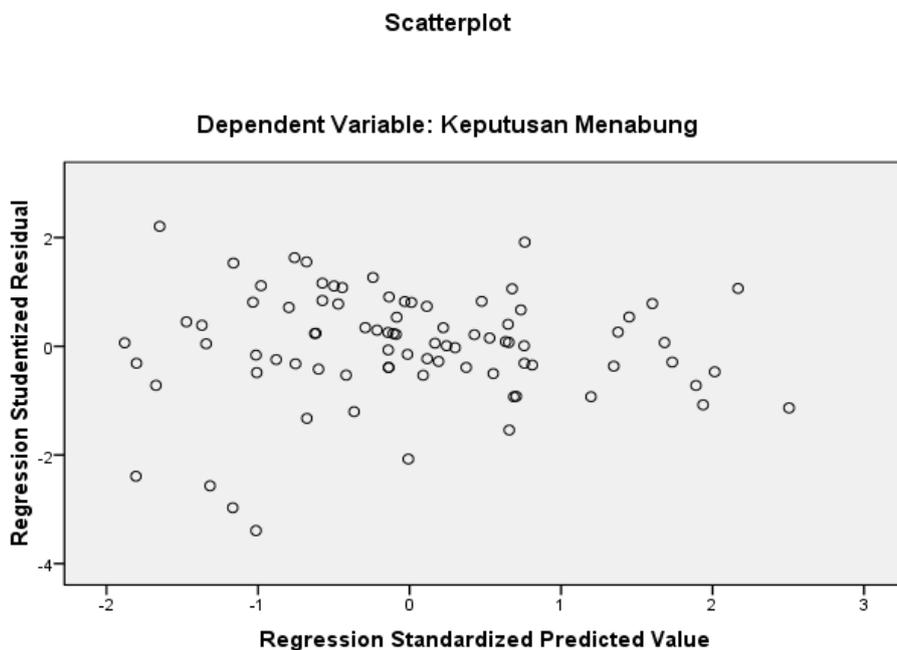
Dependent Variabel : Keputusan Menabung

Jadi dari hasil uji data yang peneliti lakukan melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan masing-masing variabel memiliki VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda tersebut terbebas dari multikolinieritas.

4.6.3 Uji Heretoskedastisitas

Uji Heretoskedastisitas berfungsi untuk menguji bilamana terdapat perbedaan varian dalam model regresi maka artinya telah terjadi heretoskedastisitas. Cara mengetahui ada atau tidaknya heretoskedastisitas pada suatu data disini peneliti menggunakan scatterplot. Jika pada gambar scatterplot terdapat titik-titik data menyebar dan tidak berkumpul ataupun tidak membentuk suatu pola baik gelombang, melengkung ataupun garis lurus maka tidak terjadi heretoskedastisitas. Berikut merupakan hasil uji heretoskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini :

Tabel 4.12
Scatterplot



Pada gambar scatterplot diatas terdapat titik-titik data yang menyebar atau tidak berkumpul dan tidak membentuk suatu pola baik gelombang, melengkung ataupun garis lurus maka artinya tidak terjadi heretoskedastisitas dan output tersebut terpenuhi sehingga data keputusan menabung ini berdistribusi normal. Jadi dari uji data diatas dapat disimpulkan bahwa setelah peneliti melakukan uji data menggunakan scatterplot uji tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk mengukur variabel X dan Y. Variabel dependen (keputusan menabung) apabila variabel independent (sosial, pribadi dan psikologis) dinaikkan atau diturunkan. Analisis regresi linier berganda ini mempunyai tujuan yaitu untuk melakukan peramalan nilai pengaruh dari dua variabel bebas dan terikat yaitu variabel X dan Y.

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.561	3.332		4.970	.000
	Sosial	.252	.106	-.279	2.391	.019
	Pribadi	.655	.154	.534	4.253	.000
	Psikologis	.250	.155	.179	1.612	.111

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Dari hasil uji data pada tabel diatas maka model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 16,561 - 0,252 X_1 + 0,655 X_2 + 0,250 X_3$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah:

1. Nilai konstanta dari regresi sebesar 16,561 dapat diartikan bahwa nilai konstanta variabel keputusan menabung adalah sebesar 16,561.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel sosial (X_1) sebesar 0,252 adalah positif. Artinya, apabila variabel keputusan menabung ditingkatkan satu satuan maka nilai loyalitas konsumen akan naik sebesar 25,2%.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel pribadi (X_2) sebesar 0,655 adalah positif. Artinya, apabila variabel keputusan menabung ditingkatkan satu satuan maka loyalitas konsumen akan naik sebesar 65,5%.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel psikologis (X_3) sebesar 0,250 adalah positif. Artinya, apabila variabel keputusan menabung ditingkatkan satu satuan maka loyalitas konsumen akan naik sebesar 25,0%.

4.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi yang didapat secara statistik tidak sama dengan nol, karena jika sama dengan nol maka dapat dikatakan tidak cukupnya bukti yang menyatakan adanya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Di bawah ini merupakan beberapa jenis dari uji hipotesis, yaitu sebagai berikut :

4.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi atau Uji R^2 merupakan salah satu ukuran yang penting dalam regresi, karena koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel X (sosial, pribadi dan psikologis) untuk mempengaruhi variabel Y (keputusan menabung). Semakin besar koefisien determinasinya maka akan semakin baik kemampuan X menerangkan Y . Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi atau uji R^2 :

4.14

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532 ^a	.283	.256	3.178

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Sosial, Pribadi

Dari hasil uji koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa hasil R square yang didapatkan sebesar 0,283 atau dalam presentase 28,3% yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari penelitian ini yaitu variabel sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan menabung. Sedangkan sisanya sebesar 71,7 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.8.2 Uji Pengaruh Simultan (F test)

Uji F test digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel independen (sosial, pribadi dan psikologis) terhadap variabel dependen (keputusan menabung) secara bersama-sama yaitu dengan membandingkan tingkat signifikan $<0,05$ atau dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$. Atau dengan asumsi sebagai berikut :

1. Apabila nilai probabilitas value atau taraf signifikannya $<0,05$, dapat dikatakan bahwa variabel independen (X) bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Maka artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila nilai probabilitas value atau taraf signifikannya $>0,05$, dapat dikatakan bahwa variabel independen (X) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Maka artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

4.15

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.181	3	106.394	10.537	.000 ^a
	Residual	807.808	80	10.098		
	Total	1126.988	83			

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Sosial, Pribadi

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Dari hasil uji f pada tabel anova diatas diketahui bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai $10,537 > 2,72$ dan nilai probabilitas value atau taraf signifikannya adalah $0,000 < 0,05$. Sehingga untuk hasil uji hipotesisnya yaitu H_a diterima H_o ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung.

4.8.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel atau pengaruh antar variabel X (independen) secara parsial terhadap variabel Y (dependen) .Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_o ditolak, artinya variabel X (independen) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y(dependen). Dan begitu sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima, artinya variabel X (independen) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Y (dependen).

4.16

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.561	3.332		4.970	.000
	Sosial	.252	.106	-.279	2.391	.019
	Pribadi	.655	.154	.534	4.253	.000
	Psikologis	.250	.155	.179	1.612	.111

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Dari hasil uji t pada tabel diatas, maka dapat di simpulkan bahwa :

a) Uji t variabel sosial

Variabel sosial memperoleh nilai thitung sebesar 2,391 sedangkan nilai ttabel diperoleh sebesar 1,990. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung $2,391 > 1,990$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

b) Uji t variabel pribadi

Variabel pribadi memperoleh nilai thitung sebesar 4,253 sedangkan nilai ttabel diperoleh sebesar 1,990. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung $4,253 > 1,990$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,019 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

c) Uji t variabel psikologis

Variabel psikologis memperoleh nilai thitung sebesar 1,612 sedangkan nilai ttabel diperoleh sebesar 1,990. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung $1,612 < 1,990$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,111 > 0,05$ maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel psikologis berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

4.9 Hasil dan Pembahasan Pengaruh Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Pada pembahasan ini akan dijelaskan terkait hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap masing-masing variabel independen (sosial, pribadi dan psikologis) dan variabel dependen (keputusan menabung) yaitu sebagai berikut :

Dapat diketahui dari hasil penelitian yang telah dilakukan melibatkan 84 responden. Sebelumnya dapat dilihat juga pada uji validitas dan reabilitas instrument terlebih dahulu, yang mana dari hasil penelitian menghasilkan item-item pertanyaan r hitung > r tabel (0,180) dan bernilai positif, yang artinya bahwa setiap butir pertanyaan pada kuesioner atau angket tersebut dinyatakan valid dan pada uji reabilitas menghasilkan *alpha* yang lebih dari 0,60 maka variabel sosial, pribadi dan psikologis tersebut dikatakan reliabel.

Selanjutnya pada uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov smirnov bahwa hasil uji tersebut dikatakan normal karena mempunyai nilai asymp sig (2-tailed) nya sebesar 0,193 atau lebih besar dari 0,05. Pada uji multikolinieritas hasil uji data yang peneliti lakukan melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan masing-masing variabel memiliki VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda tersebut terbebas dari multikolinieritas. Selanjutnya adalah uji heteroskedastisitas, jadi dari uji data tersebut dapat disimpulkan bahwa dari uji normalitas yang dilakukan peneliti dengan scatterplot menyatakan bahwa kedua uji normalitas tersebut berdistribusi normal.

Pada tabel koefisien konstanta sebesar 16,561 dapat diartikan bahwa nilai konstanta variabel keputusan menabung adalah sebesar 16,561. Sedangkan Nilai koefisien regresi pada variabel sosial (X1) sebesar 0,252 adalah positif. Artinya, apabila variabel keputusan menabung ditingkatkan satu satuan maka loyalitas konsumen akan naik sebesar 25,2%. Selanjutnya nilai koefisien regresi pada variabel pribadi (X2) sebesar 0,655 adalah positif. Artinya, apabila variabel

keputusan menabung ditingkatkan satu satuan maka loyalitas konsumen akan naik sebesar 65,5%. Dan nilai koefisien regresi pada variabel psikologis (X3) sebesar 0,250 adalah positif. Artinya, apabila variabel keputusan menabung ditingkatkan satu satuan maka loyalitas konsumen akan naik sebesar 25,0%. Sehingga akan diperoleh persamaan regresi $Y = 16,561 + 0,252 X_1 + 0,655 X_2 + 0,250 X_3 + e$.

Selanjutnya hasil perhitungan uji pengaruh simultan (f test), yaitu : pada tabel anova diatas uji f tersebut menunjukkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai $10,537 > 2,72$ dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan adalah $0,000 < 0,05$. Sehingga untuk hasil uji hipotesisnya yaitu H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Hasil ini diperkuat dengan penelitian Atin Yulaihah (2011) yang menyatakan bahwa variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan menabung. Dapat dikatakan juga bahwa variabel-variabel tersebut memberikan kontribusi yang besar terhadap keputusan menabung.

Sedangkan untuk hasil uji t berdasarkan hipotesis diketahui bahwa :

H1= Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Hipotesis yang pertama menunjukkan bahwa variabel sosial memperoleh nilai thitung sebesar 2,391 sedangkan nilai ttabel diperoleh sebesar 1,990. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung $2,391 > 1,990$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_o ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Artinya, bahwa sosial memiliki pengaruh terhadap pembelian suatu produk baik barang maupun jasa. Oleh karena itu, hubungan sosial terhadap individu memiliki peran penting dalam hal pembelian suatu produk maupun keputusan dalam menabung. Hasil ini diperkuat dengan penelitian Umik Hanik dan Jati Handayani yang menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

H2= Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang

Hipotesis yang kedua variabel pribadi memperoleh nilai thitung sebesar 4,253 sedangkan nilai ttabel diperoleh sebesar 1,990. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung $4,253 > 1,990$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,019 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Artinya keputusan seorang konsumen pada dasarnya dipengaruhi oleh karakteristik atau ciri pribadinya. Hasil ini diperkuat dengan penelitian Siti Umi Hanik dan Jati Handayani (2014) yang menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

H3= Psikologis berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Hipotesis yang ketiga variabel psikologis memperoleh nilai thitung sebesar 1,612 sedangkan nilai ttabel diperoleh sebesar 1,990. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung $1,612 < 1,990$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,111 > 0,05$ maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel psikologis berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Artinya, perlu ditingkatkan motivasi dari dalam diri dan juga persepsi yang baik akan suatu bank yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah. Hasil ini diperkuat dengan penelitian Wawan Hari Subagyo dan Urwatul Wutsqo (2018) yang menyatakan bahwa faktor psikologi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas terkait pengaruh sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) variabel sosial menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,391 > 1,990 t_{tabel}$ dengan arah positif yakni 2,391 dengan signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang dengan demikian hipotesis diterima.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) variabel pribadi menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $4,253 > 1,990 t_{tabel}$ dengan arah positif yakni 4,253 dengan signifikan sebesar 0,019. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang dengan demikian hipotesis diterima.
3. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) variabel psikologis menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $1,612 < 1,990 t_{tabel}$ dengan arah positif yakni 1,612 dengan signifikan sebesar 0,111. Nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang dengan demikian hipotesis ditolak.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya membahas empat variabel saja, yang terdiri dari variabel independen (sosial, pribadi dan psikologis) dan variabel dependen (keputusan menabung). Oleh sebab itu perlu adanya penambahan variabel yang berbeda yang perlu dilakukan peneliti untuk memperluas penelitian.
2. Penelitian ini menggunakan data primer, yang mana peneliti harus survey langsung ke lapangan guna untuk mendapatkan data yang akurat dari pihak BPRS nya dan data hasil penyebaran kuesionernya sedangkan membutuhkan waktu yang lama. Semakin lama melakukan penelitian maka akan menghambat penyelesaian skripsi.

5.3 Saran

Berikut adalah saran yang diberikan peneliti terkait penelitian yang telah dilakukan, adapun sarannya adalah sebagai berikut :

1. Bagi BPRS Mitra Harmoni Semarang
Bagi BPRS Mitra Harmoni Semarang diharapkan kedepannya lebih baik lagi dalam meningkatkan pelayanan, keamanan dalam mengelola keuangan serta menjaga reputasi bank agar nasabah semakin percaya dan terus menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Karena seperti yang kita ketahui bahwa saat ini persaingan di lembaga keuangan sangat ketat. BPRS Mitra Harmoni Semarang hanya ada satu pusatnya di Semarang tetapi nasabah yang melakukan transaksi setiap harinya hanya sedikit. Hal tersebut perlu dilakukan tindakan dengan cara mempromosikan kembali produk-produk yang ada di BPRS agar nasabah tertarik dan melakukan transaksi kembali.

2. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah dan mengembangkan variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependennya agar membedakan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Untuk mendapatkan hasil yang baik dan akurat bagi peneliti selanjutnya dapat membuat pernyataan pada kuesioner dengan baik agar responden paham dengan pernyataan yang peneliti buat. Karena jawaban jujur dari responden pun mempengaruhi hasil uji yang peneliti lakukan.

3. Berdasarkan hasil penelitian uji t diatas terdapat hipotesis yang tidak signifikan disebabkan karena data yang didapatkan dan yang diolah kurang baik dan pada uji determinasi mempunyai nilai r square yang rendah, jika nilai r square nya rendah artinya dari variabel sosial, pribadi dan psikologis hanya berpengaruh sedikit terhadap keputusan menabung. Dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Artinya untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa mencari data dan mengolah data dengan baik agar hasil yang didapatkan pun akurat sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Algifari.2018. *“Statistika Deskriptif Plus untuk Ekonomi dan Bisnis”*,Yogyakarta: U PP STIM YKPN.
- Ascarya.2007. *“Akad dan Produk Bank Syariah”*,Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan.2005.*“Metode Penelitian Kuantitatif”*, Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Assauri,Sofjan.2018. *“Manajemen Bisnis Pemasaran”*,PT RajaGrafindo :Depok.
- Darsono dkk.2017. *Perbankan Syariah di Indonesia*,Jakarta:PT RajaGrafindo Persada.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi.2014. *“Konsumen dan Pelayanan Prima”*,Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy,Tjipton dkk.2016. *“Pemasaran, Esensi dan Aplikasi”*, C.V Andi Offset: Yogyakarta.
- Fauzi, Muchamad.2009. *“Metode Penelitian Kuantitatif”* Semarang: Walisongo Press.
- Hurriyati, Ratih *“Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen”* Alfabeta:Bandung.
- Ikit.2018. *“Manajemen Dana Bank Syariah”*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Jundiani.2017. *“Pengaturan Hukum Perbankan di Indonesia”*,Malang: UIN-Malang Press.
- Kotler dan Keller, *Managemen*.
- Mardani.2015. *“Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia”*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Martono, Nanang.2012. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Data Sekunder,”*Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nila Kesumawati, Allen Marga Retta, Novita Sari.2017. *“Pengantar Statistika Penelitian”*, Depok: PT RajaGrafindo Persada.

- Prayitno, Duwi.2018“ *SPSS Pnduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*”, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Rachbini, Widarto dkk.2018. “*Statistika Terapan*”, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sangadji dkk.2010.“*Metodologi Penelitian :Pendekatan Praktis dalam Penelitian*”,Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarwono, Jonathan.2006.“ *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*”, Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sarwono, Jonathan.2012.“*Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*”, Jakarta: PT Gramedia.
- Setiadi,Nugroho J.2003. ”*Perilaku Konsumen*“, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Siswanto, Victorianus Aries.2012.“*Strategi dan Langkah-langkah Penelitian*”, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudaryono.2017.“*Metode Penelitian*”, PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Sugiyono.2013.“*Statistik dan Nonparametris untuk Penelitian*”Bandung: Alfabeta.
- Sumar’in.2012.”*Konsep Kelembagaan Bank Syariah*”, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan,Ujang.2017.”*Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*”, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang.2013. “*Teori, Kuisisioner,dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*”, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani,Tatik.“*Perilaku Konsumen (Implikasi pada Strategi Pemasaran)*”, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal :

- Abdullah, Renandho Raditya dkk.2016.” *Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Kartu Perdana Simpati di Grapari Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 42, Nomor 1.

- Fauzie, Dimas dkk.2016. “*Pengaruh Faktor Psikologis Konsumesn terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen KFC Cabang Mall Olympic Garden Malang)*”, Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 40, Nomor 1.
- Fauzi, Prasetya Arif.2017. “*Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kukubima Ener-G di UD. Bangun Jaya Food Sidoarjo*”, Jurnal Manajemen Branchmark, Volume 3 Issue 3.
- Inayah, Nurul.2017. “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah*” (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani), Jurnal At-Tawassuth, Volume 2, Nomor 1.
- Jariah, Ainun.2012. “*Analisis Faktor-faktor Pribadi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Lumayang*”, Jurnal Wiga, Volume 2, Nomor 2.
- Mandali, Ronaldo dkk.2016. “*Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa pada Bank Syariah di Universitas Negeri Padang*”, Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, Volume 5, Nomor 1.
- Megarani, Novia dkk.2019. “*The Effect of tax planning, company value, and leverage on income smoothing practices in companies listed on Jakarta Islamic Index*”, Journal of Islamic Accounting and Finance Research, Volume 1 Nomor 1.
- Mu’aziz, Imam Mu’aziz dkk.2017. “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah di BPRS Amanah Ummah*”, Jurnal Ekonomi Islam, Volume 8, Nomor 2.
- Munandar.2017. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi Espresso*”, Jurnal Visioner dan Strategis, Volume 6, Nomor 1.
- Nafiah, Zumrotun dkk.2018. “*Pengaruh Sanksi Pajak, kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan*”, Jurnal STIE Semarang, Volume 10, Nomor 1.

- Nurlaeli, Ida.2017. "*Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi da Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas*", Jurnal Pemikiran Islam, Volume XVIII, Nomor.2.
- Prayoga, Michael dkk.2016. "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pepo*", Jurnal Manajemen dan Star-up Bisnis, Volume 1, Nomor 2.
- Prihanto,Hendi.2017. "*Analisis terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat untuk Menabung di Bank Syariah*", Jurnal Provita ,Volume 10, Nomor 1.
- Santoso, Daniel Teguh Tri Santoso dkk.2013. "*Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*", Jurnal Among Makarti,Volume 6, Nomor 12.
- Subianto, Totok.2007. "*Studi tentang Perilaku Konsumen beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian*", Jurnal Ekonomi Modernisasi, Volume 3, Nomor 3.
- Sujani.2017. "*Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Belanja di Indomaret*", ISSN No. 1411-9501, Jurnal Majalah Ekonomi, Volume XXII Nomor 2.
- Tmba, Darwis. "*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Keputusan Membeli di Indomaret (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatra Utara)*",ISSN:1412-0593, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 17 Nomor 1.

Veterinawati, Desy.2013. "*Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Surabaya*", Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 1 Nomor 3.

Warno,dkk.2017. "*Kompetesi Net Interest Margin (NIM) Perbankan Indonesia: Bank Konvensional dan Syariah*", JDEB, Volume 14, Nomor 2.

Wiryangtiyas, Dwi Perwitasari.2016. "*Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember*" Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH Volume.14, Nomor 2.

Skripsi :

Hasbulloh, M.Wahab.2016. "*Analisis Pengaruh Pelayanan Islami dan Profit And Loss Sharing terhadap Keputusan Menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriah Cabang Semarang*", skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Sharvina, Shara.2019. "*Pengaruh Sosial, Budaya dan Psikologis terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*", skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Internet :

<http://www.ojk.go.id>, diakses pada 03 Desember 2019

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

UNTUK NASABAH BPRS MITRA HARMONI SEMARANG

Assalamualaikum wr.wb

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang**” di Jurusan Perbankan Syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, maka saya :

Nama : Cindy Ega Pratiwi

NIM : 1605036004

Saya mohon kesediaan Bapak/ibu/sdr/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Dalam pengisian kuesioner ini disarankan untuk membaca petunjuk umum yang sudah tertera dengan seksama sebelum menjawab pertanyaan sesuai dengan pendapat Bapak/ibu/sdr/I . Jawaban jujur yang diberikan sangat berguna bagi penelitian yang sedang saya lakukan.

Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Hormat Saya,

Cindy Ega Pratiwi

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki
b. Perempuan
3. Usia : a. < 20 tahun
b. 21-30 tahun
c. 31-40 tahun
d. 41-50 tahun
e. > 50 tahun
4. Pendidikan Terakhir : a. SD
b. SMP
c. SMA
d. Perguruan Tinggi
5. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa
b. Pegawai swasta
c. PNS
d. Wiraswasta
e. Ibu Rumah Tangga
f. Lainnya.....
6. Penghasilan : a. < Rp 1.000.000
b. Rp 1.100.000-Rp 2.000.000
c. Rp 2.100.000-3.000.000
d. Rp >3.100.000

7. Lama Menjadi Nasabah : a. < 1 tahun
 b. 2 tahun
 c. 3 tahun
 d. > 4 tahun

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pernyataan berikut, saya mohon kesediaan Bapak/ibu/sdr/i untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian.
2. Setiap pernyataan pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/ibu/sdr/i.
3. Berikan tanda (√) pada kolom skala pengukuran yang tersedia dengan format sebagai berikut :

- SS : Sangat setuju
 S : Setuju
 RR : Ragu-ragu
 TS : Tidak setuju
 STS : Sangat tidak setuju

• Variabel Faktor Sosial (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya memilih menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena rekomendasi dari suatu kelompok.					
2.	Saya memilih menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena rekomendasi dari teman/tetangga saya.					
3.	Saya memilih menabung di					

	BPRS Mitra Harmoni Semarang karena adanya rekomendasi dari keluarga.					
4.	Saya memilih menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena keluarga dan kerabat menabung disana juga.					
5.	Saya memilih menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena lingkungan kerja.					
6	Saya menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena sesuai dengan jabatan dikantor.					

- Variabel Faktor Pribadi (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Produk-produk yang ditawarkan BPRS Mitra Harmoni Semarang sesuai dengan selera saya.					
2.	Saya berminat untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.					
3.	Saya menyisihkan sebagian hasil pendapatan untuk ditabungkan di BPRS Mitra Harmoni Semarang.					

4.	Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena sesuai dengan penghasilan yang saya dapatkan.					
5.	Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang sesuai dengan gaya hidup.					
6.	Saya menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena untuk mencapai tujuan menabung secara halal.					

- Variabel Faktor Psikologis (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Adanya dorongan dari dalam diri untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang untuk memenuhi kebutuhan.					
2.	Adanya larangan riba memotivasi saya memilih menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.					
3.	Saya menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena mempunyai persepsi yang baik tentang bank syariah.					
4.	Saya menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang karena saya					

	sudah belajar akan bahaya nya riba.					
5.	Saya sudah mengetahui bedanya BPR dengan BPRS.					
6.	Saya percaya dengan produk- produk yang ditawarkan.					

- Variabel Faktor Keputusan Menabung (Y)

No.	Pernyataan					
1.	Saya memutuskan untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang					
2.	Informasi mengenai BPRS Mitra Harmoni Semarang cukup jelas dan akurat.					
3.	Saya memutuskan untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang setelah mendapatkan informasi yang cukup.					
4.	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan karena bermanfaat.					
5.	Saya memutuskan untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang					

6.	Kemudahan akses yang didapatkan mempengaruhi keputusan saya untuk menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang.					
7.	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan pegawai BPRS Mitra Harmoni Semarang.					
8.	Reputasi yang dimiliki BPRS Mitra Harmoni Semarang sangat baik.					

Lampiran 2

Data Hasil Kuesioner

No	Sosial						Pribadi (X2)						Psikologi (X3)						Keputusan Menabung												
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total X3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total	
1	1	1	4	3	2	1	12	4	4	4	4	4	4	23	4	4	3	4	2	4	21	4	4	4	4	5	4	4	4	3	31
2	4	4	3	4	5	2	22	4	4	5	5	2	4	24	5	3	4	3	3	4	22	4	4	4	5	4	4	4	4	3	31
3	5	4	5	3	3	1	21	4	5	3	2	4	4	22	4	3	4	3	4	4	22	2	4	4	4	4	4	3	3	3	27
4	1	3	1	5	5	2	17	4	5	2	1	2	4	18	4	4	4	4	3	4	25	2	4	4	5	4	4	3	4	31	
5	2	2	2	2	2	1	11	2	3	3	2	2	2	14	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	2	2	2	2	22	
6	3	4	1	4	3	3	18	4	5	4	3	3	4	23	5	4	4	4	4	5	26	3	4	4	4	5	4	4	4	4	32
7	2	4	2	4	2	2	16	4	4	4	4	3	4	23	4	3	4	3	3	5	22	4	4	4	5	4	4	4	4	4	33
8	3	4	3	4	5	3	20	4	4	4	3	4	4	25	4	3	4	3	3	5	22	5	4	4	4	5	4	4	4	5	33
9	2	3	2	2	2	2	13	4	4	3	3	4	3	21	4	2	3	2	2	4	17	4	4	5	4	4	4	3	4	4	32
10	2	2	1	3	2	5	15	4	4	3	4	3	4	22	3	2	2	2	2	4	15	4	4	4	4	4	4	4	5	4	33
11	2	2	2	2	2	5	15	4	4	2	3	3	4	21	5	4	4	3	3	2	21	3	3	4	3	4	4	4	4	3	28
12	5	4	3	3	4	4	23	4	4	4	3	3	3	21	5	4	3	4	4	4	24	3	3	4	5	4	4	4	4	3	30
13	1	3	4	4	3	2	17	4	4	4	3	2	3	20	5	4	4	3	4	4	24	3	4	4	5	5	4	4	4	5	34
14	3	4	3	3	4	1	18	4	4	4	3	2	4	21	5	4	4	5	4	5	27	3	4	4	5	5	4	5	5	35	
15	2	3	2	4	2	2	15	5	5	4	4	3	4	25	5	4	5	4	4	5	27	4	5	5	4	4	4	4	5	4	35
16	4	4	2	2	3	1	16	4	5	4	4	2	4	23	5	4	4	4	4	5	26	3	4	4	5	4	4	5	4	4	33
17	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	3	4	5	24	4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	5	5	4	4	4	4	34
18	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	3	4	23	5	4	4	4	3	5	25	3	4	4	5	5	4	4	4	4	33
19	4	4	2	4	3	1	18	4	4	4	3	2	4	21	4	1	4	3	4	4	20	4	3	4	5	4	3	4	4	4	30
20	4	4	4	4	5	2	21	4	4	4	2	2	4	20	3	4	4	4	2	4	23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	31
21	4	3	3	5	5	3	23	5	5	4	2	4	5	25	5	4	4	5	4	5	27	3	4	3	4	5	4	4	4	4	31
22	2	3	5	5	4	4	23	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	3	3	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	5	34
23	2	4	5	4	4	4	23	5	4	5	5	3	4	26	4	5	4	3	3	4	23	5	4	4	4	4	4	5	4	4	34
24	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	4	3	4	26	5	5	4	5	4	5	4	5	4	37
25	5	5	5	5	5	3	30	4	5	5	4	4	5	28	5	4	4	3	5	28	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	37
26	4	3	3	5	1	1	17	5	4	2	2	3	5	21	4	4	4	3	4	5	24	4	5	4	5	5	4	5	4	4	36
27	4	2	2	4	3	3	18	3	4	4	2	3	3	19	3	4	3	3	2	3	18	5	4	4	3	4	4	4	3	3	28
28	2	4	3	1	5	3	18	3	4	5	4	1	5	22	4	3	2	4	4	4	21	5	3	1	4	5	4	3	5	3	30
29	2	2	4	4	3	2	17	3	3	4	2	4	3	19	4	3	4	2	2	3	16	4	3	4	3	4	3	3	3	3	27
30	3	4	3	4	1	2	17	5	5	2	2	2	4	20	5	4	4	3	3	5	24	4	4	5	5	5	4	4	4	4	35
31	4	4	4	2	3	2	19	4	5	4	2	1	5	21	3	4	5	4	3	3	20	4	5	2	4	4	3	4	4	3	29
32	4	2	2	3	4	2	17	4	4	3	2	2	3	18	3	4	4	3	2	3	19	4	4	4	4	4	4	3	3	3	29
33	3	3	4	5	2	1	18	5	4	4	3	2	5	23	2	4	4	3	3	5	21	4	4	4	5	4	4	4	5	4	34
34	5	3	3	5	4	3	23	4	5	3	3	2	4	21	4	5	5	4	3	5	26	4	4	5	5	4	4	4	5	4	36
35	2	4	2	4	1	1	14	4	4	3	3	2	4	20	5	4	3	3	3	4	22	4	5	4	5	5	4	4	4	4	35
36	4	4	2	4	4	1	19	4	5	4	3	1	4	21	5	4	4	3	3	5	24	4	4	5	4	5	4	5	4	4	35
37	1	1	5	4	2	2	16	4	5	2	2	1	4	19	4	5	4	3	2	4	20	4	4	3	5	2	4	4	4	4	33
38	4	4	1	4	4	2	19	4	5	3	3	2	5	22	5	4	4	3	3	4	23	3	4	4	5	5	4	4	4	4	33
39	4	4	1	4	1	1	15	4	4	4	2	3	5	22	5	4	4	2	2	4	21	5	4	4	5	4	4	4	4	4	35
40	4	1	1	4	5	4	19	4	5	4	3	1	4	21	4	4	4	2	4	5	23	2	4	4	4	5	4	4	4	4	32
41	1	4	1	4	1	1	12	4	4	1	1	1	5	16	1	4	5	3	3	5	21	4	4	5	5	4	4	4	5	5	36
42	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	4	4	4	4	33
43	5	5	5	5	5	2	28	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	4	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
44	2	2	1	1	2	2	10	5	5	2	2	1	4	19	3	4	5	4	2	5	23	4	4	4	4	5	5	5	5	4	35
45	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	5	4	4	4	4	5	35
46	4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	4	2	4	3	21	5	5	4	5	3	4	26	3	4	4	3	4	4	22	4	3	4	3	4	4	3	4	4	29
48	3	2	2	2	1	1	11	4	4	2	2	2	4	18	4	3	3	3	3	4	20	4	4	4	5	4	4	4	4	5	34
49	2	2	4	4	1	2	15	5	4	4	3	2	4	22	4	4	4	3	3	5	23	4	4	5	4	5	4	4	4	4	34
50	4	4	2	2	4	4	20	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	5	34
51	2	5	2	4	2	2	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	1	1	4	4	4	19	4	5	4	4	2	5	24	3	4	5	4	5	5	26	2	4	4	5	5	4	4	4	5	33
53	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	33
54	4	4	2	2	2	2	16	5	4	4	4	1	4	22	3	5	5	4	5	4	26	4	4	4	5	4	5	4	5	5	36
55	4	3	5	4	2	1	19	5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	5	4	4	28	5	4	4	4	4	4	4	5	5	35
56	4	3	2	4	1	1	15	4	4	3	3	1	4	19	3	4	4	3	3	4	21	3	4	4	5	5	4	4	4	4	33
57	2	2	2	2	2	2	12	4	4	4	1	4	4	21	2	4	4	3	3	4	20	2	4	4	5	5	5	4	4	4	33
58	4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	3	3	4	5	4	4	23	3	2	4	3	5	21	4	4	4	5														

Lampiran 3

Karakteristik Responden

Presentase Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Responden (orang)	Presentase (%)
Laki-laki	45	53,58
Perempuan	39	46,42
Total	84	100

Presentase Usia Responden

Usia	Responden (orang)	Presentase (%)
kurang dari 20 tahun	4	4,77
21-30 tahun	34	40,48
31-40 tahun	22	26,19
41-50 tahun	19	22,61
lebih dari 50 tahun	5	5,95
Total	84	100

Presentase Pendidikan Responden

Pendidikan	Responden (orang)	Presentase (%)
SD	13	15,48
SMP	9	10,71

SMA	26	30,95
Perguruan Tinggi	36	42,86
Total	84	100

Presentase Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Responden (orang)	Presentase (%)
Pelajar/mahasiswa	5	5,96
Pegawai swasta	28	33,33
PNS	15	17,86
Wiraswasta	19	22,61
Ibu rumah tangga	7	8,33
Lainnya	10	11,91
Total	84	100

Presentase Penghasilan Responden

Penghasilan	Responden (orang)	Presentase (%)
Kurang dari Rp. 1.000.000,00	15	17,86
Rp. 1.100.000,00-2.000.000,00	27	32,14
Rp.2.100.000,00-Rp. 3.000.000,00	24	28,58
lebih dari Rp. 3.100.000,00	18	21,42
Total	84	100

Lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah	Responden (orang)	Presentase (%)

kurang dari 1 tahun	22	26,19
2 tahun	28	33,33
3 tahun	20	23,81
lebih dari 4 tahun	14	16,67
Total	84	100

Lampiran 4

Uji Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Sosial	84	20	10	30	18.74	4.075
Pribadi	84	16	14	30	22.64	3.005
Psikologis	84	13	15	28	23.35	2.646
Keputusan Menabung	84	20	20	40	32.49	3.685
Valid N (listwise)	84					

Lampiran 5

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas Instrument

Variabel	Item Pernyataan	Corrected pertanyaan total correlation	r tabel	Keterangan
Sosial (X1)	Pernyataan 1	0,618	0,180	Valid
	Pernyataan 2	0,569	0,180	Valid
	Pernyataan 3	0,542	0,180	Valid
	Pernyataan 4	0,423	0,180	Valid
	Pernyataan 5	0,733	0,180	Valid
	Pernyataan 6	0,601	0,180	Valid
Pribadi (X2)	Pernyataan 7	0,514	0,180	Valid
	Pernyataan 8	0,396	0,180	Valid
	Pernyataan 9	0,696	0,180	Valid
	Pernyataan 10	0,810	0,180	Valid
	Pernyataan 11	0,686	0,180	Valid
	Pernyataan 12	0,428	0,180	Valid
Psikologi (X3)	Pernyataan 13	0,537	0,180	Valid
	Pernyataan 14	0,563	0,180	Valid
	Pernyataan 15	0,599	0,180	Valid
	Pernyataan 16	0,715	0,180	Valid
	Pernyataan 17	0,686	0,180	Valid
	Pernyataan 18	0,403	0,180	Valid
Keputusan Menabung (Y)	Pernyataan 19	0,467	0,180	Valid
	Pernyataan 20	0,677	0,180	Valid
	Pernyataan 21	0,609	0,180	Valid
	Pernyataan 22	0,732	0,180	Valid
	Pertanyaan 23	0,540	0,180	Valid
	Pertanyaan 24	0,779	0,180	Valid
	Pertanyaan 25	0,785	0,180	Valid
	Pertanyaan 26	0,653	0,180	Valid

Uji Reliabilitas Instrument

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Sosial	6 Pernyataan	0,616	Reliabel
Pribadi	6 Pernyataan	0,645	Reliabel
Psikologis	6 Pernyataan	0,609	Reliabel
Keputusan Menabung	8 Pernyataan	0,806	Reliabel

Lampiran 6

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.11971487
Most Extreme Differences	Extreme Absolute	.118
	Positive	.050
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		1.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.193

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

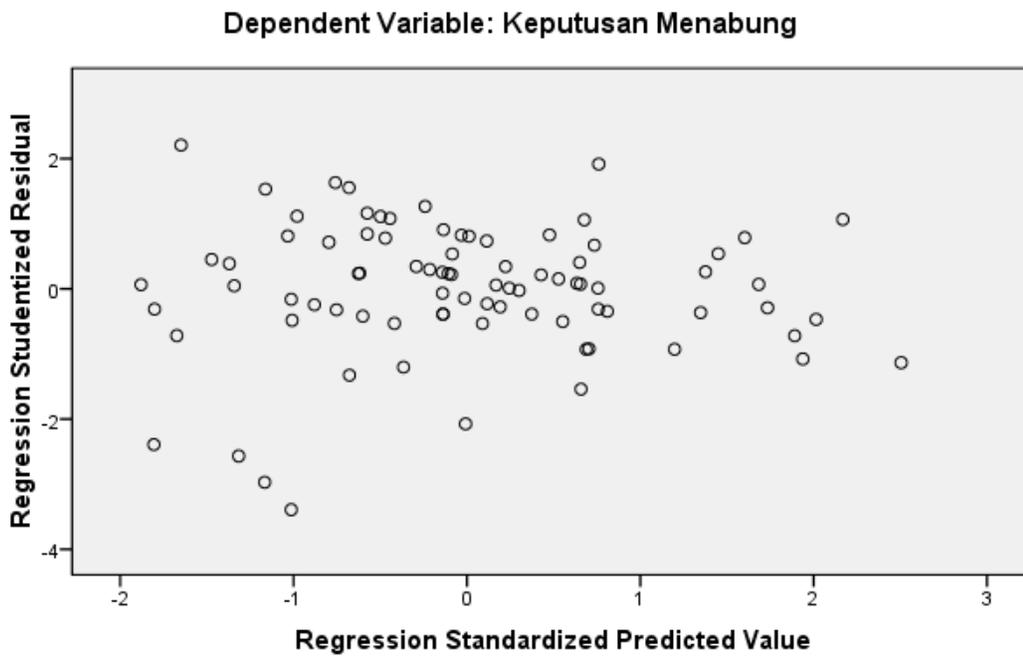
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.561	3.332		4.970	.000		
	Sosial	.252	.106	-.279	2.391	.019	.657	1.522

Pribadi	.655	.154	.534	4.253	.000	.569	1.759
Psikologis	.250	.155	.179	1.612	.111	.723	1.383

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Uji Heretoskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 7

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.561	3.332		4.970	.000
	Sosial	.252	.106	-.279	2.391	.019
	Pribadi	.655	.154	.534	4.253	.000
	Psikologis	.250	.155	.179	1.612	.111

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 8

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532 ^a	.283	.256	3.178

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Sosial, Pribadi

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.181	3	106.394	10.537	.000 ^a
	Residual	807.808	80	10.098		
	Total	1126.988	83			

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Sosial, Pribadi

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.561	3.332		4.970	.000
	Sosial	.252	.106	-.279	2.391	.019
	Pribadi	.655	.154	.534	4.253	.000
	Psikologis	.250	.155	.179	1.612	.111

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 9



Wawancara kepada pihak BPRS Mitra Harmoni Semarang



Wawancara kepada nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang



Pengisian kuesioner yang dilakukan nasabah laki-laki



Pengisian kuesioner yang dilakukan nasabah perempuan



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Cindy Ega Pratiwi
NIM : 1605036004
Tempat,Tanggal Lahir : Sukamenanti, 11 Juni 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Pulau Pinang Sukamenanti II RT/RW 001/008
Kelurahan Pasar Liwa, Kecamatan Balik Bukit, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung
Telp/No. Ho : 082136926611
Email : CindyEgaPratiwi11@gmail.com

PENDIDIKAN

:

- SD Negeri 3 Liwa
- SMP Negeri 3 Liwa
- SMA Negeri 1 Liwa
- UIN Walisongo Semarang

LATAR BELAKANG KELUARGA

1. Ayah : Alan Suparlan
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 20 Agustus 1976
Pekerjaan : Petani

2. Ibu : Nanik Rahayu
Tempat, Tanggal Lahir : Liwa, 07 Agustus 1981
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
3. Adik : Dika Dwi Prayoga
Tempat, Tanggal Lahir : Sukamenanti, 12 Agustus 2009
Pekerjaan : Pelajar