

**PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, KEPERIBADIAN, PSIKOLOGIS,  
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT BUMI AYU  
MEMILIH PEGADAIAN SYARIAH UNIT BUMI AYU**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**OLEH:**

**ELVIANA FIRONIKA**  
**NIM. 1611140173**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)BENGKULU  
BENGKULU, 2021 M/ 1442 H**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh Elviana Fironika, NIM. 1611140173 dengan judul "Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian Dan Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

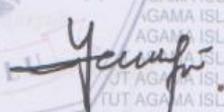
Bengkulu, Juli 2020 M

Rabi'ul Awal 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Adang Sunarto, Ph.D  
NIP :197611242006041002

  
Yenti Sumarni, MM  
NIP :197904162007012020



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

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Budaya, Social, Kepribadian Dan Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka"**, oleh **Elviana Fironika NIM: 1611140173** Program Studi **Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam**, telah diuji dan dipertahankan di depan **Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu** pada:

Hari : **Jum'at**  
Tanggal : **15 Januari 2021 M/ 02 Jumadil Akhir 1442 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang **Perbankan Syariah** dan diberi gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)**.

Bengkulu, **27 Januari 2021 M**  
**Jumadil Akhir 1442 H**

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**

**Eka Sri Wahyuni, M.M**  
**NIP.197705092008012014**

**Penguji I**

**Eka Sri Wahyuni, M.M**  
**NIP.197705092008012014**

**Sekretaris**

**Debby arisandi, MBA**  
**NIP.198609192019032012**

**Penguji II**

**Kustin Hartini, M.M**  
**NIDN. 2002038102**

**Mengetahui,**  
**Dekan**

**Dr. Asnaini, M.A**  
**NIP. 19730412-1998032003**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا

*“Janganlah kalian saling memakan harta  
sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali  
dengan jalan perniagaan yang timbul dari  
kerelaan di antara kalian”*

(QS. An-Nisa': 29).

## PERSEMBAHAN

Puji syukur pada Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat-Nya kepada seluruh umat-Nya, yang telah memberikan kekuatan dan membekali dengan ilmu.

Skripsi ini aku persembahkan...

- ❖ Kepada kedua orang tuaku tercinta bapak (Bansun Efendi) dan mak (Pisma Harni) yang telah mengajarkan banyak hal dalam menggapai sebuah gelar dibelakang nama, yang selalu mendukung meski banyak makna kehidupan yang aku temukan dalam menggapai semuanya, serta doa dan nasehat yang selalu diberikan padaku.
- ❖ Terimakasih adikku Rahmat Aidul Sanutra yang selalu menjadi saksi perjuangan dan selalu mendukung.
- ❖ Terimakasih untuk keluarga besarku cik Witi dan Anya Sitri Hernani yang telah banyak berperan dalam segi prioritas dalam segala kekurangan, dan selalu mengajarkan makna kehidupan dalam menggapai sebuah gelar dibelakang nama.
- ❖ Untuk teman-temanku Alexander Syafiril, Gita Safitri, Suci Lestari, Befty Salena, terimakasih telah menjadi kaki keduaku dalam setiap langkah yang aku ambil.
- ❖ Terimakasih novel yang selalu menjadi tempat melepas penatku.
- ❖ Dosen pembimbingku pak Andang Sunarto, Ph.D dan Ibu Yenti Sumarni, MM, yang telah memberikan pengarahan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka Oleh Elviana Fironika Nim. 1611140173 adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar putaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu      Januari 2021 M  
Jumadil Akhir 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan

  
**Elviana Fironika**  
**NIM. 1611140173**

## ABSTRAK

Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka Oleh Elviana Fironika

Nim. 1611140173

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah budaya, sosial, pribadi, psikologis mempengaruhi keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah unit semangka dan berapa besar pengaruhnya. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa angket yang disebarakan pada 62 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS 16. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan dengan hasil nilai probabilitas signifikan adalah  $0,000 < 0,05$ , berarti semua variabel X berpengaruh secara simultan kepada variabel Y. Secara individual X1 (budaya) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,05 \leq 0,05$ , X2 (sosial) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,201 > 0,05$ , X3 (pribadi) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,938 > 0,05$ , dan X4 (psikologis) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001$  hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh secara parsial hanya budaya dan psikologis sedangkan variabel sosial dan pribadi tidak berpengaruh signifikan. Diketahui nilai R<sup>2</sup> (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,412 setara dengan 41,2 % pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan memilih pegadaian syariah unit semangka sebagai tempat pembiayaan.

*Kata Kunci: Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan*

## ABSTRACT

*Cultural, Social, Personality, and Psychological Influences on Community Decisions to Select Sharia Pawnshop Semarang Unit by Elviana Fironika Nim. 1611140173*

*The purpose of this study was to determine whether cultural, social, personal, psychological influence the community's decision to choose the pawnshop sharia unit pawnshop and how much influence. To express these problems in depth and thoroughly, researchers used quantitative methods with primary data collection techniques in the form of a questionnaire distributed to 62 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS 16. Then the data is described, analyzed and discussed to answer the problems raised. From the results of this study it was found that all variables significantly influence the results of the significant probability value is  $0,000 < 0.05$ , meaning that all variables X simultaneously affect the variable Y. Individually X1 (culture) obtained a significance value of  $0.05 \leq 0.05$ , X2 (social) obtained a significance value of  $0.201 > 0.05$ , X3 (personal) obtained a significance value of  $0.938 > 0.05$ , and X4 (psychological) obtained a significance value of  $0.001$ , the results of this study indicate that only partially influential factors cultural and psychological whereas social and personal variables have no significant effect. It is known that the value of R2 (Adjusted R Square) is 0.412, equivalent to 41.2% of the cultural, social, personal, and psychological influence on the decision to choose the pawnshop sharia unit's pawnshop as a place of financing.*

*Keywords: Culture, Social, Personal, Psychological, Decision*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka . Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M. Ag, M.H selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu dikampus hijau tercinta.
2. Dr. Asnaini, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah sabar dalam mendidik selama proses belajar, memberikan bimbingan, pengarahan, semangat dengan penuh kesabaran.
3. Desi Isnaini, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memotivasi dan membagikan ilmunya.
4. Yosy Arisandy, MM selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis semasa kuliah.

5. Andang Sunarto, Ph.D selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran dan kasih sayang kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Yenti Sumarni, M.M selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran dan kasih sayang kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan demi kesempurnaan skripsi ini.

Bengkulu, Juli 2020M  
Rabi'ulAkhir1441H

**Elviana Fironika**  
**NIM. 1611140173**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABASTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Penelitian Terdahulu .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR</b>	
A. Kajian Teori .....	16
1. Keputusan .....	21
a. Penegertian Keputusan .....	21
b. Pengertian Pengambilan Keputusan .....	22

c. Proses Pengambilan Keputusan .....	23
d. Pengaruh Perilaku Atas Pengambilan Keputusn.....	24
2. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan .....	22
a. Faktor Budaya .....	25
b. Indikator Faktor Budaya .....	25
c. Faktor Sosial .....	27
d. Indikator Faktor Sosial.....	28
e. Faktor Pribadi .....	29
f. Indikator Faktor Pribadi .....	30
g. Faktor Psikologis.....	32
h. Indikator Faktor Psikologis .....	32
3. Pegadaian Syariah .....	16
a. Pengertian Pegadaian Syariah.....	16
b. Landasan Pegadaian Syariah.....	17
B. Kerangka Berfikir.....	33
C. Hipotesis Penelitian .....	34

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	35
B. Sumber Data .....	35
C. Populasi Dan Sampel .....	35
D. Metode Pengumpulan Data .....	36
E. Variabel Dan Definisi Operasional .....	37
F. Teknik Analisis Data.....	41
1. Uji Kualitas Data .....	42
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Realibilitas .....	42
2. Uji Asumsi Dasar .....	42
a. Uji Normalitas .....	43
b. Uji Homogenitas.....	44
c. Uji Linearitas .....	45
3. Uji Asumsi Klasik .....	46

a. Uji Multikolinearitas .....	46
4. Pengujian Hipotesis .....	47
a. Analisis Regresi Berganda.....	47
b. Uji t .....	47
c. Uji F.....	48
5. Koefisien Determinasi .....	48
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	52
B. Pembahasan .....	78
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	40
Tabel 3.2 Pengambilan Keputusan Uji T .....	46
Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan Uji F .....	47
Tabel 3.4 Pengambilan Keputusan Uji R.....	51
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel 4.2 Umur Responden .....	59
Tabel 4.3 Status Pernikahan Responden .....	59
Tabel 4.4 Uji Validitas Budaya .....	60
Tabel 4.5 Uji Validitas Sosial .....	61
Tabel 4.6 Uji Validitas Pribadi .....	62
Tabel 4.7 Uji Validitas Psikologis .....	63
Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan .....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.10 Hasil Normalitas .....	66
Tabel 4.11 Hasil Homogenitas .....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas .....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.14 Hasil UJI REGRESI BERGANDA .....	70
Tabel 4.15 Hasil UJI F .....	72
Tabel 4.16 Hasil UJI t .....	73
Tabel 4.17 Hasil UJI R.....	75

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Data Responden
2. Hasil Kuesioner
3. Hasil Uji Validitas
4. Hasil Uji Reliabilitas
5. Hasil Uji Asumsi Dasar
6. Hasil Uji Asumsi Klasik
7. Hasil Uji Hipotesis

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang masalah

Islam merupakan agama yang elastis (lentur/luwes) karena meliputi segala bidang dan lapangan kehidupan manusia. Permasalahan kemanusiaan, kehidupan jasmani dan rohani, hubungan sesama makhluk, hubungan makhluk dengan sang *khalik*, serta tuntutan hidup dunia dan akhirat terkandung dalam ajarannya. Hukum Islam memperhatikan berbagai segi kehidupan, baik bidang muamalah, ibadah, jinayah, dan lain-lain. Meskipun demikian, tidak memiliki dogma yang kaku, keras, dan memaksa. Ia hanya memberikan kaidah- kaidah umum yang mesti dijalankan oleh umat manusia.<sup>1</sup>

Prinsip Islam adalah meniadakan kesulitan dan tidak memberatkan ('adamul haraj), tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya dan manusia senantiasa memperhatikan beban hukum dengan sangat hati-hati. Syariat Islam dapat menarik manusia dengan amat cepat dan mereka dapat menerimanya dengan penuh ketetapan hati. Hal ini adalah karena Islam menghadirkan pembicaraannya kepada akal, dan mendesak manusia bergerak dan berusaha serta memenuhi kehendak fitrah yang sejahtera.<sup>2</sup>

Kegiatan ekonomi termasuk dalam kegiatan muamalah, merupakan tabi'at manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dengan kegiatan itu ia dapat memperoleh rezki untuk melangsungkan hidupnya. Bagi umat Islam Al-Quran adalah petunjuk untuk memenuhi yang berkebenaran absolut, Sunnah

---

<sup>1</sup> Fahthurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori Dan Konsep* . (Jakarta : Sinagrafika.2013) .h.58

<sup>2</sup> Fahthurrahman Djamil, *Hukum ...*.h.43

Rosullah berfungsi menjelaskan kandungan Al-Quran terdapat banyak ayat-ayat al-Quran dan Al-Hadist merangsang manusia untuk rajin dan giat bekerja, maka kegiatan ekonomi termasuk di dalamnya, tapi tidak semua kegiatan ekonomi di benarkan oleh al-Qur'an dan Al-Hadist. Apabila semua kegiatan itu punya watak yang merugikan banyak orang dan menguntungkan sebagian kecil orang seperti monopoli dagang, calo, penjudi, dan riba pasti akan di tolak oleh Islam.<sup>3</sup>

Berikut ayat Al-quran dan Hadist yang akan merangsang kita untuk giat bekerja:

1. Quran Surat al-Mulk ( 67 ) : (15)

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya:”Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”<sup>4</sup>

2. Quran Surat al-Isra' ( 17 ) : (30)

إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا

---

<sup>3</sup>M.Zuhri, *Riba Dalam Al- Qur'an Dan Masalah Perbankan*. (Jakarta: P.T Raja Grafindo Persada, 1996), Cet Ke-2,h.1

<sup>4</sup> Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Semarang: Toha Putra, 1998) , Cet.Ke-2, h.69

Artinya: “*Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezeki kepada siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkannya; sesungguhnya Dia Maha Mengetahui lagi Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya.*”<sup>5</sup>

3. HR. Ahmad 4: 141, Hasan Lighoirihi

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya : “*Wahai Rasulullah, mata pencaharian (kasb) apakah yang paling baik?*” Beliau bersabda, “*Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi).*”

Sesama manusia merupakan kewajiban untuk melakukan tolong-menolong dalam segala segi termasuk dalam kegiatan perekonomian, salah satunya memberikan pinjaman. Manusia yang makhluk sosial yang hakikatnya saling ketergantungan satu dan lainnya, contoh pinjam-meminjam uang. Pinjaman (‘Ariyah ) adalah seseorang pemilik barang mengikhlaskan/membolehkan orang lain memanfaatkan barang itu tanpa ada imbalan. Hukum pinjaman sangat dianjurkan dalam pandangan/kehidupn *amaliyah* Islam berdasarkan firman Allah SWT dalam surah al- Maidah (5): ( 2).<sup>6</sup>

Kebutuhan masyarakat terhadap produk-produk lembaga keuangan seperti tabungan, investasi, peminjaman modal usaha, pembiayaan rumah,

---

<sup>5</sup> Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Semarang: Toha Putra, 1998) , Cet.Ke-2, h.69

<sup>6</sup>Veithzal Rivai, Dkk. *Principle Of Islmic Finance Atau Dasar-Dasar Keuangan Islam* .(Yogyakarta : Bpfe.2012).h.215

pembiayaan kendaraan bermotor maupun lainnya, yang semakin tinggi membuat persaingan bisnis antar lembaga keuangan semakin ketat. Lembaga keuangan sendiri terbagi menjadi lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan bank terdiri dari bank sentral, bank umum, dan BPR, sedangkan lembaga keuangan non bank terdiri dari asuransi, leasing, pasar modal, dana pensiun, pegadaian dan lain-lain.

Perkembangan produk-produk keuangan berbasis syariah pun kian marak dan mulai banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Semakin meningkatnya perkembangan produk-produk keuangan berbasis syariah membuat PT Pegadaian turut serta dalam menyediakan produk-produk keuangan berbasis syariah. Pegadaian sendiri merupakan lembaga keuangan yang menyalurkan pinjaman dengan dasar hukum gadai yang memiliki tujuan untuk mencegah praktik pegadaian gelap, praktik riba dan pinjaman tidak wajar. Pegadaian syariah sendiri memiliki karakteristik dimana tidak memungut bunga, menjadikan uang sebagai alat tukar bukan komoditas, dan memperoleh keuntungan bisnis dari jasa penitipan dan penyimpanan barang yang digadaikan. Berdirinya pegadaian syariah di Indonesia merupakan hal penting untuk menghindarkan umat Islam dari keharaman riba. Pegadaian syariah sendiri mengacu pada system administrasi modern yang memiliki azas rasionalitas, efesiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai-nilai Islam.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Vika Anggun *Pengaruh Pendapatan Pegadaian, Harga Emas, Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Indonesia Tahun 2005-2015)* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.201

Pegadaian syariah sendiri memiliki karakteristik dimana tidak memungut bunga, menjadikan uang sebagai alat tukar bukan komoditas, dan memperoleh keuntungan bisnis dari jasa penitipan dan penyimpanan barang yang digadaikan. Berdirinya pegadaian syariah di Indonesia merupakan hal penting untuk menghindarkan umat Islam dari keharaman riba. Pegadaian syariah sendiri mengacu pada system administrasi modern yang memiliki azas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai-nilai Islam<sup>8</sup>. Perkembangan pegadaian syariah di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat meskipun pegadaian konvensional masih mendominasi bisnis pegadaian. Dalam penelitian ini, faktor yang diduga sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pegadaian syariah diperoleh dari riset sebelumnya dan teori-teori yang dapat digunakan sebagai rujukan. Dalam penelitian ini akan difokuskan pada faktor utama yaitu budaya, sosial, ribadi dan psikologis. Dan dari faktor-faktor tersebut akan diturunkan indikator-indikator untuk menentukan peringkat yang paling mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pegadaian syariah.

Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama. Perusahaan berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen.

---

<sup>8</sup>Gibson , *Organisasi*,(Jakarta:Erlangga)h.140

Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.<sup>9</sup> Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan<sup>10</sup> :

#### 1) Faktor Budaya

Faktor budaya termasuk penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen.

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hierarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok.<sup>11</sup>

#### 2) Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis serta anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh faktor-faktor seperti pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain. Faktor kepribadian diartikan sebagai karakteristik

---

<sup>9</sup>Gibson, *Organisasi*,(Jakarta:Erlangga)h.140

<sup>10</sup> Nugroho J.*Setiadi.Perilaku Konsumen*.(Jakarta:Kencana.2015).h.10-14

<sup>11</sup> Evan Stiawan, *Integrated Marketing Communication*.(Yogyakarta: Samudra Biru.2018).h.361

seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, antara lain : Usia dan tingkatan kehidupan, Jabatan, Keadaan perekonomian, Gaya hidup

### 3) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh 4 Faktor, antara lain:<sup>12</sup> Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan atau Sikap.

Dalam observasi awal peneliti dengan salah satu nasabah pegadaian yaitu bapak Yapan, beliau memutuskan untuk memilih pegadaian syariah dengan alasan lembaga ini dapat menyediakan dana secara cepat dengan prosedur yang mudah dan juga pada pegadaian ini kita terbebas dari unsur riba, terbebas dari bunga. Menurut beliau bunga sangat memberatkan nasabah karena jika terjebak dengan bunga yang memengkak serta ketidaksanggupan untuk membayar maka disinilah letak permasalahannya.<sup>13</sup>

Meskipun outlet syariah tidak sebanyak konvensional, pegadaian syariah tetap menjadi pembiayaan bagi konsumen. Perlunya menganalisis perilaku konsumen maka akan diketahuinya faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pegadaian syariah ini. Banyaknya lembaga-lembaga penyedia jasa baik itu gadai, emas, maupun pinjaman modal sehingga adanya kompetitor dalam pemberian jasa baik itu secara konvensional maupun dengan syariah. Peneliti melihat adanya dominasi

---

<sup>12</sup> Nugroho J.Setidi,*Perilaku Konsumen*.(Jakarta:Prenadamedia Group.2003).h.10-1 4

<sup>13</sup> Yapan, Observasi Awal Nasabah Pegadian Bengkulu Unit Semangka.Wawancara Pada 3 Februari 2020

pegadaian konvensional yang outlenya jauh lebih banyak dibandingkan pegadaian syariah namun tidak mempengaruhi nasabah dalam memilih pegadaian syariah sebagai tempat lembaga pembiayaannya. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Bengkulu Unit Semangka Kota Bengkulu.**

## **B. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini penulis hanya memfokuskan pada keputusan masyarakat memilih pembiayaan pada Pegadaian Syariah Bengkulu Unit Semangka Kota Bengkulu

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah budaya, sosial, pribadi dan psikologis bersama-sama secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan?
2. Apakah budaya masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan?
3. Apakah Sosial masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan?
4. Apakah pribadi masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan?
5. Apakah psikologis masyarakat berpengaruh terhadap keputusan memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah budaya, sosial, pribadi dan psikologis bersama-sama secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.
2. Untuk mengetahui apakah budaya masyarakat berpengaruh terhadap keputusan memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.
3. Untuk mengetahui apakah Sosial masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.
4. Untuk mengetahui apakah pribadi masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.
5. Untuk mengetahui apakah psikologis masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dimaksudkan bermanfaat sebagai sumbangsih konseptual bagi perkembangan dunia ilmu ekonomi sebagai pembelajaran penerapan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan membandingkan dengan realita yang ada di dunia nyata.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai cara menganalisis faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah.

### b. Bagi Pembaca

Memberikan tambahan sumber referensi bagi pembaca dalam ataupun mengaplikasikan dalam kehidupan nyata.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap perilaku pembelian telah banyak dilakukan seperti yang dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Nany Roedjinandari (2006) dengan judul pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan khas Jawa pada rumah makan Inggil Malang. Populasi penelitian ini adalah pelanggan di rumah makan khas Jawa pada rumah makan Inggil Malang sedangkan sampel menggunakan aksidental diambil sebanyak 46 orang. Penelitian ini diuji dengan analisis deskriptif dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan dari variabel kelompok referensi sebagai variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan Inggil Malang. Berdasarkan analisis

regresi dapat diketahui model penelitian menunjukkan model yang sudah fit bias ditunjukkan uji model dengan nilai F yang signifikan pada alpha 0,005.<sup>14</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi mempengaruhi perilaku konsumen, hendaknya para pengembang perumahan betul-betul memperhatikan faktor tersebut supaya dalam penjualan unit perumahan bisa sesuai dengan target yang diinginkan. Dari segi faktor budaya, agar perusahaan menjaga citra/ atau pandangan yang baik terhadap perusahaan dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dan menjaga mutu produk dengan kualitas yang baik pula. Dari segi faktor sosial, jika ada konsumen yang telah membeli rumah perusahaan bisa meminta konsumen untuk menyarankan kepada teman atau keluarga jika ada yang ingin membeli rumah. Dari segi faktor pribadi, dalam membuat spesifikasi type rumah hendaknya disesuaikan dengan kemampuan beli konsumen dengan kata lain harga rumah terjangkau oleh konsumen. Dari segi psikologi, bisa dilakukan dengan menjaga citra perusahaan, dan melalui iklan yang menarik sehingga menimbulkan motivasi dan menambah pengetahuan konsumen.

Hasil perhitungan *borda* pada indikator faktor promosi menunjukkan bahwa rekomendasi individu atau kelompok adalah alternatif keputusan yang paling mempengaruhi nasabah dalam memilih produk *rahn* di Pegadaian Syariah CPS AR Hakim. Hasil perhitungan *borda* pada indikator faktor produk menunjukkan bahwa kemudahan prosedur dan peminjaman adalah alternatif

---

<sup>14</sup> Roedjinandari Nany. "Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Jawa Pada Rumah Makan Inggil Malang" Jurnal Eksekutif, Vol 3 Nomor 3 Desember 2006

keputusan yang paling mempengaruhi nasabah dalam memilih produk *rahn* di Pegadaian Syariah CPS AR Hakim.<sup>15</sup>

Persamaan dengan penelitian penulis adalah subjek nya adalah pegadaian syariah dan metode peneltian kuantitatif. Sedangkan perbedaan terletak variabel peneltian, jika di penelitian terdahulu menggunakan meode borda, metode *borda* menunjukkan bahwa faktor pelayanan menduduki peringkat pertama sebagai faktor yang paling mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn*. Sedangkan pada penelitian ini variabelnya yaitu budaya, sosial, pribaaadi dan psikologis terhadap keputusan.

Siti Hadijah. 2015. Dalam penelitiannya yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, dan (2) faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar tahun 2014 dengan sampel sebanyak 98 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobabilly sampling* dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan analisis faktor melalui program SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

---

<sup>15</sup> Idrus, Taufiq Al *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn Di Pegadaian Syariah Ar Hakim Medan Dengan Cabang Metode Borda Universitas Sumatera Utara*.(Skripsi. Departemen Ekonomi Pembangunan Utararepositori Universitas Sumatera 2018)

terdapat lima faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, yaitu faktor tampilan fisik sebesar 67,138%, empati sebesar 20,960%, keandalan sebesar 6,889%, ketanggapan sebesar 2,919%, dan jaminan sebesar 2,094%. Faktor tampilan fisik menjadi faktor paling dominan karena memiliki *variance explained* tertinggi sebesar 61,798%, artinya faktor tampilan fisik mampu menjelaskan keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar sebesar 67,138%.<sup>16</sup>

Ketut Indah Pratiwi dan Kastawan Mandala dalam jurnalnya yang berjudul “*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh budaya, sosial, pribadi, psikologis, dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta. Penelitian ini dilakukan di Jegeg Ayu Boutique Kuta, sampel yang diambil sebanyak 108 responden dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert 5 poin, untuk mengukur 18 indikator. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta. Faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta. Faktor pribadi

---

<sup>16</sup> Siti Hadijah. 2015, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar*. Jurnal: Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia Vol: 5 No: 1 Tahun: 2015

berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta. Faktor psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta. Terakhir, Bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta.<sup>17</sup>

Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala1*” Faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini berarti bahwa apabila faktor budaya lebih ditingkatkan maka perilaku konsumen dalam membeli juga akan mengalami peningkatan. 2) Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini berarti bahwa apabila faktor sosial lebih ditingkatkan maka perilaku konsumen dalam membeli juga akan mengalami peningkatan. 3) Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini berarti bahwa apabila faktor pribadi lebih ditingkatkan maka perilaku konsumen dalam membeli juga akan mengalami peningkatan. 4) Faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini berarti bahwa apabila faktor psikologi lebih ditingkatkan maka perilaku konsumen dalam

---

<sup>17</sup> Ketut Indah Pratiwi dan Kastawan Mandala , *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta* . E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 11, 2015: 3619 - 3645 ISSN : 2302-8912 2Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia 3619

membeli juga akan mengalami peningkatan. 5) Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) dari keempat variabel bebas dengan Fhitung sebesar 254,460 yang berada di daerah tolak  $H_0$ . Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap perilaku konsumen dalam membeli rumah. Nilai Koefisien determinasi dari keempat variabel bebas diperoleh hasil sebesar 93,6%. Hal ini berarti bahwa kemampuan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi dalam menjelaskan perilaku konsumen sebesar 93,6%,<sup>18</sup>

Mercy, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia Di Kota Padang (Studi Kasus Pada Kecamatan Padang Barat dan Lubuk Kilangan) Penelitian ini menguji tentang Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Nokia di Kota Padang. Responden dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli atau yang menggunakan handphone Nokia di Kecamatan Padang Barat dan Kecamatan Lubuk Kilangan. Populasi dalam penelitian ini adalah responden atau masyarakat yang membeli atau menggunakan handphone Nokia dengan jumlah sampelnya 100 orang responden, teknik pengambilan sampel disini dengan metode Quota Sampling. Data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner yang di berikan langsung kepada responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan regresi linier berganda, Uji t,

---

<sup>18</sup> Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti , *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala1)Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya ManggalaJalan Sriwijaya No. 32 & 36 Semarang 50242

Uji R<sup>2</sup>, Uji F. Keempat variabel yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis yang berpengaruh secara simultan dengan hasil sebagai berikut: Untuk melakukan pengujian secara simultan tentang pengaruh variabel faktor budaya (X<sup>1</sup>), sosial (X<sup>2</sup>), pribadi (X<sup>3</sup>), dan psikologis (X<sup>4</sup>) terhadap keputusan pembelian (Y), Maka dapat dilihat dari ringkasan hasil analisa regresi yang memperlihatkan bahwa nilai Uji F adalah sebesar 10,700 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi ini berada jauh dibawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, Hipotesis kelima (H5) penelitian ini yang menyatakan variabel faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dinyatakan diterima.<sup>19</sup>

Dewanto, Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado).Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia saat ini terutama pada dunia usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian pada sepeda motor Yamaha di lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado

---

<sup>19</sup>Mercy, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia Di Kota Padang (Studi Kasus Pada Kecamatan Padang Barat Dan Lubuk Kilangan)* 2014 Prodi Pendidikan Ekonomi Stkip Pgri, Padang. ISSN : 2302 - 1590 E-ISSN: 2460 – 190X *ECONOMICA Journal of Economic and Economic Education* Vol.2 No.2 (174 - 182).

selama tahun 2016 sebanyak 4.889 Mahasiswa, Sampling dengan pendekatan Accidental Sampling, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok sebagai sumber data, dalam penelitian ini jumlah responden atau sampel adalah sebanyak 100 orang yang ditentukan dengan rumus Slovin. Analisa data dalam penelitian ini adalah Analisa Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Budaya tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Sosial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Pribadi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Psikologis berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sebagai saran pada PT Yamaha Indonesia Motor diharapkan lebih memahami faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis dari konsumen karena hal ini dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian sepeda motor pada PT Yamaha Indonesia Motor.<sup>20</sup>

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari :

Bab pertama yang merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakan masalah yang menjadi alasan penulis dalam melakukan penelitian. Kemudian berisi rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

---

<sup>20</sup> Dewanto, dkk, Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). ISSN 2303-1174

Bab kedua merupakan kajian teori dan kerangka pemikiran yang terdiri dari kerangka teori. Selanjutnya digambarkan kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

Bab ketiga merupakan bab metode penelitian yang berisi jenis penelitian, waktu, lokasi penelitian. Populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional serta teknik analisis data.

Bab empat merupakan bab yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil uji coba penelitian analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab kelima merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dikemukakan secara jelas berisi saran dari hasil penelitian.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

#### A. Kajian Teori

##### 1. Keputusan

###### a. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah pilihan yang diambil dari berbagai pilihan alternatif tindakan yang ada dalam menyelesaikan satu macam permasalahan.<sup>21</sup> Beberapa definisi keputusan yang dikemukakan para ahli dijelaskan sebagai berikut:

###### 1. Menurut Ralph C. David

Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat pula berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula.

###### 2. Menurut Mary Follet

Keputusan adalah suatu atau sebagai hukum situasi. Apabila semua fakta dari situasi itu dapat diperolehnya dan semua yang terlibat, baik pengawas maupun pelaksana mau menaati hukumnya atau ketentuannya, maka tidak sama dengan mentaati perintah. Wewenang tinggal dijalankan, tetapi itu merupakan wewenang dari hukum situasi.

---

<sup>21</sup>Raymond Mcleod, Geogre P.Schell,*Sistem Informasi Manajemen* , (Jakarta : Indeks .2010).h. 19

### 3. Menurut James A.F.Stoner

Keputusan adalah pemilihan diantar alternatif-alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu:

- 1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan.
- 2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik.
- 3) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan tertentu.

### 4. Menurut Prof. Dr. Prajudi Atmosudirjo, SH

Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.<sup>22</sup>

Dari pengertian-pengertian keputusan diatas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari beberapa alternatif.

#### b. Pengertian Pengambilan Keputusan

Beberapa ahli mendefinisikan pengambilan keputusan yaitu :

- 1) George R. Terry. Pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih pilihan alternatif yang ada.

---

<sup>22</sup>Gibson , *Organisasi*,(Jakarta:Erlangga)h.140

- 2) S.P. Siagian. Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.
- 3) James A.F Stoner . Pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.<sup>23</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari berbagai alternatif secara sistematis untuk ditindak lanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah. Para spesialis dibidang pengambilan keputusan telah mengklasifikasikan tipe keputusan yang berbeda, namun yang paling banyak dipakai yaitu yang diusulkan oleh Herbert Simon. Herbet Simon membedakan dua keputusan, yaitu :<sup>24</sup>

- 1) Keputusan yang diprogram, merupakan prosedur khusus yang dikembangkan untuk menanggulangi berbagai masalah rutin yang terjadi berulang-ulang.
- 2) Keputusan yang tidak terprogram, keputusan tidak akan diprogram jika sifatnya baru dan tidak terstruktur. Oleh karena itu, tidak ada prosedur tertentu untuk menanggulangi masalah tersebut, baik karena masalah itu tidak timbul dengan cara yang sama atau hal tersebut merupakan masalah yang kompleks (penting).

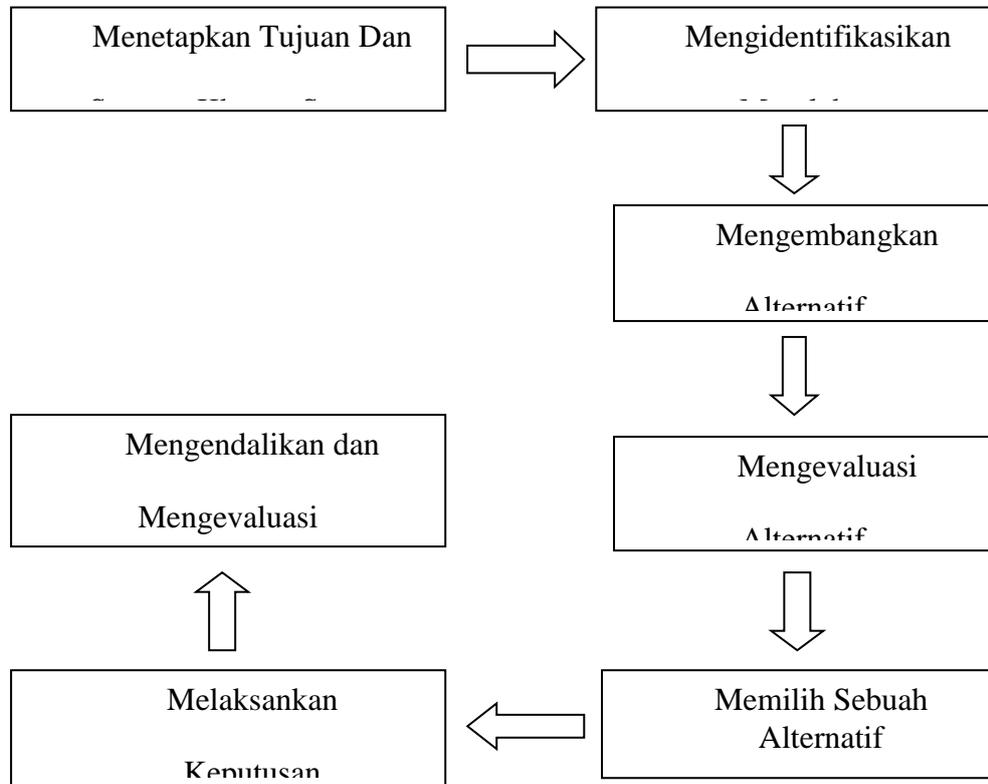
---

<sup>23</sup> Gibson , *Organisasi...*h.142

<sup>24</sup>Raymond Mcleod, Goerge P. Schell,Sistem Informasi Manajemen,(Jakarta:Pt Indeks.2011).h.293-294

c. Proses Pengambilan Keputusan<sup>25</sup>

**Gambar 2.1**  
**Proses Pengambilan Keputusan**



d. Pengaruh Perilaku atas pengambilan keputusan

Beberapa faktor perilaku mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Beberapa diantara faktor ini hanya mempengaruhi aspek tertentu, sedangkan faktor lainnya mempengaruhi keseluruhan proses. Meskipun demikian, masing-masing dapat menimbulkan dampak, dan karenanya harus dipahami agar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan baik.

<sup>25</sup>Gibson, *Organisasi...* h.140

Empat faktor perilaku individu , yaitu :

1) Nilai –nilai

Nilai-nilai seorang pengambil keputusan merupakan pedoman keyakinan dasar yang digunakan jika ia berhadapan dengan situasi dimana harus dilakukan suatu pilihan. Nilai-nilai tersebut berpengaruh dalam menentukan sasaran, mengembangkan alternatif, melaksanakan keputusan dan pengendalian dan penilaian.

2) Kepribadian

Beberapa telaah telah menyelidiki dampak variabel kepribadian tertentu dalam proses pengambilan keputusan. Semua telaah ini secara umum difokuskan pada kumpulan variabel berikut:

- a) Variabel kepribadian, disini dicakup sikap, kepercayaan, dan kebutuhan individu.
- b) Variabel situasi, ini berkenaan dengan situasi yang dihadapi seseorang.
- c) Variabel interaksi, ini menyangkut keadaan sementara seseorang sebagai hasil interaksi situasi khusus dengan ciri kepribadian.<sup>26</sup>

Kesimpulan terpenting berkenaan pengaruh kepribadian atas pengambilan keputusan. Ciri khas seperti kecerdasan berkaitan dengan tahap yang lain dari proses pengambilan keputusan. Hubungan kepribadian dengan proses pengambilan keputusan dapat bervariasi

---

<sup>26</sup> Gibson, *Organisasi...* h.147

dalam kelompok-kelompok yang berlainan atas dasar faktor seperti jenis kelamin dan status sosial.

### 3) kecenderungan mengambil resiko

Seorang pengambil keputusan yang cenderung enggan menempuh resiko, akan menentukan sasaran yang berbeda, mengevaluasi alternatif yang berbeda, menyeleksi alternatif yang berbeda dari apa yang dilakukan pengambil keputusan lainnya dalam situasi serupa, tetapi yang cenderung sangat enggan mengambil resiko. Orang tersebut belakangan akan terus berusaha melakukan pilihan yang kadar resiko atau ketidak pastiannya rendah, atau kadar kepastiannya tinggi.

### 4) Kemungkinan Menyimpang

Ilmuwan perilaku telah memusatkan perhatiannya pada timbulnya rasa cemas setelah keputusan diambil. Rasa cemas itu dihubungkan dengan apa yang disebut oleh Festinger sebagai disonatif kognitif. Teori Festinger menyatakan bahwa seringkali terjadi ketidakkonsistenan atau keharmonisan di dalam berbagai kognisi individu (sikap, kepercayaan dan sebagainya) setelah suatu keputusan dan kepercayaan pengambil keputusan dengan apa yang dilakukan dan akibatnya pengambil keputusan akan merasa sangsi dan merenungi kembali pilihan yang telah dilakukan.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup>Gibson,.*Organisasi...* h.147

## 2. Budaya

### a. Penegrtian Budaya

Faktor budaya termasuk penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen.

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan budaya sebagai “*culture as the sum total of learned beliefs, values, and customs that serve to direct the consumer behavior of members particular society*” yang berarti budaya didefinisikan sebagai sejumlah nilai, kepercayaan dan kebiasaan yang digunakan untuk menunjukkan perilaku konsumen langsung dari kelompok masyarakat tertentu. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, yaitu mencakup segala cara-cara atau pola berpikir, merasakan dan bertindak. Mempelajari perilaku konsumen adalah mempelajari perilaku manusia, sehingga perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa.<sup>28</sup>

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hierarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta , objek-objek

---

<sup>28</sup> Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Kencana. 2015). h. 10-14

materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok.<sup>29</sup>

- b. Indikator faktor budaya adalah Kebudayaan, Sub Budaya, kelas Sosial (Pendapatan, Pendidikan, dan Kekayaan)

### 3. Sosial

#### a. Pengertian Sosial

Faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis serta anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh faktor-faktor seperti pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain. Dalam beberapa sistem sosial, anggota dari kelas yang berbeda memelihara peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, yaitu:<sup>30</sup>

#### b. Indikator faktor Sosial

##### 1) Kelompok Acuan

Kelompok Acuan merupakan dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama. Beberapa kelompok primer yang mempunyai interaksi reguler tapi informal seperti teman, tetangga dan rekan satu pekerjaan. Beberapa kelompok sekunder yang mempunyai interaksi lebih

---

<sup>29</sup> Evan Stiawan, *Integrated Marketing Communication*.(Yogyakarta: Samudra Biru.2018).h.361

<sup>30</sup> Kotler P,dkk. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*.(Yogyakarta: Andi.2000).h. 234

formal dan kurang regular seperti kelompok keagamaan, pekerja, dll.

Kelompok acuan seseorang adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.

“Menurut Kotler dan Armstrong, kelompok referensi bertindak sebagai titik perbandingan atau titik referensi langsung (berhadapan) atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau perilaku seseorang.”<sup>31</sup>

Kelompok referensi dapat memiliki dampak positif atau negatif pada konsumen, jika apa yang direferensikan oleh kelompok itu sesuai dengan yang diharapkan, maka akan tercipta dampak positif begitu juga sebaliknya. Konsep kelompok referensi telah digunakan oleh para pengiklan dalam upaya mereka untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk mereka, menggambarkan produk yang sedang dikonsumsi dan penggunaan orang terkenal/ menarik untuk menawarkan produk adalah bukti bahwa pemasar dan pengiklan banyak menggunakan potensi pengaruh kelompok referensi.

## 2) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara

---

<sup>31</sup> Kotler P, dkk. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. (Yogyakarta: Andi.2000).h. 234

mendalam, pemasar tertarik dengan peran dan pengaruh keluarga mengenai pembelian berbagai produk dan jasa.

### 3) Peran dan Status

Peran atau status merupakan suatu aktivitas yang dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Seseorang seringkali akan memilih suatu produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

Status sosial merupakan kedudukan yang dimiliki seseorang dalam hubungannya antara dengan atau membedakannya dari anggota-anggota lainnya dari suatu kelompok sosial. Status sosial dapat dijadikan suatu alasan pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut kotler, status sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang mirip. Status sosial akan menunjukkan bagaimana seseorang tersebut berperilaku dalam kehidupan sosialnya.<sup>32</sup>

## 4. Kepribadian

### a. Pengertian Kepribadian

Faktor kepribadian diartikan sebagai karakteristik seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang

---

<sup>32</sup> Kotler P,dkk. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia.(Yogyakarta: Andi.2000).h. 234

relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur-hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan

b. Indikator faktor pribadi, yaitu:

1) Usia dan Siklus Hidup

Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, prabot, dan rekreasi seringkali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup tahap-tahap yang mungkin dilalui keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Pemasar seringkali menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap daur hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasar untuk setiap tahap.

2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk mereka.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Nugroho J. Setidi, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003). h. 10-14

### 3) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk yang akan dibelinya. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan aktiva, hutang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap atas belanja atau menabung. Pemasar produk yang peka terhadap harga terus-menerus mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat bunga. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, melakukan penempatan ulang, dan mengubah harga produknya.

### 4) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Oleh karenanya, hal ini berhubungan dengan tindakan dan perilaku sejak lahir.

## 5. Psikologis

### a. Pengertian Psikologis

Psikologis adalah faktor internal dan lingkungan. Di ranah psikologi, aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah persepsi, proses belajar, motivasi, kepribadian individu, sikap dan keyakinan serta konsep diri). Sebuah contoh, Seorang membeli kendaraan atau mobil bukan didasarkan atas dasar kebutuhan tetapi sekaligus juga prestis yang berhubungan dengan pendapat dan penilaian orang lain atau lingkungannya. Keadaan diri seseorang yang berasal dari internal, jiwa seseorang<sup>34</sup>.

### b. Indikator Faktor Psikologis<sup>35</sup>

#### 1) Motivasi

Motivasi dalam Bahasa Inggris disebut *motivation* yang berasal dari Bahasa Latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Menurut Dirgahurnarso Singgih, motivasi atau upaya untuk memenuhi kebutuhan pada seseorang dapat dipakai sebagai alat untuk menggairahkan seseorang untuk giat melakukan kewajibannya tanpa harus diperintah atau diawasi. Edwin B. Flippo menyatakan bahwa motivasi adalah suatu keahlian, dalam mengarahkan pegawai dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga keinginan para pegawai dan tujuan organisasi sekaligus tercapai. Menurut *American Encyclopedia*, motivasi adalah kecenderungan (suatu sifat yang

---

<sup>34</sup> Nugroho J. Setidi, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003). h. 10-14

<sup>35</sup> Nugroho J. Setidi, *Perilaku ...* h. 10-14

merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan topan dan tindakan. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologi dan emosional yang hanya dapat diduga dari pengamatan tingkah laku manusia.

Menurut *Merle J. Moskowitz*, motivasi sebagai inisiasi dan pengarahing tingkah laku dan pelajaran motivasi sebenarnya merupakan pelajaran mengenai tingkah laku.<sup>36</sup>

## 2) Persepsi

Persepsi, seseorang konsumen yang termotivasi akan siap untuk bertindak, bagaimana seorang konsumen yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. persepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Menurut machfoedz persepsi adalah proses memilih , penyusunan , dan penafsiran informasi untuk mendapatkan arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

## 3) Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku konsumen yang timbul dari pengalamannya, sehingga saat konsumen bertindak pengetahuannya

---

<sup>36</sup> Nugroho J.Setidi, *Perilaku ...*h.1 4

pun akan bertambah. Teori pembelajaran mengajarkan bahwa para pemasar dapat membangun permintaan sebuah produk dengan mengaitkannya pada dorongan yang kuat, dan memberikan penguatan yang positif.

#### 4) Keyakinan atau Sikap

Keyakinan (*belief*) adalah gambaran pemikiran yang dianut konsumen tentang suatu hal. Melalui tindakan dan belajar konsumen mendapatkan keyakinan dan sikap, keduanya mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Keyakinan mungkin berdasarkan pengetahuan, pendapat, atau kepercayaan (*faith*). Keyakinan konsumen akan membentuk citra produk dan merek, serta konsumen akan bertindak berdasarkan citra tersebut.<sup>37</sup>

## 6. Pegadaian Syariah

Teori tentang pegadaian syariah dalam penelitian akan membahas pengertian pegadaian syariah, landasan hukum pegadaian syariah yang berasal dari dalil Al-Qur'an, hadist, ijma' ulama dan fatwa DSN MUI. Kemudian tentang akad transaksi yang digunakan berserta syarat, ketentuan dan rukun dari akad transaksi tersebut.<sup>38</sup>

### 1) Pengertian Pegadaian Syariah

---

<sup>37</sup> Nugroho J. Setidi, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2003). h. 10-14

<sup>38</sup> Vika Anggun *Pengaruh Pendapatan Pegadaian, Harga Emas, Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Indonesia Tahun 2005-2015)* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 2017

Secara umum gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu guna memperoleh sejumlah uang, dimana barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara si penggadai dan penerima gadai. Pegadaian syariah adalah suatu badan usaha di Indonesia yang secara resmi dan memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip keislaman.

## 2) Landasan Hukum Pegadaian Syariah

Hukum gadai adalah jaiz atau boleh. Berdasarkan Al-Qur'an, Hadist dan ijma'. Ayat Al-Qur'an, hadis dan ijma' yang dijadikan sebagai landasan gadai ialah:

### 1) Dalil Al-Qur'an.

Surah al-Baqarah (2) : (283) yang berbunyi:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۚ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ  
الَّذِي أَوْثِقَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتَمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا  
تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: "Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi apabila kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang

berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

f. Dalil As-Sunah

Dalam hadist riwayat Bukhari dan Muslim

*“Aisyah berkata bahwa Rasulullah bersabda: Rasulullah membeli makanan dari seorang yahudi dan meminjamkan kepadanya baju besi” (HR. Bukhari dan Muslim)*

g. Fatwa Dewan Syariah Nasional

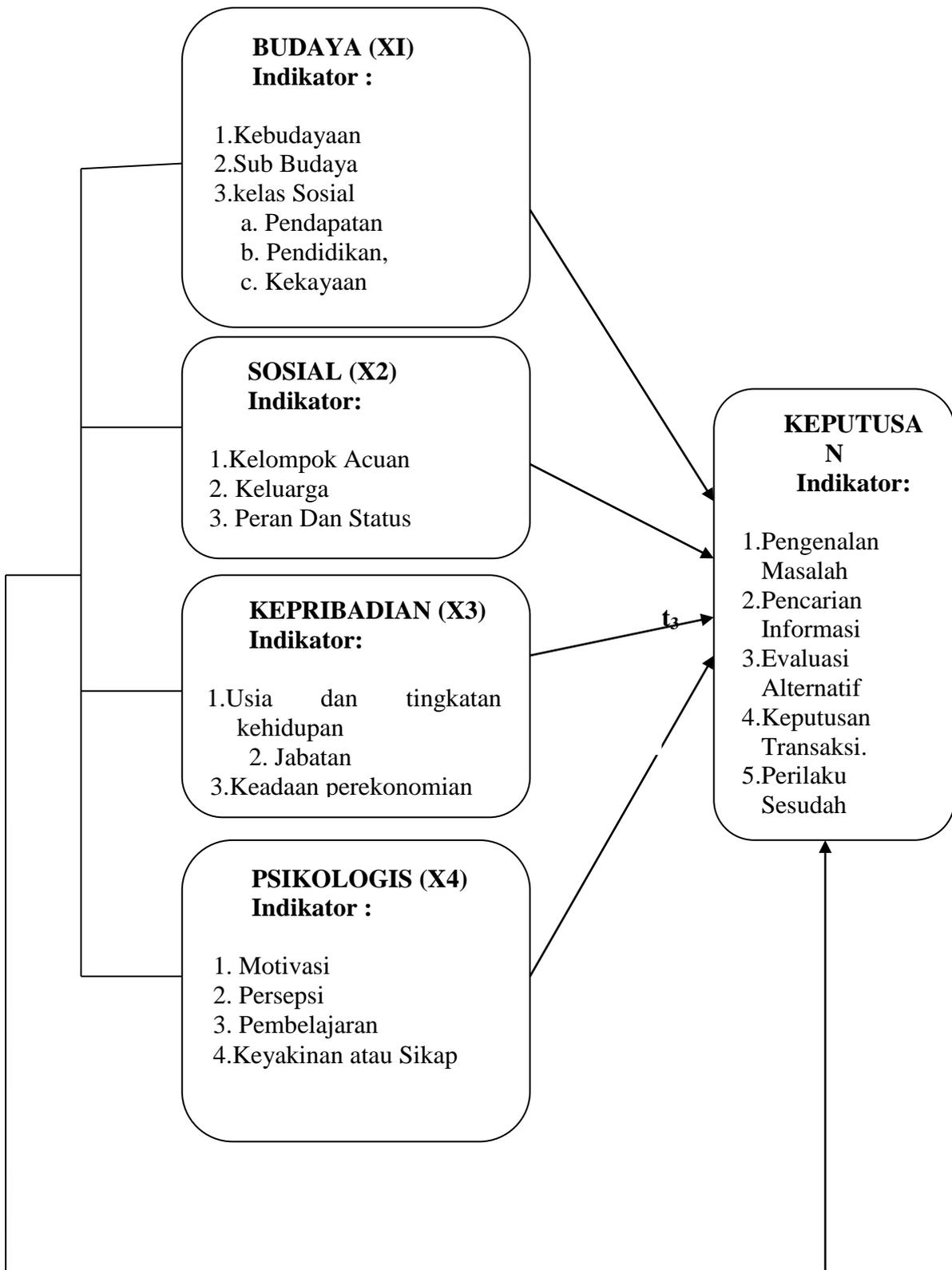
Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn diperbolehkan dengan ketentuan sebagai berikut: Murtahin (penerima barang) memiliki hak untuk menahan Marhun (barang) sampai semua hutang rahn (yang menyerahkan barang) dilunasi.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Vika Anggun *Pengaruh Pendapatan Pegadaian, Harga Emas, Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Indonesia Tahun 2005-2015)* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.2017

## B. Kerangka Berfikir

Gambar 2.2  
Kerangka Berfikir



Gambar diatas menunjukkan bahwa Budaya, Sosial, Pribadi, dan psikologis sebagai faktor-faktor dapat mempengaruhi keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan . Dimana variabel X1 (Budaya), X2 (Sosial), X3 (Pribadi), dan X4 (Psikologis) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y(Keputusan).

### **C. Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1 : Budaya, sosial, pribadi dan psikologis masyarakat bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.

H2 : Budaya masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.

H3 : Sosial, masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.

H4 : Pribadi masyarakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.

H5 : Psikologis masyarakat muslim berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian menggunakan data dalam bentuk angka. Penelitian ini juga merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara variabel yang akan diteliti, budaya, sosial, kepribadian, dan psikologis mempengaruhi minat terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah.<sup>40</sup>

##### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen<sup>41</sup>).

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif akan digunakan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan mengenai budaya, sosial, kepribadian dan psikologis mempengaruhi keputusan.

---

<sup>40</sup> Sugiyono.*Metode...h5*

<sup>41</sup> Sugiyono.*Metode...h5*

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Pegadaian Syariah Bengkulu Unit Semangka yang beralamat di Jalan Semangka No. 189 Semangka Kota Bengkulu. Peneliti memilih pada Pegadaian Syariah Bengkulu Unit Semangka dikarenakan Pegadaian tersebut berada di tengah tengah lalu lintas masyarakat dan teletak pada pasar Panorama pusat masyarakat Bengkulu bertransaksi jual beli. Cara memperoleh data pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang dibagikan kepada responden melalui google form.

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai pada bulan Januari-Maret 2020.

## **C. Populasi dan Sampel**

### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>42</sup>

Pada penelitian ini penulis mengambil populasi yang menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Semangka sebanyak 73 nasabah.<sup>43</sup>

Berdasarkan jumlah populasi, maka sampel penelitian ini akan ditentukan dengan rumus Slovin:

---

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode ...h.* 115

<sup>43</sup> Survei Data Nasabah Kepada Pihak Pegadaian Syariah Unit Semangka Tahun2019.

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel atau jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 0,05 (5%)

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 953 nasabah, sehingga persentasi kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian

. Dapat diketahui sampel penelitian dari perhitungan diatas sampel dibulatkan menjadi 62 responden.

#### **D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

##### 1. Sumber data

- a. Data primer, diperoleh langsung dari responden masyarakat yang menjadi nasabah Pegadaian Syariah Unit Semangka Kota Bengkulu.
- b. Data sekunder, diperoleh secara tidak langsung dari literatur dokumen, data-data yang berkaitan dengan penelitian bersumber dari Pegadaian Syariah Unit Semangka Kota Bengkulu

##### 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam

penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan Kuesioner (*Questionnaire*), Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jenis kuesioner yang penulis gunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, adapun alasan penulis menggunakan kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup memberikan kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban dan kuesioner tertutup lebih praktis.

## **E. Variabel dan Definisi Operasional**

### **1. Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu penulis akan melanjutkan analisis untuk mencari pengaruh suatu variabel dengan variabel lain.

Menurut Sugiyono, berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

#### **a) Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predicator, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen

---

<sup>44</sup> Sugiyono. *Metode...*h.59

(terikat). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (independent variable) adalah Budaya (X<sub>1</sub>), Sosial (X<sub>2</sub>), Kepribadian (X<sub>3</sub>), Psikologis (X<sub>4</sub>)

b) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sesuai dengan masalah yang akan diteliti maka yang akan menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah Keputusan (Y).<sup>45</sup>

2. Definisi Operasional

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

<b>VAR IABEL</b>	<b>DEFINISI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>SUMBER</b>
BUDAYA (X <sub>1</sub> )	(Kotler dan Amstrong (2001)) Budaya adalah susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari	1. Kebudayaan	1. Kotler dan Amstrong (2001) 2. Stanton dalam Swastha dan Handoko. 3. Sutisna.
		2. Sub Budaya	1. Kotler dan Keller 2. Solomon 3. Schirfman.

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode ...*.h.69

	<p>anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya, dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian sangat beraneka ragam di tiap negara.</p>	3.kelas Sosial	<b>Alma</b>
SOSIAL (X2)	<p><b>(Kotler dan Keller)</b> Pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis serta anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan yang serupa.</p>	1.Kelompok Acuan	<p><b>1. Kotler dan Keller</b> <b>2. Kotler dan Armstrong</b></p>
		2. Keluarga	<b>Sumarwan</b>
		3.Peran Dan Status	<b>Kotler</b>
KEPRIBADIAN (X3)	<p><b>Kotler dan Armstrong,</b> Kepribadian diartikan sebagai karakteristik seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang</p>	1. Usia dan tingkatan kehidupan	<b>Kotler dan Armstrong</b>
		2. Jabatan	<b>Kotler dan Armstrong</b>
		3. Keadaan perekonomian	<b>Kotler dan Armstrong</b>
		4. Gaya hidup	<b>Kotler dan</b>

	relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.		<b>Amstrong</b>
PSIKOLOGIS (X4)	Keadaan diri seseorang yang berasal dari internal, jiwa seseorang.	1. Motivasi	<b>1. Dirgahunerso Singgih</b> <b>2. Edwin B. Flippo</b> <b>3. American Encyclopedia</b> <b>4. Merle J. Moskowitz</b>
		2. Persepsi	<b>1. Machfoedz</b> <b>2. Kotler dan Armstrong</b>
		3. Pembelajaran	<b>Philip Kotler</b>
		4. Keyakinan atau Sikap	<b>Bilson Simamora</b>

Sumber: Ringkasan Kajian Teori

## F. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan angket ( kuesioner tertutup ) dengan pengukuran nilai menggunakan skala likert. Pemberian skor terhadap setiap kategori respon pada skala ini sangat sederhana, skor ini sering digunakan pada setiap penelitian meskipun mempunyai banyak kelemahan<sup>46</sup>. Subjek penelitian memberikan respon dengan lima kategori kesetujuan yaitu :

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Antara setuju dan tidak (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat setuju (SS)

<sup>46</sup> Sarifuddin Azwar, *Metode ....*h.99

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kevalidan kuesioner. Teknik statistik yang digunakan untuk menguji validitas data pada penelitian ini adalah *Pearson Correlation*, data yang dikatakan valid jika nilai signifikan  $< 0,05$ .<sup>47</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas suatu instrumen dikatakan Reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan atau pertanyaan yang diajukan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menggunakan reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan reliabel jika Alpha Cronbach  $> 0,50$ .<sup>48</sup>

### 2. Uji Asumsi Dasar

#### a. Normalitas Data

Model regresi yang baik adalah data yang terdistribusi normal, artinya data tersebut didapatkan dari beberapa sampel yang berasal dari populasi yang sama. Metode yang digunakan untuk pengujian normalitas adalah *Kolmogorov –Smirnov* dimana dasar pengambilan keputusan yakni, jika nilai signifikan lebih besar dari

---

<sup>47</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis...*h.53

<sup>48</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis...*h.47

0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Berikut tabel hasil uji normalitas:

b. Homogenitas data

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan *Homogeneity of Variance* dengan pedoman sebagai berikut :

1. Signifikansi uji ( $\alpha$ ) = 0,05
2. Jika Sig >  $\alpha$ , maka variansi setiap sampel sama (homogen)
3. Jika Sig <  $\alpha$ , maka variansi setiap sampel sama (tidak homogen)

c. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan diolah telah mendekati linier atau belum. Untuk mengetahui suatu model linear atau tidak, dapat dilakukan dengan cara Uji Ramsey (RESET), yaitu pengujian yang dikembangkan oleh Ramsey dengan mengembangkan uji secara umum kesalahan spesifikasi atau dikenal dengan sebutan uji kesalahan spesifikasi regresi<sup>49</sup>

Keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Bila probabilitas obs\*R2 > 0.05 maka signifikan (model linear)
2. Bila probabilitas obs\*R2 > 0.05 maka tidak signifikan (model tidak linear)

---

<sup>49</sup> Widarjono, *Regression Specification Error Test RESET* (2009) h.170-171

### 3. Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinieritas jika ada fungsi liner yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *variance inflation factor*(VIF) dan *tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.<sup>50</sup>

### 4. Pengujian Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini penelitian menggunakan model regresi linear berganda karena penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen. Model regresi berganda adalah sebagai berikut<sup>51</sup> :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_i$$

Keterangan:

$\beta_0$  = Nilai Konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel budaya

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel sosial

$\beta_3$  = koefisien regresi variabel pribadi

$\beta_4$  = koefisien regresi variabel psikologis

---

<sup>50</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan Spss* (Yogyakarta :Mediakom, 2013),h.56

<sup>51</sup> Edi Supriyadi,*Spss+Amos*,(Jakarta: In Media,2014),h.65

$X_1 = \text{Budaya}$

$X_2 = \text{Sosial}$

$X_3 = \text{Pribadi}$

$X_4 = \text{Psikologis}$

$Y = \text{Keputusan memilih pegadaian syariah unit Semangka}$

$e_i = \text{variabel pengganggu}$

b. Uji – t

Berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

1. Apabila tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila tingkat signifikansi  $> \alpha$  (0,05), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>52</sup> Berikut tabel pengambilan keputusan uji t

---

<sup>52</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar*, ....H.117

**Tabel 3.1**  
**Pengambilan Keputusan Uji t**

Variabel	Signifikan (sig)	$\alpha$	Keterangan
X	< 0,05	0,05	Hipotesis diterima
X	> 0,05	0,05	Hipotesis ditolak.

Sumber: Gaffar<sup>53</sup>

c. Uji – F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel independen.

1. Apabila tingkat signifikan  $< \alpha$  (0,05), maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila tingkat signifikan  $> \alpha$  (0,05), maka semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Abdurahman Gaffar, *Pengaruh Pengetahuan...* h.42

<sup>54</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar...* h.117

Berikut tabel pengambilan keputusan uji t

**Tabel 3.2**  
**Pengambilan Keputusan Uji F:**

Variabel	Signifikansi (sig)	$\alpha$	Keterangan
Signifikansi Anova	< 0,05	0,05	Hipotesis diterima
Signifikansi Anova	> 0,05	0,05	Hipotesis ditolak.

Sumber: Gaffar<sup>55</sup>

#### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi dalam penelitian ini menggunakan *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.<sup>56</sup>

**Tabel 3.3**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi**

Proporsi (Internal Koefisien)	Keterangan
0% - 19,99%	Sangat rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat

<sup>55</sup> Abdurahman Gaffar, *Pengaruh Pengetahuan...* h.42

<sup>56</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar...* h.118

80%-100%	Sangat kuat
----------	-------------

Sumber:Gaffar<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Abdurahman Gaffar, *Pengaruh Pengetahuan...*h.42

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

###### a. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah merupakan salah satu unit layanan syariah yang dilaksanakan oleh perusahaan umum ( Perum ) pegadaian di samping unit layanan konvensional. Berdirinya unit layanan syari'ah ini didasarkan atas perjanjian *musyarakah* dengan sistem bagi hasil antara perum pegadaian dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI) untuk tujuan melayani nasabah Bank Muamalat Indonesia maupun perum nasabah pegadaian yang ingin memanfaatkan jasa layanan gadai berdasarkan prinsip syariah.<sup>58</sup> Pegadaian Syariah Cabang Bengkulu didirikan pada tanggal 29 April 2009. Saat ini Pegadaian Syariah Cabang Bengkulu telah memiliki 6 kantor Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) atau Unit Pegadaian Syariah (UPS) yang tersebar di berbagai wilayah di Kota Bengkulu, diantaranya adalah UPS Penurunan, UPS Semangka, UPS Timur Indah, UPS Taba Jemekeh, UPS Merasu, UPS Pasar Sughut. Kegiatan operasional Pegadaian Syari'ah sama seperti kantor Pegadaian Syari'ah lainnya, seperti Pegadaian Syariah.

---

<sup>58</sup> Anshori, Ghofur, Abdul. *Gadai Syariah Di Indonesia*. Rev.ed. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2011).h. 5

UPS Semangka Cabang Bengkulu dilaksanakan selama 6 hari kerja, yaitu dimulai hari Senin s/d hari Jum'at dengan jam operasional dimulai pada pukul 07.30 WIB hingga jam 15.00 WIB, dan hari Sabtu yang dimulai 07.30 WIB hingga pukul 12.30 WIB.

b. Visi dan Misi Perusahaan Pegadaian Syariah Unit Semangka

1. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

2. Misi

- a. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- c. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan

melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.<sup>59</sup>

c. Produk dan Operasional Kegiatan Operasional Perusahaan

Kegiatan operasional Perum Pegadaian yang telah dilakukan saat ini, antara lain meliputi:

1. Menyalurkan uang pinjaman kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai.
2. Menerima jasa taksiran, yaitu pelayanan kepada masyarakat yang ingin mengetahui berapa besar nilai riil barang yang dimilikinya, misalnya emas, berlian dan barang-barang bernilai lainnya.
3. Menerima jasa titipan, yaitu pelayanan kepada masyarakat yang akan menitipkan barangnya.
4. Bekerjasama dengan pihak ketiga dalam memanfaatkan asset perusahaan dalam bidang bisnis properti seperti dalam pembangunan gedung kantor dan pertokoan dengan system Build, Operate and Transfer (BOT).
5. Kredit pegawai, yaitu kredit yang diberikan kepada pegawai yang berpenghasilan tetap

Pegadaian, sebagai lembaga keuangan tidak diperkenankan menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk

---

<sup>59</sup> Profil Pegadaian Syariah. <https://www.pegadaiansyariah.co.id/>, diakses pada tanggal 27 Februari 2020

simpanan, misalnya: giro, deposito dan tabungan, sebagaimana halnya dengan sumber dana konvensional perbankan. Untuk memenuhi kebutuhan dananya. Perum Pegadaian memiliki sumber-sumber dana sebagai berikut:<sup>60</sup>

1. Modal sendiri.
2. Penyertaan modal pemerintah.
3. Pinjaman jangka pendek dari perbankan.
4. Pinjaman jangka panjang yang berasal dari KLBI.

d. Produk – Produk Pegadaian Syariah

1. Rahn

Pembiayaan rahn dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Cepat prosesnya, aman penyimpanannya. Barang jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan, berlian, smartphone, laptop, barang elektronik lainnya, sepeda motor, mobil atau barang bergerak lainnya.

2. Rahn Hasan

Rahn Hasan merupakan pemberian dana dengan akad gadai/ rahn mulai dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 500.000 tanpa Mu'nah (biaya pemeliharaan).

---

<sup>60</sup>Anonim,*Profil pegadaian ..h.4*

### 3. Arrum Haji

Arrum Haji merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan seseorang untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas.

### 4. Arrum BPKB

Pembiayaan Arrum (Ar Rahman untuk Usaha Mikro) pada Pegadaian Syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB kendaraan. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari.

### 5. Arrum Emas

Pembiayaan gadai sistem angsuran berprinsip syariah dengan jaminan emas. Peryaratan hanya dengan copy KTP/ SIM/ Passport dan menyerahkan jaminan berupa emas atau berlian. Keunggulan dari Produk arum emas ini adalah Pinjaman berjangka waktu fleksibel mulai 12, 18, 24, dan 36 bulan, Prosedur pengajuan Marhun Bih (pinjaman) cepat dan mudah, Mu'nah relatif murah dengan angsuran tetap per bulan.<sup>61</sup>

### 6. Amanah

Pembiayaan Amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip Syariah Kepada karyawan tetap maupun

---

<sup>61</sup>Anonim,*Profil pegadaian ..h.5*

pengusaha mikro, untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

#### 7. Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

#### 8. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.<sup>62</sup>

#### 9. Multi Pembayaran Online

Multi Pembayaran Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/ pulsa ponsel, pembayaran premi asuransi BPJS Kesehatan dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO merupakan solusi Pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di Bank.

---

<sup>62</sup>Anonim, *Profil pegadaian* ..h.

## 10. Remittance

Remittance adalah layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri dengan biaya kompetitif, bekerja sama dengan beberapa remiten berskala nasional dan internasional seperti Western Union, Telkom Delima, BNI Smart Remittance dan Mandiri Remittance. Pegadaian Remittance merupakan solusi terpercaya untuk kirim dan terima uang kapanpun dan dimanapun secara instan, cepat dan aman.<sup>63</sup>

### 2. Deskripsi Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

#### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah pegadaian syariah unit Semangka adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis kelamin responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase(</b>
----------------------	------------------	--------------------

---

<sup>63</sup> Profil Pegadaian Syariah. <https://www.pegadaiansyariah.co.id/>, diakses pada tanggal 27 Februari 2020

		%)
Pria	30 orang	48,3
Perempuan	32 orang	51,7
<b>Total</b>	<b>62 orang</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin nasabah pegadaian syariah unit Semangka yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah perempuan sebanyak 32 orang atau 51,7 % dan pria sebanyak 30 orang atau 48,3 %. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

b. Berdasarkan Umur Responden

Adapun data umur masyarakat muslimlempuing yang meminjam dana kepada masyarakat muslim Lempuing adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Umur Responden**

<b>No</b>	<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>
<b>1</b>	21-30	21
<b>2</b>	31-40	27
<b>3</b>	41-50	13
<b>4</b>	51-60	1

<b>5</b>	<b>Jumlah</b>	<b>62</b>
----------	---------------	-----------

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa nasabah yang menjadi responden berusia 21-30 tahun sebanyak 21 orang, usia 31-40 tahun sebanyak 27 orang, berusia 41-50 tahun sebanyak 13 orang, usia 51-60 tahun sebanyak 1 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan nasabah pegadaian syariah unit Semangka terbanyak berusia 31-40 tahun.

c. Berdasarkan Status Pernikahan

Data berdasarkan tujuan pinjaman sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Status Pernikahan**

<b>No</b>	<b>Status Pernikahan</b>	<b>Frekuensi</b>
<b>1</b>	Lajang	12
<b>2</b>	Menikah	48
<b>3</b>	Duda/Janda	2
<b>4</b>	<b>Jumlah</b>	<b>62</b>

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui nasabah pegadian syariah unit semangka yang menjadi responden berstatus lajang sebanyak 12 orang, status menikah sebanyak 48 orang dan duda/janda sebanyak 2 orang. Dapat kita lihat nasabah terbanyak dengan status menikah.

3. Hasil Uji Data

a. Uji Kualitas Data

## 1. Uji Validitas

Dalam suatu instrumen dikatakan valid jika butir-butir pertanyaan atau pernyataan pada suatu instrumen tersebut mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut.<sup>64</sup>

Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan pearson corelation, dimana dikatakan valid jika nilai signifikansi <0,05.<sup>65</sup> Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

### a. Variabel budaya (X1)

**Tabel 4.4**  
**Validitas X1 (Budaya)**  
**Correlations**

		Kebudayaan	Sub-Budaya	Pendapatan	Pendidikan	Total
Kebudayaan	Pearson Correlation	1	.477**	.415*	.222	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.083	.000
	N	62	62	62	62	62
Sub-Budaya	Pearson Correlation	.477**	1	.229	.299*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000		.073	.018	.000
	N	62	62	62	62	62
Pendapatan	Pearson Correlation	.415**	.229	1	.144	.662**
	Sig. (2-tailed)	.001	.073		.264	.000
	N	62	62	62	62	62
Pendidikan	Pearson Correlation	.222	.299*	.144	1	.643**
	Sig. (2-tailed)		.018	.264		.000
	N	62	62	62	62	62

<sup>64</sup>Kasmadi, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung :Alfabeta ,2014) . hal.87

<sup>65</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analiis Multivariate Dengan Program Spss*, (Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2005)Hal:53

	Sig. (2-tailed)	.083	.018	.264		.000
	N	62	62	62	62	62
1	Tota Pearson Correlation	.745**	.688**	.662*	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62

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

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

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan untuk mengukur variabel budaya menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan dinyatakan semua item valid.

b. Variabel Sosial (X2)

**Tabel 4.5**  
**Validitas X.2**  
**Correlations**

	Kelompok Acuan	Keluarga	Peran Dan Status	Total
Kelompok Acuan	1	.329*	.548**	.820**
	Pearson Correlation			
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000
N	62	62	62	62
Keluarga	.329**	1	.174	.644**
	Pearson Correlation			
	Sig. (2-tailed)	.009	.177	.000
N	62	62	62	62
Peran Dan	.548**	.174	1	.792**
	Pearson Correlation			

Status	Sig. (2-tailed)	.000	.177		.000
	N	62	62	62	62
Total	Pearson Correlation	.820**	.644*	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62

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

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk mengukur variabel sosial menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.

c. Variabel Pribadi (X3)

**Tabel 4.6**  
**Validitas X3**

**Correlations**

	Usia	Tingkatan kehidupan	Jabatan	Keadaan perekonomian	total
Usia	1				
Pearson Correlation		.360**	.380**	.210	.688**
Sig. (2-tailed)		.004	.002	.101	.000
N	62	62	62	62	62

Tingkat an kehidup an	Pearso n Correlatio n	.36 0**	1	.32 6**	.298*	.7 05**
	Sig. (2-tailed)	.00 4		.01 0	.019	.0 00
	N	62	62	62	62	6 2
Jaba tan	Pearso n Correlatio n	.38 0**	.326**	1	.308*	.7 15**
	Sig. (2-tailed)	.00 2	.010		.015	.0 00
	N	62	62	62	62	6 2
Kea daan perekon omian	Pearso n Correlatio n	.21 0	.298*	.30 8*	1	.6 77**
	Sig. (2-tailed)	.10 1	.019	.01 5		.0 00
	N	62	62	62	62	6 2
total	Pearso n Correlatio n	.68 8**	.705**	.71 5**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.00 0	.000	.00 0	.000	
	N	62	62	62	62	6 2

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

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

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk mengukur variabel pribadi

menghasilkan nilai sig sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.

d. Variabel Psikologis

**Tabel 7**  
**Validitas Psikologis X4**  
**Correlations**

		Motivasi	Pers epsi	Pem belajran	Key akinan	Si kap	To tal
Motivasi	Pearson Correlation	1	.224	.311*	.163	-.018	.523**
	Sig. (2-tailed)		.081	.014	.205	.889	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Persepsi	Pearson Correlation	.224	1	.402**	.270*	.350**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.081		.001	.034	.005	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Pembelajaran	Pearson Correlation	.311*	.402**	1	.378**	.235	.727**
	Sig. (2-tailed)	.014	.001		.002	.066	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Keyakinan	Pearson Correlation	.163	.270*	.378**	1	.222	.615**
	Sig. (2-tailed)	.205	.034	.002		.083	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Sikap	Pearson Correlation	-.018	.350**	.235	.222	1	.523**
	Sig. (2-tailed)	.889	.005	.066	.083		.000
	N	62	62	62	62	62	62
Total	Pearson Correlation	.523**	.723**	.727**	.615**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62

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

**Correlations**

		Motivasi	Pers epsi	Pem belajran	Key akinan	Si kap	To tal
Motivasi	Pearson Correlation	1	.224	.311*	.163	-.018	.523**
	Sig. (2- tailed)		.081	.014	.205	.889	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Persepsi	Pearson Correlation	.224	1	.402**	.270*	.350**	.727**
	Sig. (2- tailed)	.081		.001	.034	.005	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Pembelajaran	Pearson Correlation	.311*	.402**	1	.378**	.235	.727**
	Sig. (2- tailed)	.014	.001		.002	.066	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Keyakinan	Pearson Correlation	.163	.270*	.378**	1	.222	.615**
	Sig. (2- tailed)	.205	.034	.002		.083	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Sikap	Pearson Correlation	-.018	.350**	.235	.222	1	.562**
	Sig. (2- tailed)	.889	.005	.066	.083		.000
	N	62	62	62	62	62	62
Total	Pearson Correlation	.523**	.723**	.727**	.615**	.562**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62

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

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang mengukur variabel keputusan menghasilkan nilai sig sebesar 0,00 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid.

e. Variabel Keputusan (Y)

**Tabel 4.8**  
**Validitas Keputusan (Y)**  
**Correlations**

	Peng enal Masalah	Pen carian Informa si	Eva luasi Alternat if	Kepu tusan Transaks i	Peri laku Sesuda h Transak si	To tal
P enge nalan Masa lah	1	.511**	.301*	.160	.161	.579**
Pears on Correlati on						
Sig. (2-tailed)		.000	.017	.214	.210	.000
N	62	62	62	62	62	62
P encar ian Infor masi	.511*	1	.634**	.489*	.295*	.831**
Pears on Correlati on						
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.020	.000
N	62	62	62	62	62	62
E valua si Alter natif	.301*	.634**	1	.434*	.457**	.772**
Pears on Correlati on						
Sig. (2-tailed)	.017	.000		.000	.000	.000
N	62	62	62	62	62	62
K eputu san Trans aksi.	.160	.489**	.434**	1	.535**	.750**
Pears on Correlati on						
Sig. (2-tailed)	.214	.000	.000		.000	.000
N	62	62	62	62	62	62

P erilaku u Sesu dah Trans aksi	Pears on Correlati on Sig. (2-tailed) N	.161	.295 *	.457 **	.535 *	1	.66 3 **
T otal	Pears on Correlati on Sig. (2-tailed) N	.579 *	.831 **	.772 **	.750 *	.663 **	1

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pertanyaan yang mengukur variabel keputusan menghasilkan sig 0,00 yang berarti kurang dari 0,05 sehingga seluruh item pertanyaan adalah valid.

#### f. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang (responden) terhadap pernyataan atau pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>66</sup> Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Alpha Cronbach, dimana nilai reliabel jika Alpha Cronbach >0,50.<sup>67</sup>

Hasil uji reliabilitas direkap pada tabel berikut:

<sup>66</sup> Kasmadi, *panduan modern*...h.91

<sup>67</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi SPSS*...h.47

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	$\alpha$	Keterangan
Budaya (X1)	0,608	0,50	Reliabel
Sosial (X2)	0,613	0,50	Reliabel
Pribadi (X3)	0,643	0,50	Reliabel
Psikologis (X4)	0,630	0,50	Reliabel
Keputusan (Y)	0,768	0,50	Reliabel

u

mber: Lampiran 8

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpha* yang lebih dari 0,50 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan *reliabel*.

## 2. Uji Asumsi Dasar

### a. Uji Normalitas

Metode yang digunakan untuk pengujian normalitas adalah *Kolmogorov –Smirnov* dimana dasar pengambilan keputusan yakni, jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.

Berikut tabel hasil uji normalitas:

**Tabel 4.10**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandar dized Residual
N		62
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.35603526
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.401
Asymp. Sig. (2-tailed)		.997

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Lampiran

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat kita ketahui bahwa hasil pengujian nilai signifikan sebesar 0,997 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas menggunakan lavene test dengan ketentuan jika  $Sig > \alpha$  , maka variansi setiap sampel sama (homogen).

**Tabel 4.11**  
**Uji Homogenitas**

Variabel	Sig	$\alpha$	Keterangan
Budaya (X1)	0,542	0,050	homogen
Sosial (X2)	0,112	0,050	homogen
Pribadi (X3)	0,055	0,050	homogen
Psikologis (X4)	0,931	0,050	homogen

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan tabel 4.11 diatas hasil uji homogenitas dengan menggunakan levene test dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi (sig) dari seluruh variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,05 hal ini berarti bahwa variabel homogen dan dapat mewakili dari jumlah populasi yang ada.

c. Uji linieritas

**Tabel 4.12**  
**Uji Linieritas**

Variabel	Deviation From Linearity	$\alpha$	Keterangan
Budaya (X1)	0,254	0,050	Linier

Sosial (X2)	0,268	0,050	Linier
Pribadi (X3)	0,736	0,050	Linier
Psikologis( X4)	0,692	0,050	Linier

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat kita ketahui nilai deviation from linearity memiliki nilai diatas 0,05 maka dapat disimpulkan keempat variabel x memiliki hubungan yang linier terhadap variabel Y.

### 3. Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinieritas)

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas yaitu dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dari nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinieritas. Regresi yang baik adalah didalam data tidak terdapat multikolinierisme. Berikut merupakan tabel hasil uji multikolinieritas.

**Tabel 4.13**  
**Uji Multikolinierisme**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.769	.639		1.204	.234		
X1	.259	.129	.234	2.001	.050	.704	1.420
X2	.124	.096	.150	1.293	.201	.717	1.395
X3	.011	.141	.008	.078	.938	.927	1.079
X4	.437	.127	.425	3.454	.001	.637	1.569

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel independen lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi.

#### 4. Uji Hipotesis

a. Model Regresi Berganda

**Tabel 4.14**

#### **Hasil Uji Regresi Berganda**

##### **Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.769	.639		1.204	.234		
X1	.259	.129	.234	2.001	.050	.704	1.420
X2	.124	.096	.150	1.293	.201	.717	1.395
X3	.011	.141	.008	.078	.938	.927	1.079
X4	.437	.127	.425	3.454	.001	.637	1.569

a. Dependent

Variable: Y

Penelitian ini menggunakan model regresi berganda karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen, dan juga untuk mendeskripsikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan dan penurunan, serta untuk mengetahui arah hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>68</sup>

Berdasarkan tabel koefisien yang diperoleh dari analisis regresi, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,769 + 0,259 X_1 + 0,124 X_2 + 0,011X_3 + 0,437X_4 + e_i$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresi yang diestimasi sebagai berikut:

<sup>68</sup> Dwi Prayitno, mandiri belajar.....h.116

- 1) Nilai konstanta ( $\beta_0$ ) sebesar 0,769 satu satuan artinya apabila budaya (X1), sosial (X2), pribadi (x3), dan psikologis seseorang dalam keadaan konstanta atau setara 0 maka keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah adalah sebesar 0,769.
- 2) Koefisien Regresi ( $\beta_1$ ) sebesar 0,259 artinya jika budaya (X1) setiap kenaikan satu variabel budaya (X1) maka keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah naik senilai 0,259 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model ini tetap. Artinya pengaruh budaya terhadap keputusan condong ke positif apabila budaya dilingkungan tinggi maka akan semakin tinggi tingkat keputusan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah.
- 3) Koefisien Regresi ( $\beta_2$ ) sebesar 0,124 artinya jika sosial (X2) setiap kenaikan satu variabel sosial (X2) maka keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah naik senilai 0,124 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model ini tetap. Artinya pengaruh sosial terhadap keputusan condong ke positif apabila sosial dilingkungan tinggi maka akan semakin tinggi tingkat keputusan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah.
- 4) Koefisien Regresi ( $\beta_3$ ) sebesar 0,011 artinya jika pribadi (X3) setiap kenaikan satu variabel pribadi (X3) maka keputusan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka. naik senilai 0,011 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model ini tetap. Artinya pengaruh pribadi terhadap

keputusan condong ke positif apabila pribadi dilingkungan tinggi maka akan semakin tinggi tingkat keputusan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah.

5) Koefisien Regresi ( $\beta_4$ ) sebesar 0,437 artinya jika pribadi (X3) setiap kenaikan satu variabel pribadi (X4) maka keputusan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka.naik senilai 0,437 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model ini tetap. Artinya pengaruh pribadi terhadap keputusan condong ke positif apabila psikologis dilingkungan tinggi maka akan semakin tinggi tingkat keputusan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji f dapat dilihat dari tabel:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6.342	4	1.586	11.688	0.000 <sup>a</sup>
Residual	7.732	57	.136		

Total	14.075	61			
-------	--------	----	--	--	--

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data pimer diolah spss

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.15 diatas, dapat diketahui nilai probabilitas signifikan adalah  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil perbandingan dan F hitung diketahi F tabel untuk penelitian ini dengan jumlah varibel bebas 4 varibel, dan jumlah sampel sebanyak 62 maka dapat ditentukan F tabel = (k ; n-k) = (4: 62-4) = (4:58) dalam F tabel nilai nya adalah sebesar 2, 53. Dapat di ketahui F hitung > F tabel dengan nilai  $11,688 > 2,53$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Budaya,sosial,pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah pada  $\alpha$  5% atau pada tingkat kepercayaan 95% artinya 95% dari 62 orang yang menunjukkan bahawa budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh pada keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah unit semangka.

c. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dengan ketentuan apabila tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05) maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	.769	.639		1.204	.234		
X1	.259	.129	.234	2.001	.050	.704	1.420
X2	.124	.096	.150	1.293	.201	.717	1.395
X3	.011	.141	.008	.078	.938	.927	1.079
X4	.437	.127	.425	3.454	.001	.637	1.569

a. Dependent Variable: Y

a. Pengujian hipotesis kedua

Berdasarkan hasil regresi yang terlihat pada tabel 4.16 diatas, dapat kita ketahui nilai signifikansi X1 sebesar 0,050. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 ( $\leq 0,05$ ) maka hipotesis diterima. Berdasarkan output dari SPSS nilai t tabel adalah senilai 2,000247 dan nilai t hitung sebesar 2.001 lebih besar dari t tabel maka dapat disimpulkan bahwa

H2 diterima yang menyatakan budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah unit semangka.

b. Pengujian hipotesis ketiga

Berdasarkan hasil regresi yang terlihat pada tabel diatas, dapat kita ketahui nilai signifikansi X2 sebesar 0,201. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 ( $\leq 0,05$ ) maka hipotesis diterima. Berdasarkan output dari SPSS nilai t tabel adalah senilai 2,000247 dan nilai t hitung sebesar 1.293 lebih kecil dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang menyatakan sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah unit semangka.

c. Pengujian hipotesis keempat

Berdasarkan hasil regresi yang terlihat pada tabel diatas, dapat kita ketahui nilai signifikansi X3 sebesar 0,938. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 ( $\leq 0,05$ ) maka hipotesis diterima. Berdasarkan output dari SPSS nilai t tabel adalah senilai 2,000247 dan nilai t hitung sebesar 0,078 lebih kecil dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak yang menyatakan faktor Pribadi berpengaruh tidak

signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah unit semangka.

d. Pengujian hipotesis kelima

Berdasarkan hasil regresi yang terlihat pada tabel diatas, dapat kita ketahui nilai signifikansi X4 sebesar 0,001. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 ( $\leq 0,05$ ) maka hipotesis diterima. Berdasarkan output dari SPSS nilai t tabel adalah senilai 2,000247 dan nilai t hitung sebesar 3.454 lebih besar dari t tabel maka dapat disimpulkan bahwa H5 diterima yang menyatakan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah unit semangka.

d. Koefisien Determinasi

**Tabel 4.17**  
**Hasil uji determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 <sub>a</sub>	.451	<b>0,412</b>	.36832

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai R<sup>2</sup> (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,412 setara dengan 41,2 %. Hal ini berarti bahwa sebesar

41,2% terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka. dipengaruhi variabel penelitian. Sisanya 58,8 % lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.

### **c. Pembahasan**

#### **6. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Tempat Pembiayaan.**

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa budaya, sosial, pribadi dan psikologis bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah . Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil uji F yang diketahui nilai probabilitas signifikansi (sig) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil perbandingan dan F hitung diketahui F tabel untuk penelitian ini dengan jumlah variabel bebas 4 variabel, dan jumlah sampel sebanyak 62 maka dapat ditentukan F tabel = (k ; n-k) = (4: 62-4) = (4:58) dalam F tabel nilai nya adalah sebesar 2, 53. Dapat diketahui F hitung > F tabel dengan nilai 11,688 > 2,53.

Dalam uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 41,2 % menyatakan bahwa budaya, sosial, pribadi, psikologis bersama-sama mempengaruhi keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sedangkan sisanya 58,8 % dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Menurut Kotler Keputusan mengambil kredit dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.<sup>69</sup> Dalam hal faktor budaya, semakin kuatnya budaya maka seseorang akan lebih terdorong untuk menjadi nasabah pegadaian syariah. Faktor budaya meliputi kultur, subkultur, dan kelas sosial. Mengenai faktor sosial, jika seseorang memiliki interaksi sosial yang baik, maka ia akan terdorong untuk memutuskan menjadi nasabah pegadaian syariah. Faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Apabila semua faktor tersebut berkontribusi bersama-sama, maka seseorang akan semakin terpengaruhi untuk menjadi nasabah pegadaian syariah.. Adapun dalam penelitian ini, faktor budaya, sosial, dan pribadi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit sehingga teori ini terbukti. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Dian Puspitarini, Dwita Darmawati , dan Setyani Sri Haryanti. Hasil penelitian Dian Puspita Rini yang menunjukkan bahwa Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 72,008 lebih besar dari F tabel 2,46 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Adapun hasil penelitian Setyani Sri Haryanti menunjukkan bahwa variabel Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan Pengalaman

---

<sup>69</sup> Kotler, Philip. & Gary Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Ketujuh. (Jakarta: PT. Prenhallindo 1997).h73-181

secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Kredit di Koperasi Prana Jati .<sup>70</sup>

#### **7. Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Tempat Pembiayaan.**

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih menjadi nasabah pegadaian syariah . Hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi (sig) sebesar 0,050 kurang atau sama dengan 0,05. Berdasarkan output dari SPSS nilai t tabel adalah senilai 2,000247 dan nilai t hitung sebesar 2.001 lebih besar dari t tabel. Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua bahwa “Faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah sebagai tempat pembiayaan.

Menurut Kotler faktor pertama yang mempengaruhi perilaku pembelian adalah faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup>Dian Friantoro. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta. Kabupaten Pandeglang 2016.

<sup>71</sup> Kotler, Philip. & Gary Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Ketujuh. (Jakarta: PT. Prenhallindo 1997).h. 183

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putra Saguh Prayoga dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Proses keputusan pembelian Mie Instan Merek Sedaap (Studi Kasus Mahasiswa yang Kost di Lingkungan Kampus USU)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian mie instan merek Sedaap oleh mahasiswa yang kost di lingkungan kampus USU. Hasil ini dapat dilihat pada analisis Regresi Berganda dengan koefisien Determinasi ( $R^2$  sebesar 45,8% yang berarti bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian mie instan merek Sedaap oleh mahasiswa yang kost di lingkungan kampus USU sebesar 45,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### **8. Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Tempat Pembiayaan.**

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih menjadi nasabah pegadaian syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi ( $\text{sig}$ ) sebesar 0,201 lebih besar dari ( $\alpha$ ) alpha 0,05. Berdasarkan output dari SPSS nilai  $t$  tabel adalah senilai 2,000247 dan nilai  $t$  hitung sebesar 1.293 lebih kecil dari  $t$  tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  ditolak yang menyatakan faktor Sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah unit semangka.

Menurut Kotler faktor kedua yang memengaruhi perilaku pembelian adalah faktor sosial. Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama.<sup>72</sup> Faktor sosial terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Keluarga memegang peranan penting dalam memengaruhi proses pengambilan proses keputusan pembelian, kebiasaan yang dilakukan di dalam suatu keluarga akan dibawa ke dalam kegiatan sehari-hari.<sup>73</sup>

Pada penelitian ini faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih pegadaian syariah srbagai tempat pembiayaan terbukti dengan nilai probabilitas signifikansi variabel sosial memiliki nilai diatas 0,05.

#### **9. Pengaruh Pribadi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Tempat Pembiayaan.**

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahawa pribadi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih menjadi nasabah pegadaian syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi (sig) sebesar 0,938 lebih kecil dari ( $\alpha$ ) alpha 0,05. Berdasarkan output dari SPSS nilai t tabel adalah senilai 2,000247 dan nilai t hitung sebesar 0,078 lebih kecil dari t tabel , maka dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak yang menyatakan faktor Pribadi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah unit semangka.

---

<sup>72</sup> Kotler, Philip. & Gary Amstrong. *Dasar...h.* 184

<sup>73</sup> Kotler, Philip. & Gary Amstrong. *Dasar...h.* 184

Menurut Kotler faktor ketiga yang memengaruhi perilaku pembelian adalah faktor pribadi. Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor pribadi terdiri dari: usia dan tahap siklus, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Proses keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh usia, pekerjaan dan gaya hidup di mana masing-masing memberikan kontribusi yang saling mendukung bagi konsumen untuk menetapkan proses keputusan pembelian suatu produk.<sup>74</sup>

Contohnya konsumen dengan usia produktif dan memiliki penghasilan menengah ke atas akan memiliki gaya hidup yang berbeda dengan konsumen berpenghasilan menengah ke bawah hal tersebut akan memengaruhi proses keputusan pembelian produknya, semakin tinggi penghasilan dan gaya hidupnya, maka akan semakin besar proses keputusan pembelian produknya dan sebaliknya.<sup>75</sup>

Pada penelitian ini faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih pegadaian syariah srbagai tempat pembiayaan terbukti dengan nilai probabilitas signifikansi variabel sosial memiliki nilai diatas 0,05 yaitu senilai 0.938

#### **10. Pengaruh Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Tempat Pembiayaan.**

---

<sup>74</sup> Kotler, Philip. & Gary Amstrong. *Dasar...h.* 184

<sup>75</sup> Kotler, Philip. & Gary Amstrong. *Dasar...h.* 187

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih menjadi nasabah pegadaian syariah Hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi (sig) sebesar 0,002 lebih kecil dari ( $\alpha$ ) alpha 0,05. Berdasarkan output dari SPSS nilai t tabel adalah senilai 2,000247 dan nilai t hitung sebesar 3.454 lebih besar dari t tabel maka dapat disimpulkan bahwa H5 diterima yang menyatakan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pegadaian syariah unit semangka.

Menurut Kotler faktor keempat yang memengaruhi perilaku pembelian adalah faktor psikologi. Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh masa lampau atau antisipasinya terhadap waktu yang akan datang. Faktor psikologi meliputi: motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki, tingginya keyakinan akan produk, serta ketegasan sikap dan kejelasan motivasi dalam memenuhi kebutuhannya terhadap suatu produk maka akan semakin besar proses keputusan pembelian produk tersebut. Motivasi yang ada pada diri setiap orang mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhannya. Mula-mula seseorang mencoba untuk memuaskan kebutuhan yang paling penting, jika sudah terpuaskan maka kebutuhan tersebut tidak lagi menjadi motivator dan kemudian orang tersebut akan mencoba memuaskan kebutuhan paling penting lainnya. Persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih,

mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia. Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana orang tersebut bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi. Melalui tindakan dan pembelajaran, orang akan mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya ini, pada waktunya dapat memengaruhi tingkah laku membeli. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan didasarkan pada pengetahuan yang sebenarnya, pendapat atau kepercayaan dan mungkin menaikkan emosi atau mungkin tidak.<sup>76</sup>

Hasil perhitungan diatas berarti bahwa psikologis memiliki kontribusi dalam mempengaruhi keputusan masyarakat kat memilih menjadi nasabah pegadaian syariah Hal itu dikarenakan masyarakat mendapat dorongan dari dalam diri masyarakat itu sendiri seperti halnya motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan atau sikap. Hal tersebut dibuktikan dengan fakta dilapangan ketika masyarakat mengisi kuesioner yang indikator pribadi dengan nilai yang tinggi.

Kebahagiaan merupakan tujuan utama manusia dalam kehidupan manusia. Kebahagiaan itu akan di capai apabila segala kebutuhan hidup dapat terpenuhi baik secara spiritual serta material, dalam jangka pendek maupun panjang. Terpenuhinya akan menempatkan manusia berada dalam suatu keadaan yang disebut sebagai sejahtera. Faktor - faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh

---

<sup>76</sup> Kotler, Philip. & Gary Armstrong. *Dasar...h.* 184

pemasar, tetapi harus benar benar diperhitungkan. Faktor-faktor tersebut adalah: pertama, faktor kebudayaan.<sup>77</sup>

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli. Kultur adalah penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya akan dituntun oleh naluri. Sedangkan manusia biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan sekitar, sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku seseorang yang tinggal di daerah tertentu akan berbeda dengan orang yang tinggal di daerah lain. Sub-kultur merupakan lebih kecil di banding kultur yang memiliki etnis yang lebih khas. Sedangkan kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.

Kedua, faktor sosial perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen tersebut. Kelompok ini sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan, sehingga pemasar harus sangat memperhatikan faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran. Kelompok ini bisa dibedakan menjadi dua yaitu kelompok primer dan kelompok rujukan. Kelompok primer terjadi karena interaksi secara intensif, seperti keluarga dan teman. Kelompok ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan atau tatap muka atau tidak langsung

---

<sup>77</sup> Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel, Surabaya* vol. 01, No. (01, Juni 2011)

dalam pembentukan sikap seseorang. Faktor sosial yang lain adalah peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.<sup>78</sup>

Ketiga, faktor pribadi. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri pembeli yang bersangkutan. Daur hidup berkaitan dengan siklus hidup seseorang. Tahapan-tahapan dalam hidup psikologi berhubungan dengan perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidup. Jabatan mengidentifikasi kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata. Keadaan tertentu ini tidaklah lain adalah pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabung, harta, dan aktivitas meminjam. Gaya hidup adalah pola hidup yang diekspresikan oleh minat, pendapatan, kegiatan yang semua itu tidak akan lepas dari interaksi dengan lingkungannya. Konsep diri adalah karakteristik psikologis yang berbea dari setiap yang memandang respon terhadap lingkungan yang konsisten.

Keempat, faktor psikologis. Seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik ataupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima lingkungan.

---

<sup>78</sup> Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel, Surabaya Maliyah* vol. 01, No. (01, Juni 2011)

Sedang faktor psikologis yang utama adalah motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.<sup>79</sup>

Sekarang ini sudah banyak lembaga keuangan syariah yang dapat menjadi problem kita untuk berinvestasi ataupun melakukan usaha ataupun terdapat kejadian tidak diduga yang memerlukan uang banyak seperti sakit atau biaya sekolah. Maka dengan lembaga keuangan syariah dapat menjadi solusi untuk meminimalisir terjadinya riba.<sup>80</sup>

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis mempengaruhi keputusan memilih pegaaian syariah sebagai tempat pembiayaan merupakan pemenuhan kebuhan hidup baik secara ekonomis maupun religius karena engan menggunakan produk syariah sesuai dengan hati nurani bahwasannya menjauhi riba dari kehidupan ini akan mendapatkan ketentraman hati.

---

<sup>79</sup> Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel, Surabaya Maliyahvol. 01, No. (01, Juni 2011)*

<sup>80</sup> Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel, Surabaya Maliyahvol. 01, No. (01, Juni 2011)*

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang dilakukan terkait Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Bengkulu Unit Semangka. maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F pada penelitian dapat diketahui nilai probabilitas signifikan adalah  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai  $R^2$  (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,412 setara dengan 41,2 %. Hal ini berarti bahwa sebesar 41,2% terhadap keputusan masyarakat memilih Pegadaian Syariah Bengkulu Unit Semangkadipengaruhi variabel penelitian. Sisanya 58,8 % lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.
2. Berdasarkan hasil regresi diketahui nilai signifikansi Variabel Budaya (X1) sebesar  $0,05 ( \leq 0,05 )$  maka dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka.

3. Berdasarkan hasil regresi diketahui nilai signifikansi Variabel Sosial (X2) sebesar  $0,201 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang menyatakan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka.
4. Berdasarkan hasil regresi diketahui nilai signifikansi Variabel Kepribadian (X3) sebesar  $0,938 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak yang menyatakan pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka.
5. Berdasarkan hasil regresi dapat diketahui nilai signifikansi Variabel Psikologis (X4) sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H5 yang menyatakan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan terhadap hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak pegadaian syariah mahasiswa dan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Pegadaian .

Faktor budaya dan psikologis yang mempengaruhi keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah perlu dipertahankan karena dapat kita lihat budaya berpengaruh secara individual terhadap

keputusan maka indikator budaya, sub budaya dan kultural di daerah tempat nasabah tinggi terhadap kegiatan pembiayaan kepada pegadaian syariah.

2. Bagi Peneliti Peneliti selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang mempengaruhi keputusan masyarakat memilih pegadaian syariah Bengkulu unit Semangka. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain misalnya metode wawancara secara mendalam terhadap nasabah mengambil sampel yang lebih banyak sehingga informasi dapat lebih mewakili atas apa yang terjadi di lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghonitri Bodroastut, *The Influence Of Factor Of Cultural, Social, Personality And Psychology On Customer Behavior Studies In Real Estate Main Griya Banjardowo Semarang*.2015.
- Anggun Vika *Pengaruh Pendapatan Pegadaian, Harga Emas, Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Indonesia Tahun 2005-2015)* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.2017
- Asnaini,Dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi*.Bengkulu:Fakulats Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Bengkulu.2016.
- Dahlan Siamat,*Manajemen Lembaga Keuangan,"Kebijakan Moneter Dan Perbankan*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.2005.
- Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Cet.Ke-2*, Semarang: Toha Putra, 1998.
- Djamil, Fahthurrahman *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori Dan Konsep* . Jakarta : Sinagrafika.2013.
- Friantoro.Dian,*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri*.Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta. Kabupaten Pandeglang.2016.
- Ghofur, Anshori, Abdul. *Gadai Syariah Di Indonesia*. Rev.ed. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press. 2011.
- Ghoni, Abdul dan Tri Bodroastuti , *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala1)Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya ManggalaJalan Sriwijaya No. 32 & 36 Semarang 50242
- Gibson , *Organisasi*,.Jakarta:Erlangga.2010.
- Hadijah. Siti, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar* .Junal:Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, IndonesiaVol: 5 No: 1 Tahun: 2015.

- Kasmadi, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung :Alfabeta ,2014) .  
hal.87 Imam Ghozali, *Aplikasi Analiis Multivariate Dengan Program Spss*, Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2005.
- Kotler, Philip *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Pt.Indeks, 2005.
- Kotler, Philip. & Gary Amstronng. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Ketujuh.  
Jakarta: PT. Prenhallindo 1997.
- Maimunah, Siti, "Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square" Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Semarang . 2017.
- Mcleod, Raymond Geogre P. Schell, *Sistem Informasi Manajemen* , Jakarta : Indeks .2010.
- Nany, Roedjinar, *Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Jawa Pada Rumah Makan Inggil Malang"* Jurnal eksekutif, Vol 3 Nomor 3 Desember 2006.
- Nugroho J. Setiadi. *Perilkau Konsumen*. Jakarta: Kencana. 2015.
- Nugroho J. Setidi, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2003.
- Pratiwi, Ketut Indah dan Kastawan Mandala , *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta* . E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 11, 2015: 3619 - 3645 ISSN : 2302-8912  
2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia 3619
- Prayitno, Dwi, *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan Spss*. Yogyakarta :Mediakom, 2013.
- Profil Pegadaian Syariah. <https://www.pegadaiansyariah.co.id/>, diakses pada tanggal 27 Februari 2020.
- Rivai, Veithzal Dkk. *Principle Of Islmic Finance Atau Dasar-Dasar Keuangan Islam* . Yogyakarta : Bpfe. 2012.
- Sharif Dziauddin, Dkk, "The Improvement Of Ar-Rahn (Islamic Pawn Broking) Enhanced Product In Islamic Banking System." (International Journal Centre Of Islamic Thought And Understanding, Mara University Of Technology, Malaysia. Vol. 9, No. 2; 2013.
- Stiawan, Evan, *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Samudra Biru. 2018.

Sudardjat, Meilinda Sari Ilyda “*Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan*” . Medan, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan: Vol.1, No.2, Januari 2013.

Supriyadi,Edi.*Spss+Amos*,Jakarta: In Media,2014.

Taufiq Al Idrus, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn Di Pegadaian Syariah Ar Hakim Medan Dengan Cabang Metode Borda Universitas Sumatera Utara*.(Skripsi. Departemen Ekonomi Pembangunan Utararepositori Universitas Sumatera 2018.

Widarjono,*Regression Specification Error Test RESET* .2009.

Zuhri, M. *Riba Dalam Al- Qur'an Dan Masalah Perbankan*.Jakarta: P.T Raja Grafindo Persada, 1996.

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**

## **KUESIONER**

### **PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, KEPERIBADIAN DAN PSIKOLOGIS MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PEGADAIAN SYARIAH UNIT SEMANGKA**

#### **Petunjuk Umum**

Survei ini adalah salah satu media untuk mengetahui Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian Dan Psikologis Masyarakat Terhadap Keputusan Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mendapatkan persepsi masyarakat nasabah pegadaian syariah unit semangka terhadap lembaga keuangan tersebut sehingga memutuskan untuk bekerja sama dengan pegadaian syariah. Kerja sama bapak/ibu/sdr dalam memberikan masukan yang jujur dan apa adanya akan membantu studi ini untuk dapat memotret dan mengetahui situasi dan kondisi secara obyektif.

Sebelum mengisi mohon dibaca dengan seksama petunjuk pengisian. Pastikan bapak/ibu/sdr mengerti dengan baik petunjuk pengisian tersebut sebelum memulai mengisi kuesioner ini. Jawablah apa adanya sesuai dengan persepsi dan informasi yang bapak/ibu/sdr miliki selama ini. Identitas responden akan dirahasiakan oleh pihak peneliti sehingga hanya peneliti yang memegang data identitas. Info yang diambil oleh peneliti ini hanya untuk riset.

Bengkulu, Mei 2020  
Peneliti

Elviana Fironika  
Nim. 1611140173

**Mengetahui**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Andang Sunarto, Ph.D**

NIP. 19761124200641002

**Yenti Sumarni, M.M**

NIP.197904162007012020

### **A. Identitas Responden**

1. Nama : .....
2. Alamat : .....
3. Jenis kelamin :  Laki-laki       Perempuan
4. Usia : .....
5. Status pernikahan :  Lajang     Jenikah     Duda/Janda
6. Pekerjaan : .....
7. No. Telp/Hp : .....
8. Sudah berapa lama menjadi nasabah Pegadaian Syariah Unit Semangka ?

### **B. Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian Dan Psikologis Masyarakat Terhadap Keputusan Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka**

Pernyataan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis mempengaruhi keputusan memilih pegadadian syariah sebagai lembaga keuangan tempat pembiayaan. Berilah tanda (√) pada angka/skala yang sesuai dengan pendapat anda. Penjelasan angka/skala adalah sebagai berikut:

1= Sangat Tidak Setuju (STS)      3 = Netral (N)      5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pertanyaan	Skala				
	Faktor Budaya	S	S	N	S	TS
	a. Apakah budaya dilingkungan sekitar anda sering melakukan pembiayaan pada pegadaiansyariah dan hal tersebut memicu anda memutuskan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah ?					
	b. Kemudahan dalam mengakses pegadaian syariah unit semangka mempengaruhi anda memutuskan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah?					
	c. Pendapatan yang anda miliki saat itu tidak mencukupi sehingga anda memutuskan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah?					
	d. Anda mengetahui tentang lembaga keuangan formal dan tata cara nya dan pada akhirnya anda memutuskan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah?					

Sumber:

1. Tri Eva Fafianti, Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Lebih Dari Satu Operator . Ponorogo, April 2016.

2. Dian Friantoro, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang. 2016.

2	Faktor Sosial	Skala				
		S	S	N	T	S
	a. Teman atau tetangga anda menjadi menjadi nasabah pegadaian syariah menjadi referensi anda.					
	b. Keluarga menyarankan untuk menjadi nasabah pegadaian syariah.					
	c. Status anda dalam keluarga atau rumah tangga mengharuskan anda untuk meminjam dana kepada rentenir.					

Sumber:

1. Dian Friantoro, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang. 2016.
2. Ali Mustakim, Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Suriyah Cabang Semarang.2019

3	Faktor Pribadi	Skala				
		S	S	N	T	S

		S			S	TS
	a. Usia anda saat ini lebih memungkinkan untuk melakukan pembiayaan pada Pegadaian Syariah.					
	b. Pekerjaan anda yang sedang anda jalani saat ini, masih belum mencukupi sehingga mengharuskan melakukan pembiayaan pada Pegadaian Syariah.					
	c. Keadaan ekonomi anda dari segi pendapatan dan pengeluaran untuk menyeimbangkannya mengharuskan melakukan pembiayaan pada Pegadaian Syariah..					
	d. Anda menjadi nasabah pegadaian syariah untuk mendukung gaya hidup.					

Sumber :

1. Dian Friantoro, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang. 2016.
2. Ali Mustakim, Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Suriyah Cabang Semarang.2019
- 3.

	Faktor Psikologis	Skala				
		S	S	N	T	S
		S			S	TS

a. Kebutuhan hidup anda saat ini sangat membutuhkan dana dari pegadaian syariah					
b. Anda menjadi nasabah pegadaian syariah untuk kebutuhan mendesak.					
c. Menurut anda pegadaian syariah sama saja dengan lembaga keuangan Formal					
d. Setiap memutuskan menjadi nasabah mendapatkan pembelajaran tentang apa yang telah dilakukan					
e. Anda mempercayai bahwa menjadi nasabah pegadaian syariah lebih aman dan Nyaman.					

Sumber :

1. Dian Friantoro, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang. 2016.
2. Ali Mustakim, Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Suriyah Cabang Semarang.2019

Keputusan	Skala				
	S	S	N	T	S
a. Melalui Pegadaian syariah memenuhi kebutuhan dalam memperoleh dana.	S			S	TS

b. Informasi tentang Pegadaian syariah mudah diperoleh dari teman, tetangga, maupun keluarga.					
c. Pegadaian syariah alternatif paling tepat dalam memperoleh dana.					
d. Anda memilih Pegadaian syariah sebagai tempat yang tepat untuk pendanaan.					
e. Anda akan tetap menjadi nasabah Pegadaian syariah					

Sumber :

1. Dian Friantoro, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada Kp-Ri Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang. 2016.
2. Ali Mustakim, Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Suriyah Cabang Semarang. 2019
3. Tri Eva Fafianti, Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Lebih Dari Satu Operator . Ponorogo, April 2016.

SURAT PERNYATAAN IZIN PENELITIAN

Nomor : 392/60714.00/2020

Sehubungan dengan surat Nomor 070/707/B.Kesbangpol/2020 tentang Permintaan Izin Penelitian, maka yang tercantum di bawah ini :

Nama : ELVIANA FIRONIKA  
Pekerjaan : MAHASISWA  
NIM : 1611140173  
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Telah diberikan izin untuk melakukan Penelitian di PT Pegadaian (Persero) Syariah CPS Simpang Sekip, UPS Semangka.

Demikian pernyataan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya terima kasih.  
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bengkulu, 30 JUNI 2020

Pemimpin Cabang

  
**Pegadaian**  
BABAK SUSYANTO, Syariah  
NIK.P.82690

PT. Pegadaian (Persero) Syariah Kantor Cabang Simpang Sekip

Jln. S. Parman No. 20, Kel. Penurunan

Kec. Ratu Samban, Kota Bengkulu

T +62736 347767

F +62736 347767

www.pegadaian.co.id

**SURAT KETERANGAN**  
No. 586/60714.00/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Babara Susyanto  
Jabatan : Kepala Pimpinan Cabang  
Unit Kerja : Pegadaian Syariah Cabang Simpang Sekip

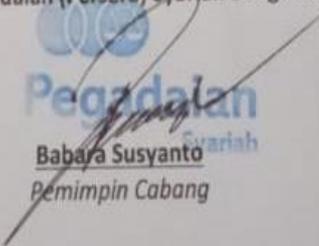
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Elviana Fironika  
NIM : 1611140173  
Asal Univ : IAIN Kota Bengkulu  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah Melakukan Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Simpang Sekip mulai 30 Juni sampai dengan 03 Agustus 2020 untuk memperoleh data guna penyusunan tugas akhir skripsi dengan judul **"PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, KEPERIBADIAN DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMILIH PEGADAIAN SYARIAH UNIT SEMANGKA"**.  
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan semestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu  
Pada tanggal 14 September 2020M  
1440H

PT. Pegadaian (Persero) Syariah Bengkulu

  
**Pegadaian**  
Syariah  
**Babara Susyanto**  
Pemimpin Cabang

PT. Pegadaian (Persero) Syariah Kantor Cabang Simpang Sekip

Jln. S. Parman No. 20, Kel. Penurunan

Kec. Ratu Samban, Kota Bengkulu

T +62736 347767

F +62736 347767

www.pegadaian.co.id



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 30211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimil (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

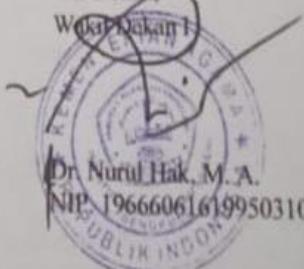
Nomor : 0216/In.11/F.IV/PP.00.9/02/2020 Bengkulu, 04 Februari 2020  
Lampiran : -  
Perihal : Penelitian Pendahuluan

Kepada Yth,  
Bapak/Ibu Pimpinan Pegadaian Syariah  
Kota Bengkulu  
di -  
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.  
Menindaklanjuti surat permohonan mahasiswa:  
Nama : Elviana Fironika  
NIM : 1611140173  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/ Perbankan Syariah

Maka dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu memohon bantuan Bapak/ Ibu untuk memberikan data yang dibutuhkan, dalam rangka penyelesaian tugas akhir/skripsi mahasiswa tersebut. Adapun judul tugas akhir/skripsi: **"Pengaruh Budaya, Sosial Kepribadian, Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah"**  
Demikianlah, atas perhatian dan kerjasama Bapak/ Ibu diucapkan terima kasih.

Mengetahui  
An. Dekan  
Wakil Dekan I

  
Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP. 1966606161995031002  




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Hutan Batu Pagar Desa Kuta Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 511278-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor: 0464/In.11/F.IV/PP.00.9/03/2020

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Andang Sunarto, Ph.D  
NIP. : 197611242006041002  
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Yenti Sumarni, M. M.  
NIP. : 197904162007012020  
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

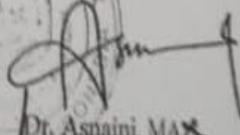
- N A M A : Elviana Fironika  
NIM : 1611140173  
JURUSAN : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, dan Psikologis Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 20 Maret 2020

Dekan,

  
Dr. Asnaini, MA  
NIP. 197304121998032003

aman:

Vakil Rektor I  
Dosen yang bersangkutan;  
Mahasiswa yang bersangkutan;  
Anip.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Radin Falah Puguh Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

20 Januari 2020

Nomor : 0089/In.11/F.IV/PP.00.9/02/2020  
Sifat : Biasa  
Perihal : Jadwal Seminar Proposal

Yth.  
Ibu Yenti Sumarni, M.M  
di  
Bengkulu

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Sehubungan akan dilaksanakan Seminar  
Proposal bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tahun 2020,  
dengan ini kami sampaikan bahwa:

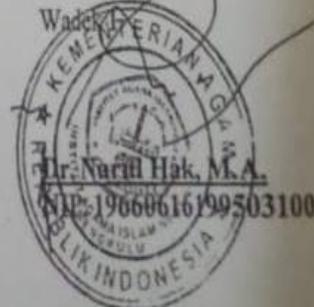
Nama Mahasiswa : Elviana Fironika  
NIM : 1611140173  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Proposal : Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Psikologis Terhadap  
Keputusan Masyarakat Bumi Ayu Memilih Pengadaan Syariah Unit  
Bumi Ayu

Untuk dilaksanakan Seminar Proposal pada:

Hari/Tanggal : Kamis/23 Januari 2020  
Waktu : 08.00 s.d. 09.00 WIB  
Tempat : Ruang Ujian P3

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
An. Dekan  
Wadek





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0738) 51276-51171-51172-53875 Faksimil (0738) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : 23 Januari 2020  
Nama Mahasiswa : ELVIANA FIRONIKA  
NIM : 1611140133  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Dan Psikologis Terhadap keputusan Masyarakat Menikah Pergeseran Syariah Unit Sarangka	 Elviana Fironika	 Yenni Satori, M.M.

Mengetahui,  
n. Dekan  
akil Dekan I,  
  
Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP 196606161995031003

Catatan:  
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola  
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : ELVIANA FIRONIKA  
 NIM : 181140173  
 Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
	latar belakang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tambahkan volume masalah dalam latar belakang</li> <li>- detail paparan masalah masalah penelitian</li> <li>- contoh wawancara.</li> </ul>
	rumusan teori	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sertakan rumus atau indikator dari teori yang di gunakan.</li> </ul>
	metode penelitian	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jenis kualitatif yaitu jenis kualitatif naratif dan juga wawancara dengan mendalam.</li> <li>- alasan memilih teori penelitian</li> <li>- sertakan paparan dari rumusan masalah</li> </ul>

Bengkulu,  
 Penyeminar,

Yanti Sumartono  
 Yanti Sumartono



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu  
 Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : Elviana Fironika  
 NIM : 1611140123  
 PRODI : PBS  
 SEMESTER : VII

JUDUL YANG DIAJUKAN :

- Pengaruh budaya sosial kemasyarakatan Psikologi Terhadap keputusan masyarakat memilih Pengabdian Sosial UMB Bumiara
- Pengaruh Financial leverage Pada Profitabilitas terhadap laba di Perusahaan Syariah
- 

II. PROSES KONSULTASI

a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan

Pengelola Perpustakaan

DEBBY Ariansandi, MBA

d. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan 1. Jelaskan dalam latar belakang masalah penelitian yang akan digunakan secara  
 2. Apa batasan masalah penelitian yang akan pada

Pembimbing Akademik

Yosy Ariansandy, MM

c. Konsultasi dengan Kaprodi

Catatan lengkap indikator dalam setiap variabel

Kaprodi

Yosy Ariansandy, MM

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, judul yang diusulkan adalah :

Bengkulu,

Mengetahui

Kajur

Desi Isnaini, MA

NIP 19741202 2006042061

Mahasiswa

Elviana Fironika



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu  
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax: (0376) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elviana Fironika Program Studi : Perbankan Syariah  
Nim : 1611140173 Pembimbing II : Yenti Sumarni, MM  
Judul Skripsi : Pengaruh Budaya, Social, Kepribadian, Dan Psikologis Terhadap  
Keputusan Masyarakat Memilih Pegadaian Syariah Unit Semangka

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	06 februari 2020	Bab I-III	-Perbaiki rumusan masalah -Perbaiki sistematika penulisan -Perbaiki size foto	Y
2	13 februari 2020	Bab I-III	-Dalam definisi operasional tambahkan setiap indikator sebanyak mungkin -Alasan yang mempengaruhi setiap indikator	Y
3	24 februari 2020	Bab I-III	-Perbaiki penulisan tabel -Perluas lagi penjabaran teknik analisis data	Y
4	28 februari 2020	Bab I-III	-Tentukan batasan masalah -Jelaskan hasil survei awal -Sesuaikan tujuan dengan rumusan masalah	Y
5	13 april 2020	Bab I-III	-Jelaskan lebih rinci lagi mengenai faktor, budaya, social, kepribadian dan psikologis pada bab I -Perbaiki populasi dan sampel	Y
6	15 april 2020	Bab I-III	-Buat angket/kuisisioner bentuk google form sesuai indikator penelitian	Y
7	20 april 2020	Bab I-III	ACC	Y
8	03 Juli 2020	Bab IV-V	-menjawab rumusan masalah pada pembahasan -Tambahkan teori pada pembahasan	Y
9	13 Juli 2020	Bab IV-V	-Hasil penelitian dianalisis dan dijabarkan lagi	Y

**LEMBAR SARAN TIM PENGUJI**

Nama : Elviana Fronika  
 NIM : 1611140137  
 Judul Skripsi : Pengaruh budaya, Sosial, kependudukan dan Psikologis thdpe kepuasan masyarakat melalui pengukuran sikap unit kesehatan

No	Tanggal	Masalah	Saran
1.	15-1-2021	latar belakang masalah ? ada apa dgn $X_1, X_2, X_3, X_4$ ?  Teknik sampling.  kerangka Analisis.  Adopsi saja tujuannya.	

Bengkulu, 16 Januari 2021

Penguji VII 

(Eta Sri Wahyuni, S.Pd)

NIP. ....

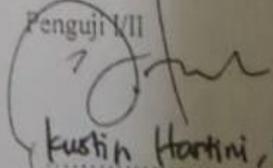
## LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama : Elvina Pranita  
 NIM : 611140137  
 Judul Skripsi : Laporan Budaya, Sosial, Keperawatan Dan Patologi terhadap  
 kegiatan kunjungan peneliti pengunjung seperti visit semangit

No	Tanggal	Masalah	Saran	Par
1	15-01-2021	- Pembahasan Staps.  Kemungkinan masalah (kemungkinan ada kata yang ekonomis atau penelitian kedokteran  - Analisis  Lampiran	Cek lagi pembahasan stapsnya apakah benar pembahasannya belum tepat. - tambahkan lagi  gambar penelitian kedokteran yang relevan tambahkan Analisis manajemen pada pembahasan serta ditanya hasil penelitian  Lampiran data Kuesioner dan tabel data dari google form.	

Bengkulu, 15 Januari 2021

Penguji VII



Kustini Hartini, MM

NIP