

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH LEMBAGA
PEMBIAYAAN (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-
Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu)**



SKRIPSI

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

OLEH :

ANGGUN SEPTIA PUTRI
NIM.1811140007

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO (UINFAS)
BENGKULU 2022 M/ 1443**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38221

Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksmail (0736) 51171-51172

Website : www.iain.bengkulu.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini yang ditulis oleh Anggun Septia Putri, NIM 1811140007, dengan Judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu)", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, 27 Mei 2022 M

Syawal 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Andang Sunarto, Ph.D

Rizky Hariyadi, M.Acc

NIP.197611242006041002

NIP.198711262019031004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu)”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UIN Fatmawati Sukarno 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 Tim Pembimbing.
3. Di dalam 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 pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juni 2022 M
Syawal 1443 H

swa yang menyatakan



Anggun Septia Putri
NIM 1811140007

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Yang utama dari segalanya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan baginda Rasulullah Muhammad SAW.
2. Kedua orang tuaku tercinta Herwan Efendi, sesosok lelaki yang begitu hebat, pantang menyerah yang ku panggil dengan sebutan kata indah yaitu Ayah, dan Yarmani (Almh), sesosok wanita yang begitu kuat dan penyayang yang selalu ku panggil dengan sebutan Ibu, mereka adalah sesosok orang tua yang begitu hebat yang telah membesarkan, mendidikku dengan penuh kasih dan cintanya, terima kasih atas semua perjuangan, pengorbanan, nasehat serta do'a yang selalu kalian panjatkan tiada hentinya untuk diberikan kepadaku selama ini.
3. Kakakku Herdiyanto, Meldawati S.Pd, Muhammad Zul Haji dan Sadam yang selalu memberikan doa, motivasi, nasehat serta menjadi penyemangat dalam perjuanganku selama ini.
4. Untuk Keponakanku Viona Melajifa, Januarta Edo Pratama, Kirana Aprilia Putri, Marselo Dwika Agillio dan Yudha Oktavian terima kasih telah memberikan semangat dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ayah Murna dan Ibu Nil Chairi terima kasih atas doa dan semua pengorbanan yang kalian berikan untukku.

6. Untuk semua keluarga baik dari pihak ayah maupun ibu yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan studiku.
7. Teruntuk partner dari awal kuliah hingga saat ini Darmawan Setiadi S.Pd terima kasih atas dukungan dan motivasi serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini terutama terima kasih telah menjadi tempat sekaligus pendengar keluh kesah selama ini.
8. Untuk saudariku Putri Marfhadella S.Pd terima kasih telah memberikan doa, semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Untuk sahabatku dari kecil hingga saat ini Nelpiyanti, Anisa Septiani, Mori Agustina, Chintiya Sriwahyuningsih, Valenhta Dewantry, Yolanda Wulandari, Rahma Afriani dan Indah Desmi Putri terima kasih atas dukungan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabatku Nurmeyda Lestari, Ferli Serliani, S.E, Gustian Siharta, Shi Badio, Rahmat Iqles dan Wilyandi yang selalu memberikan semangat, nasehat serta motivasinya dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
11. Fakultas tercinta Program Studi Perbankan Syariah, Bapak ibu dosen, staf dan karyawan terkhusus PBS A angkatan 18 yang telah memberikan dukungan dan support dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk Agama, bangsa, Negara dan Almamaterku Tercinta UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

(Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan)

“ Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa “

(Anggun Septia Putri)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu)**

penyusunan skripsi ini untuk memenuhi Salah Satu Syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Progrsm Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu. Dalam proses penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Zulkarnain Dali, M.Pd selaku Rektor UINFAS Bengkulu
2. Dr. H. Supardi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu
3. Yenti Sumarni, M.M selaku Kajur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu.
4. Debby Arisandi, MBA., Koordinator Prodi

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno
Bengkulu.

5. Andang Sunarto, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Rizky Hariyadi, M.Acc selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing dalam penyelesain skripsi ini.
7. Andi Harpepen, M.kom selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis
8. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
9. Terima kasih kepada kedua orang tuaku yang selalu memberikan do'a cinta dan kasih sayang kepada penulis, sehingga penulis dapat menulis skripsi yang merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana.
10. Kerabat, sahabat, teman-teman seperjuangan angkatan 2018, dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

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

Bengkulu 2022

Penulis

Anggun Septia Putri
1811140007

ABSTRAK

“ANALISIS FATOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH LEMBAGA PEMBIAYAAN (Studi Pada Koperasi Konsumen Al- Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu)”

Oleh Anggun Septia Putri

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor keputusan nasabah untuk memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu. Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif *Ex Post Facto* dengan teknik pengambilan sample yang digunakan *Non Probability Sampling*. Teknik analisis data menggunakan perhitungan analisis faktor dengan menggunakan program Spss versi 20 dengan teknik analisis *Bartlett's Test of Sphercity*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 4 variabel yang di analisa dengan model analisis faktor menjadi 3 variabel yang merupakan faktor-faktor yang menyebabkan keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan yaitu faktor budaya dengan hasil signifikan sebesar $0,579 > 0,5$, Faktor Pribadi dengan hasil signifikan sebesar $0,806 > 0,5$ dan Faktor Psikologis dengan hasil signifikan sebesar $0,583 > 0,5$. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu dapat dilihat pada hasil pengujian kesesuaian dengan metode *Bartlett Test Of Sphericity* dengan melihat nilai MSA dari masing-masing variabel sosial, budaya, pribadi dan psikologis. Faktor pribadi mempunyai nilai MSA (*measure of sampling adequency*) sebesar (0,804)

lebih besar dari nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) variabel lain yaitu sosial (0,181), Budaya (0,572), dan psikologis (0,578).

Kata Kunci: Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis.

ABSTRACT

“ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CUSTOMER DECISION IN SELECTING FINANCING INSTITUTION (Study On Al-Muawanah Syariah Consumer Cooperative UINFAS Bengkulu)”

By Anggun Septia Putri

The purpose of this study was to analyze the customer decision factors to choose a financing institution at the Al-Muawanah Syariah Consumer Cooperative UINFAS Bengkulu. The type of research used is the Ex Post Facto quantitative method with the sampling technique used is Non Probability Sampling. The data analysis technique uses factor analysis calculations using the SPSS version 20 program with the Bartlett's Test of Sphericity analysis technique. The results showed that from the 4 variables analyzed by the factor analysis model, there were 3 variables which were the factors that led to the customer's decision in choosing a financing institution, namely cultural factors with significant results of $0.579 > 0.5$, Personal factors with significant results of $0.806 > 0.5$ and Psychological Factors with a significant result of $0.583 > 0.5$. The most dominant factor influencing the customer's decision to choose a financing institution at the Consumer Cooperative Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu can be seen in the results of conformity testing with the Bartlett Test Of Sphericity method by looking at the MSA value of each social, cultural, personal and psychological variable. Personal factors have an MSA (measure of sampling adequacy) value (0.804) which is greater than the MSA (measure of sampling adequacy) value for other variables, namely social (0.181), cultural (0.572), and psychological (0.578).

Keywords: Cultural Factors, Personal Factors, Psychological Factors

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN.....	
PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	

A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Masalah	11
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Penelitian Terdahulu.....	13
G. Sistematika Penulisan	17

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori	19
1. Pengambilan Keputusan	19
2. Faktor Yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan	23
3. Pembiayaan	29

4. Koperasi	34
B. Kerangka Berpikir	36
C. Hipotesis Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Waktu dan Lokasi.....	39
C. Populasi dan Pengambilan Sampel	40
D. Sumber dan Teknik Pengambilan Data	42
E. Variabel dan Definisi Operasional	44
F. Instrumen Penelitian.....	45
G. Teknik Analisis Data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
1. Sejarah Berdirinya Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah	54
2. Visi dan Misi Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah	56
3. Produk dan Layanan Jasa Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah	56
4. Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah	58
B. Deskripsi Responden	58
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Nasabah.....	59
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	60
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	62
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	63
6. Deskripsi Responden Berdasarkan Banyaknya Menggunakan Produk Pembiayaan	64
7. Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Produk Pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah	65
C. Hasil Penelitian	66
1. Uji Kualitas Data	66
a. Uji Validitas	66
b. Uji Reliabilitas	67
2. Uji Asumsi Normal	68
a. Uji Normalitas	68
b. Uji Homogenitas	70
c. Uji Linearitas	71
3. Analisis Faktor	72
D. Pembahasan	82
1. Faktor-Faktor Keputusan Nasabah	82
a. Faktor Budaya	82
b. Faktor Pribadi	83
c. Faktor Psikologis	84
2. Faktor Yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah	86
BAB V PENUTUP	88

A. Kesimpulan	88
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Yang Melakukan Pembiayaan	8
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.1 Indikator Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah	28
Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Operasional	44
Tabel 3.2 Skala Likert	46
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Nasabah	59
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah	63
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Berapa Banyak Menggunakan Produk Pembiayaan	64
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Produk Pembiayaan	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Homogenitas	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas	71

Tabel 4.13 Uji Uji Kelayakan Seluruh Variabel Penelitian	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Kesesuain Individu Variabel Penelitian.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Kelayakan Seluruh Variabel Penelitian Setelah Variabel X1 Dikeluarkan	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Kesesuain Individu Variabel Penelitian Setelah Variabel X1 Dikeluarkan	76
Tabel 4.17 Jumlah Varians Setiap Variabel	77
Tabel 4.18 Total Varians Semua Variabel Penelitian.....	78
Tabel 4.19 Komponen Matrix	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Pengambilan Keputusan	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Form Pengajuan Judul
- Lampiran 2. Halaman Pengesahan Seminar Proposal
- Lampiran 3. Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 4. Catatan Perbaikan Seminar Proposal
- Lampiran 5. Surat Penunjukkan Pembimbing
- Lampiran 6. Surat K
- Lampiran 7. \eterangan Perubahan Judul
- Lampiran 8. Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 10. Lembar Kuesioner
- Lampiran 11. Tabel Tabulasi Faktor Sosial
- Lampiran 12. Tabel Tabulasi Faktor Budaya
- Lampiran 13. Tabel Tabulasi Faktor Pribadi
- Lampiran 14. Tabel Tabulasi Faktor Psikologis
- Lampiran 15. Uji Validitas
- Lampiran 16. Uji Reliabilitas
- Lampiran 17. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan adalah semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan perhimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan.¹ Keberadaan lembaga keuangan mempunyai peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Pentingnya peran lembaga keuangan sebagai salah satu pilar ekonomi dapat dilihat dari kebijakan pencairan dana pinjaman dalam usaha. Posisi lembaga keuangan sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian. Perkembangan lembaga keuangan Indonesia semakin marak ditandai dengan munculnya sejumlah lembaga keuangan syariah. Dilihat dari perkembangannya yang semakin pesat Indonesia merupakan negara yang memiliki lembaga keuangan syariah terbanyak di dunia, terbukti dengan hadirnya 33 bank, 46 lembaga asuransi, dan 17 *mutual fund* yang menganut sistem syariah pada tahun 2007.²

¹ Denisa Irawaty Nababan,dkk, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia Dalam Memilih Lembaga Keuangan Sebagai Sumber Pendanaan, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1 (6), 2013, h. 17

² Hesty Yulinda, Purna Lestari, and Rizal Hari Magnadi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap” 6 (2017): 1–11.

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip-prinsip islam berdasarkan alquran dan Hadist Rasulullah SAW. Dalam prakteknya lembaga keuangan syariah tidak adanya riba yang membebankan denda kepada debitur karena tidak membayar pinjaman ketika jatuh tempo. Sehingga lembaga keuangan syariah harus terbebas dari adanya praktek riba.³

Firman Allah SWT dalam surah QS. Al-Baqarah (2): (279)

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَئِنَّكُمْ
رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa lembaga keuangan syariah merupakan lembaga yang terhindar dari unsur riba dan berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi disektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Banyaknya

³ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2014).h.46

lembaga keuangan makro maupun mikro yang bermunculan ternyata belum mencapai kondisi maksimal . Hal tersebut bisa ditinjau dari banyaknya lembaga keuangan yang hanya mengejar target nasabah, sehingga tujuan pengembangan ekonomi masyarakat cenderung terabaikan sehingga lembaga keuangan syariah muncul dan menawarkan solusi atas permasalahan tersebut.⁴ Lembaga keuangan syariah yang muncul sebagai pembantu pengembangan ekonomi masyarakat menengah ke bawah ialah koperasi syariah.

Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang telah lama dikenal di Indonesia. “Pelopor pengembangan perkoperasian pada Indonesia yaitu Bung Hatta hingga saat ini dia sangat dikenal menjadi bapak koperasi Indonesia.” Bung Hatta mengatakan bahwa koperasi artinya badan usaha bersama yang berkecimpung dalam bidang perekonomian, dimana anggotanya bergabung secara sukarela atas dasar persamaan hak dan kewajiban melakukan suatu usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan para anggotanya.⁵

UU No.25 tahun 1992 tentang perkoperasian, pasal 4 disebutkan bahwa koperasi bertujuan memajukan

⁴ Nur Ghaziyatul Iffah and Dian Fatma Hadi, “Pemberdayaan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Melalui Interbank Network Sebagai Solusi Optimasi Perekonomian Nasional,” *Journal of Business & Banking* 7, no. 1 (2019).

⁵ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001).h.253

kesejahteraan anggota kepada khususnya dan warga umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945. Koperasi juga merupakan fungsi demografi sosial, sebab penggunaan jasa selalu menggunakan kerjasama, kegotongroyongan.⁶

Perwujudan dari usaha koperasi dalam meningkatkan perekonomian rakyat, dengan cara mengembangkan jenis koperasi lainnya yaitu koperasi yang berdasarkan prinsip syariah. Dalam pelaksanaannya didasarkan pada prinsip-prinsip syariah dan juga tidak melenceng dari aturan-aturan yang dibuat pemerintah. Dalam perusahaan atau lembaga, adanya produk berupa barang atau jasa yang ditawarkan adalah hal terpenting. Produk yang didapatkan atau ditawarkan pada pasar diperuntukkan bagi para konsumen yang membutuhkan. Begitu pula bagi lembaga keuangan syariah khususnya koperasi syariah. Koperasi syariah juga menawarkan produk-produknya berupa jasa keuangan, salah satunya adalah jasa pembiayaan.

Pembiayaan adalah suatu kegiatan pemberian pinjaman finansial yang terjadi akibat adanya kesepakatan

⁶Mulyadi Wibowo, "Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Koperasi Syariah," *Jurnal Dinamika Manajemen* 1, no. 1 (2013): 34–40.

dalam hal meminjam antara pihak debitur yakni perbankan atau lembaga keuangan non bank yang terkait dengan pihak kreditur dimana kreditur mempunyai kewajiban untuk melunasi pinjaman sesuai dengan ketentuan dan jangka waktu yang telah disepakati.⁷ Prinsip yang digunakan dalam pembiayaan adalah prinsip jual beli, bagi hasil dan sewa menyewa. Koperasi memberikan pembiayaan berupa modal kerja kepada masyarakat agar mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dan produktif sehingga dapat mengangkat perekonomian masyarakat menengah kebawah.

Berdasarkan ilmu ekonomi, pelaku ekonomi yang pertama kali diperkenalkan adalah konsumen (nasabah). Setiap konsumen memiliki pandangan yang berbeda-beda, sehingga mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Pengambilan keputusan menjadi konsumen (nasabah) adalah proses pengintegrasian yang memadukan pengetahuan dan mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dalam memilih salah satu diantaranya.

Keputusan konsumen (nasabah) adalah sikap seseorang untuk membeli (menggunakan) suatu barang atau jasa yang telah diyakini akan memberikan kepuasan dan kesediannya dalam menanggung risiko yang mungkin

⁷ Winter Pratama, Candra Wijayangka. Yudha, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Akses Pembiayaan Pada Umkm," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3, no. 2 (2019): 378–387.

ditimbulkan.⁸ Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan menjadi nasabah adalah perilaku akhir dari konsumen (nasabah).⁹ Keputusan konsumen disini adalah tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi untuk memilih, membeli dan memanfaatkan barang, jasa, gagasan serta pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan. Secara populer dapat dikatakan bahwa pengambilan keputusan berarti memilih sekian banyak alternative. Setiap orang tidak harus dipimpin, dalam membuat keputusan akan tetapi dampak keputusan yang akan ditimbulkan berbeda-beda ada yang sempit dan ada juga yang luas ruang lingkupnya yang terkena dampak atau pengaruh tersebut. Salah satu reaksi keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor lingkungan dimana konsumen tersebut berada. Keinginan, gaya hidup, keadaan ekonomi serta kebutuhan setiap individu yang berbeda-beda memberikan dampak terhadap perilaku konsumen.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini.¹⁰

⁸ Jazilatin Nazilah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bmt Nu Jawa Timur Cabang Lenteng" (2020): 52–81.

⁹ Kotler Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006).h.129

¹⁰ Monita Rahmarani, "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Faktor Sosial

Banyak faktor yang menyebabkan nasabah memilih suatu tempat pembiayaan misalnya karena pengalaman teman, saudara, atau karena lembaga keuangan mikro tidak terlalu banyak persyaratan rumit. Menurut Kotler faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Faktor kebudayaan dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi dipengaruhi oleh usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian konsep diri.

Sedangkan faktor psikologi dipengaruhi oleh motivasi, persepsi pembelajaran keyakinan dan sikap.¹¹

Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu adalah lembaga keuangan syariah yang berfungsi sebagai penerima dan penyaluran uang simpanan. Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah awalnya didirikan dengan tujuan untuk memanfaatkan peluang yang ada pada masyarakat kampus yang diantaranya dosen dan mahasiswa. Koperasi yang bersegmentasi kampus ini juga dapat memberikan bantuan bagi dosen yang membutuhkan masalah pendanaan.

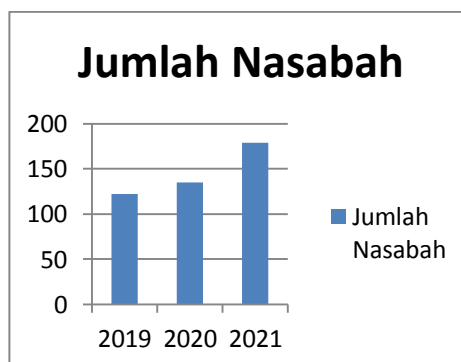
Pedagang Kecil Dalam Memilih Tempat Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Dan Bank Syariah Di Desa Gajah Mati, Kecamatan Sungai Rumbai, Kabupaten Mukomuko)” (IAIN Bengkulu, 2020).

¹¹ Susi Handayani, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Memilih Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Sumber Pembiayaan (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Simpang Limun Medan),” *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 1, no. 2 (2015): 98–112.

Namun demikian koperasi segmentasi kampus ini bukan hanya dibuka untuk masyarakat dilokasi kampus UINFAS saja tetapi Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah juga terbuka untuk umum. Fungsi lainnya yaitu pengelolaan keuangan terpadu, tidak hanya mengelola keuangan simpanan anggota, baik simpanan pokok atau simpanan wajib, melainkan juga mengelola tabungan dan pembiayaan dengan sistem syariah.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada bulan Januari 2022, nasabah yang melakukan pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Hal ini terlihat pada data berikut:

Tabel 1.1
Grafik Jumlah Nasabah Yang Melakukan Pembiayaan
Selama 3 Tahun Terakhir



Sumber: Laporan pertanggungjawaban pengurus dan pengelola Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah Tahun 2022¹²

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan nasabah yang melakukan pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah dari tahun 2019 berjumlah 122 dan mengalami peningkatan secara signifikan pada tahun 2021 sebanyak 179 nasabah yang melakukan pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan masyarakat akan kebutuhan modal juga meningkat. Masyarakat menyadari akan pentingnya keberadaan Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah dalam meningkatkan ekonomi baik untuk menyimpan atau melakukan pembiayaan. Ditengah banyak lembaga

¹²Laporan Pertanggungjawaban Pengurus Dan Pengelola Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah, 2022.

keuangan syariah yang ada. Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah memiliki banyak pilihan produk baik dari segi pembiayaan maupun segi penghimpunan dana (tabungan). Sehingga menarik nasabah dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah dan memilih produk koperasi tersebut.

Sebelum memutuskan mengambil produk pembiayaan pada suatu lembaga keuangan, orang akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai sistem pembayaran pada berbagai tempat. Membandingkan atribut-atribut pada lembaga keuangan seperti kemudahan sistem dan syarat pinjaman, proses pencairan yang cepat, karena lingkungan motivasi atau atribut lain yang akan menjadi bahan pertimbangan seseorang sebelum memutuskan mengambil keputusan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maksum dan Jazilatin Nazilah (2021) menunjukkan bahwa produk tabungan dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Sedangkan Penelitian Syukron Makmun (2015) menunjukkan bahwa citra tentang lingkungan, kelompok referensi kebutuhan nasabah pada situasi tertentu dan kepribadian berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. penelitian yang dilakukan oleh Susi Handayani (2015) menunjukkan bahwa faktor pribadi mempengaruhi keputusan konsumen

dalam memilih tempat pembiayaan sedangkan faktor sosial, psikologi dan faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih tempat pembiayaan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih lembaga pembiayaan terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian dan penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menentukan sikap ataupun keputusan untuk memilih Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu sebagai tempat pembiayaan. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu).**

B. Batasan Masalah

Pembatasan spesifik penelitian ini lebih fokus dan terarah penulis membatasi penelitian hanya pada Nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah

C. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga

pembiayaan?

2. Faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan?

D. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan
2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Menambah ilmu pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti, terutama mengenai tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai acuan yang membangun guna meningkatkan pengetahuan, wawasan dan sebagai pertambahan bahan ajar atau acuan dalam pelajaran.

c. Bagi Mahasiswa

- 1) Menambah wawasan dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.
- 2) Dapat menjadikan mahasiswa lebih kritis dalam memahami tentang permasalahan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

d. Bagi Pihak Koperasi Syariah

Dapat memberi informasi yang berharga bagi pihak koperasi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu

F. Penelitian Terdahulu

Studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai rujukan dalam mengembangkan materi yang ada

Tabel 1.2 Kesimpulan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Perbedaan Dalam Penelitian
1.	Rengganing Jatun dan Rizal Hari Magnadi/2015 (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Diponegoro)	Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada Jasa Layanan Syariah Pekalongan	.Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu <i>accidental</i> sampling. Variabel penelitian yang digunakan yaitu pengetahuan produk,, aktivitas promosi dan religiusitas.Perbedaan nya dengan penelitian yang penulis lakukan adalah terletak pada rumusan masalah, variabel dan objek penelitiannya.
2.	Mardiana /2019 (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)	Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Masyarakat Memilih Pembiayaan PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Kota Bengkulu	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor masyarakat memilih pembiayaan pada di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bengkulu, dan untuk mengetahui pandangan masyarakat tentang

			pembiayaan yang ada pada PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bengkulu dan untuk mengetahui faktor yang menyebabkan masyarakat mengajukan pembiayaan di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bengkulu. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis dari segi objeknya berbeda yang focus faktor-faktor menyebabkan usaha mikro yang mengajukan pembiayaan di koperasi syariah. Sedangkan pada penelitian sebelumnya pada PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bengkulu.
--	--	--	--

3.	Susi Handayani/ 2015 (Jurnal Akuntansi dan Bisnis)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruh i Keputusan UMKM Dalam Memilih Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Sumber Pembiayaan	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku konsumen dan kesulitan para pelaku UMKM mengakses lembaga keuangan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dari segi teknik analisis data yang digunakan dan objek penelitian.
	Maksimun Jazilatin Nazilah/2021	Faktor-Faktor Yang Mempengaruh i Keputusan Menjadi Nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Lenteng	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, produk, tabungan, bagi hasil dan penelitian ini merupakan studi dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang diteliti sebelumnya dari segi faktor yang diteliti dan jenis penelitian kuantitatif asosiatif.
	Ali Chamidun/2015	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruh	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor- faktor pelayanan,

		i Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Di BMT Barokah Magelang)	reputasi dan prosedur terhadap akses/minat UMKM mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode teknik Non Probability sampling. Yang membedakan penelitian yang diteliti penulis adalah terletak sari penentuan sampel, teknik analisis data dan faktor yang diteliti.
--	--	---	---

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan,, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batas penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan

BAB II : Kajian teori, berisi pembahasan umum tentang pokok bahasan yaitu pembiayaan, faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih tempat pembiayaan, lembaga keuangan, dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode penelitian yaitu berisi tentang jenis

dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sample, sumber teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengambilan Keputusan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Proses tersebut meliputi penganalisaan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian dan seleksi terhadap alternatif yang ada, keputusan untuk memilih, dan perilaku setelah pemilihan.¹

Menurut George R.Terry, pengambilan keputusan adalah memilih alternative perilaku dua tau lebih alternative yang ada, sedangkan James A.F Stoner mendefinisikan sebagai suatu proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.²

Dalam islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam ayat al-quran

¹ Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).h.83

² Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013).h.194

yang bersifat umum, artinya bisa dalam segala aktivitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam islam yang harus tegas dan adil dalam memutuskan perkara peradilan. Sebagaiman dalam QS. Ali-Imran (3): (159)

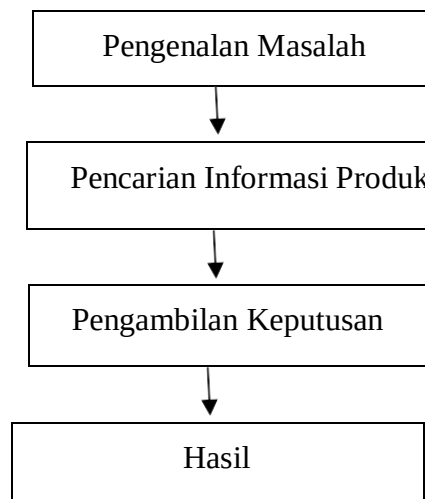
فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ
فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

b. Tahap Pengambilan Keputusan

Keputusan pembelian berkaitan dengan kegiatan dimana seorang konsumen memutuskan untuk mencari suatu produk atau jasa yang dia inginkan.

Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Tahap pengambilan keputusan³

Gambar 2.1 diatas menjelaskan secara ringkas bagaimana proses pengambilan keputusan oleh konsumen. Penjelasan tentang beberapa pendekatan yang digunakan konsumen ketika seseorang dihadapkan pada persolan pembelian produk. Tahap-tahap penting dalam pengambilan keputusan yaitu bagaimana konsumen mengenali permasalahan, atau kebutuhan suatu produk, pencarian informasi yang dilakukan konsumen berkaitan dengan produk yang terpilih.⁴

³ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revi. (Jakarta: Kencana, 2003).h.10-14

⁴ Fitri Eka Putri, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Di Pasar Modern

c. **Perilaku Konsumen**

Lound dan bitta menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa.⁵

Mangkunegara (dalam Susi Handayani, 2015: 105) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat di pengaruhi lingkungan.⁶

d. **Hubungan Antara Perilaku Konsumen Dengan Keputusan Menjadi Nasabah**

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah

BSD Dalam Pengambilan Keputusan Pada Lembaga Keuangan” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

⁵ Mulyadi, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013).h.194

⁶ Handayani, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Memilih Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Sumber Pembiayaan (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Simpang Limun Medan).”

pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

2. Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian tergolong menjadi tiga faktor yaitu pengaruh lingkungan, perbedaan individu, dan proses psikologis.

a. Pengaruh Lingkungan

Konsumen hidup dalam lingkungan yang kompleks sehingga perilaku keputusan konsumen dipengaruhi lingkungan antara lain budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.

b. Perbedaan Individu

Perbedaan individu merupakan faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi perilaku. Sikap individu memiliki kepribadian berbeda dan tidak ada manusia yang diciptakan sama. Ada lima hal yang menyebabkan konsumen berbeda yaitu: Sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap serta kepribadian.

c. Proses Psikologi

Dalam proses psikologis membentuk aspek motivasi, pelayanan, pembelajaran, kepercayaan dan sikap.⁷

Sedangkan Menurut Nugroho Setiadi keputusan pembelian juga di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

a. Faktor Budaya

1) Budaya

Budaya merupakan penentuan keinginan dan perilaku yang mendasar. Anak-anak mendapatkan nilai, persepsi dan perilaku dari keluarganya serta lembaga-lembaga penting lainnya.

2) Sub Budaya

Sub budaya meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok ras dan daerah geografis yang serupa.

3) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian kelompok masyarakat yang relative permanen dan relative teratur dimana anggota-anggoatnya memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak

⁷ Engel. et.al. J.F, *Perilaku Konsumen (Terjemahan Jilid 1)* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994).h.60

ditentukan oleh satu faktor saja seperti pendapatan namun diukur berdasarkan kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kesehatan dan lainnya.

b. Faktor Sosial

1) Kelompok Acuan

Perilaku konsumen banyak dipengaruhi oleh kelompok-kelompok kecil. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung dan tempat seseorang berada disebut kelompok keanggotaan. Sebaliknya, kelompok acuan berfungsi sebagai titik pembanding atau acuan secara langsung maupun tidak langsung dalam pembentukan sikap atau perilaku seseorang.

2) Keluarga

Anggota keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. keluarga merupakan organisasi pembelian di masyarakat tempat konsumen berada yang paling penting, dan keluarga telah diteliti secara luas.

3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan

akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status, hakim mahkamah agung memiliki status yang lebih tinggi dari pada manajer penjualan dan manajer penjualan memiliki status yang lebih tinggi dari pada pegawai kantor. Orang-orang memiliki produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup; pekerjaan, keadaan ekonomi; kepribadian, dan konsep diri; serta nilai dan gaya hidup. Karena banyak karakteristik ini memiliki dampak sangat langsung pada perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara dekat.

d. Faktor Psikologis

Satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian. Empat

proses psikologis penting yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori.⁸

1) Motivasi

Para peneliti motivasi mengumpulkan informasi mendalam dari sekelompok kecil sampel konsumen untuk mengetahui motif yang mendalam untuk pilihan-pilihan produk mereka.

2) Persepsi

Persepsi adalah proses yang dengan proses itu orang-orang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi informasi untuk membentuk gambaran dunia yang penuh arti. Orang-orang dapat membentuk persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama karena tiga proses persepsi yaitu: eksposur selektif (perhatian), distorsi selektif, retensi selektif (ingatan).

3) Pembelajaran

Pembelajaran berarti perubahan-perubahan dalam perilaku individual yang muncul dari pengalaman, para teoritis

⁸ Sunardi Sunardi and Ana Maftukhah, "Pengetahuan Konsumen Dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan)," *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance* 6, no. 2 (2018).

pembelajaran mengetahui bahwa sebagian perilaku-perilaku manusia dipelajari

4) Kepercayaan dan sikap

Memilih tindakan dan pembelajaran, orang-orang membutuhkan kepercayaan dan sikap selanjutnya akan mempengaruhi perilaku pembelian mereka.⁹

Berdasarkan uraian tersebut peneliti menyimpulkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tempat pembiayaan sebagai berikut :

Tabel 2.1 Indikator Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tempat Pembiayaan

NO	FAKTOR-FAKTOR	KETERANGAN
1.	Faktor Budaya	Persepsi dan keinginan
2.	Faktor Sosial	Kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial
3.	Faktor Pribadi	Usia, lingkungan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian.
4.	Faktor Psikologis	Motivasi. Persepsi konsumen, dan sikap konsumen

Sumber: Susi Handayani, *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 1.2 (2015)

⁹ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen*.h.11

3. Pembiayaan

a. Pengertian

Menurut Rivai dan Arifin pembiayaan merupakan suatu kegiatan pemberian pinjaman finansial yang terjadi akibat adanya kesepakatan dalam hal meminjam antara pihak debitur yakni perbankan atau lembaga keuangan non bank yang terkait dengan pihak kreditur dimana kreditur mempunyai kewajiban untuk melunasi pinjaman sesuai dengan ketentuan dan jangka waktu yang telah disepakati.¹⁰

Dalam UU Nomor 10 tahun 1998 disebutkan bahwa pembiayaan berdasarkan prinsip syari'ah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹¹

¹⁰ Yudha, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Akses Pembiayaan Pada Umkm."

¹¹ UU RI Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan

b. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat merupakan individu, lembaga, badan usaha, dan lain-lainnya yang membutuhkan dana. Secara terperinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain :

- 1) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar menukar barang dan jasa.
- 2) Pembiayaan merupakan alat yang dipakai untuk memanfaatkan *idle fund*.
- 3) Pembiayaan sebagai alat pengendalian harga
- 4) Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.¹²

c. Prinsip- Prinsip Pembiayaan

Dalam melakukan penilaian permohonan pembiayaan harus memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon nasabah. Didunia perbankan maupun non perbankan syariah prinsip penilaian dikenal dengan 5 C yaitu :¹³

¹² Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011).h-105-109

¹³ Ismail, *Perbankan Syariah*. h.106

1) *Character* (Karakteristik)

Menggambarkan watak dan kepribadian calon nasabah. Menggambarkan watak dan kepribadian calon nasabah, lembaga keuangan bank dan non bank perlu melakukan analisis terhadap karakter calon nasabah dengan tujuan untuk mengetahui bahwa calon nasabah mempunyai keinginan untuk memenuhi kewajiban membayar kembali pembiayaan yang telah diterima hingga lunas. Lembaga keuangan ingin menyakini *willingness to repay* dari calon nasabah, yaitu keyakinan bank terhadap kemauan calon nasabah mau memenuhi kewajibannya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan. Lembaga keuangan bank maupun non bank ingin mengetahui bahwa calon nasabah mempunyai karakter yang baik, jujur, dan mempunyai komitmen terhadap pembayaran kembali pembiayaannya.

2) *Capacity* (Kemampuan)

Analisis ini ditunjukkan untuk mengetahui kemampuan keuangan calon nasabah dalam memenuhi kewajiban sesuai

jangka waktu pembiayaan. Lembaga keuangan perlu mengetahui dengan pasti kemampuan keuangan calon nasabah dalam memenuhi kewajibannya setelah lembaga keuangan memberikan pembiayaan. Kemampuan keuangan calon nasabah sangat penting karena merupakan sumber utama pembayaran. Semakin baik kemampuan keuangan calon nasabah, maka akan semakin baik kemungkinan kualitas pembiayaan dapat dipastikan bahwa pembiayaan yang diberikan bank dan lembaga non bank syariah dapat dibayar sesuai dengan jangka waktu yang diperjanjikan.

3) *Capital* (Modal)

Capital atau modal yang perlu disertakan dalam objek pembiayaan perlu dilakukan analisis yang lebih mendalam. Modal merupakan jumlah modal yang dimiliki oleh calon nasabah atau jumlah dana yang akan disertakan dalam proyek yang dibiayai. Semakin besar modal yang dimiliki dan disertakan oleh calon nasabah dalam objek pembiayaan akan semakin meyakinkan bagi bank akan keseriusan calon nasabah dalam

mengajukan pembiayaan dan pembayaran kembali.

4) *Collateral* (Jaminan)

Merupakan agunan yang diberikan oleh calon nasabah atas pembiayaan yang diajukan. Agunan merupakan sumber pembiayaan kedua. Dalam hal nasabah tidak dapat membayar angsurannya, maka bank dan lembaga keuangan non bank dapat melakukan penjualan agunan digunakan sebagai sumber pembayaran kedua untuk melunasi pembiayaannya. Bank dan non bank tidak akan memberikan pembiayaan yang melebihi nilai agunan.

5) *Cinditing Of Economy* (Kondisi Ekonomi)

Merupakan analisis terhadap kondisi perekonomian. Lembaga keuangan perlu mempertimbangkan sektor usaha calon nasabah dikaitkan dengan kondisi ekonomi. Lembaga keuangan bank dan non -bank perlu melakukan analisis dampak kondisi ekonomi terhadap usaha calon nasabah di masa yang akan datang,, untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi terhadap usaha calon nasabah.¹⁴

¹⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*.h.107-109

4. Koperasi

a. Koperasi

Koperasi berasal dari kata “*cooperation*” yang artinya kerja sama. Kata koperasi mempunyai persamaan makna dengan kata *syirkah* dalam bahas arab. *Syirkah* adalah wadah kemitraan, kerja sama,, kekeluargaan kebersamaan usaha yang sehat, baik dan halal yang sangat terpuji dalam islam.¹⁵

Moh Hatta “Bapak Koperasi Indonesia” mendefinisikan koperasi adalah suatu usaha bersama untuk memperbaiki nasib ekonomi berdasarkan tolong-menolong. Koperasi merupakan suatu kumpulan dari orang-orang yang mempunyai tujuan atau kepentingan bersama. Jadi koperasi merupakan bentukan dari sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama. Kelompok orang inilah yang akan menjadi anggota koperasi yang didirikannya. Pembentukan kopersai berdasarkan atas kekeluargaan dan gotong royong khususnya untuk membantu para anggotanya yang memerlukan bantuan baik berbentuk barang

¹⁵ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007).h.93

ataupun pinjaman uang.¹⁶

b. Tujuan dan Fungsi Koperasi

UU No.25/1992 tentang perkoperasian pasal 3 disebutkan bahwa koperasi bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

Selanjutnya, fungsi koperasi dalam UU No.25/1992 tentang perkoperasian pasal 4 yaitu:

- 1) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
- 2) Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
- 3) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai soko gurunya.
- 4) Berusaha untuk mewujudkan dan

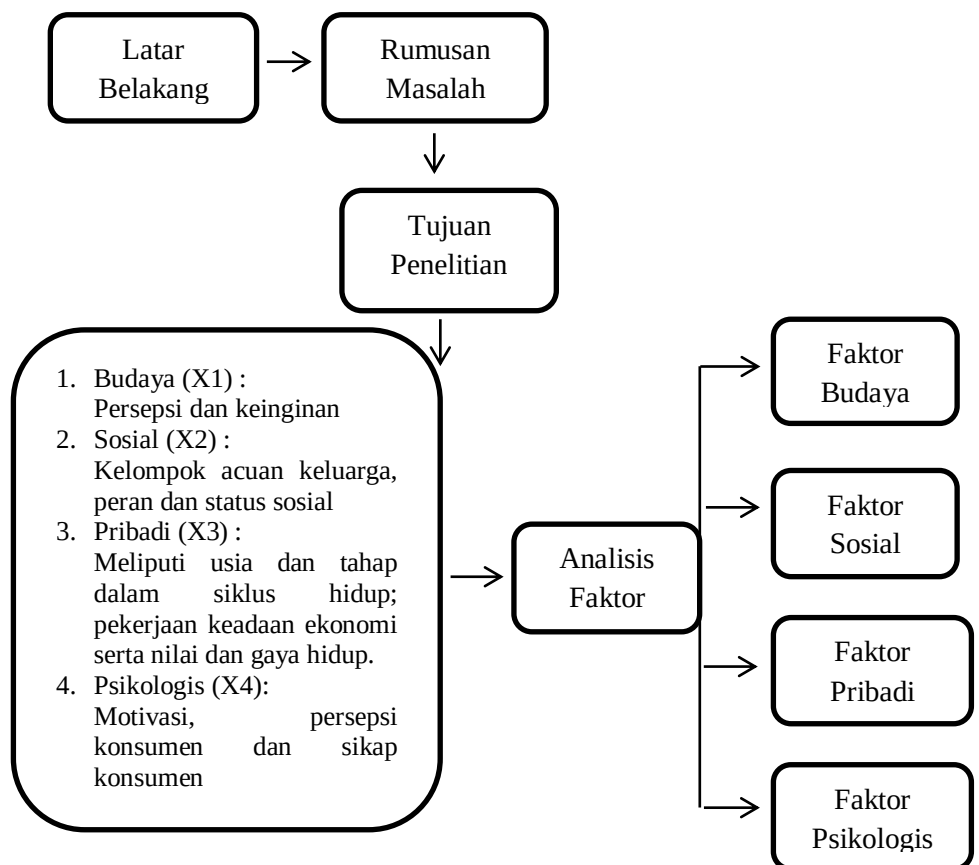
¹⁶ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001).h.253

mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.¹⁷

B. Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian, kajian teori, hasil penelitian sebelumnya, maka dapat disajikan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.2 : Kerangka Berpikir



¹⁷ Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, *Koperasi Teori Dan Praktek* (Jakarta: Erlangga, 2001).h.19

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁸ Hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

H_{01} : Faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

H_{a1} : Faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

2. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

H_{02} : Faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011).h.159

Ha₂ : Faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

3. Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan

H0₃ : Faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

Ha₃ : Faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

4. Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan

H0₄ : Faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

Ha₄ : Faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.¹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan data yang berupa angka. Data kuantitatif diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik. Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia yang dinamakan variabel²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dari penelitian ini adalah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015).h.67

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan 11 Maret sampai 11 April 2022.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah yang melakukan pembiayaan pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu 2020-2022 sebanyak 314 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan jenis teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria khusus.⁴ Peneliti menentukan

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development* (Bandung: Alfabeta, 2015).h.140-144

kriteria sampel yang dituju yaitu nasabah yang pernah menggunakan jasa pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu lebih dari satu kali.

Jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin.

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%)

$$n = \frac{314}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{314}{1 + (314 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{314}{1 + 3,14}$$

$$n = 75,8 \text{ dibulatkan menjadi } 76$$

Jadi ada 76 responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Penelitian menggunakan data primer karena data diperoleh dari sumber pertama (responden). Data dapat diperoleh melalui angket (Kuesioner). Angket merupakan kumpulan daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada objek yang dianggap mengetahui atau terlibat dalam membantu penelitian yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu. Sumber data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap nasabah pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat dokumen, buku, jurnal dan sumber tertulis lainnya.⁵ Dalam penelitian ini data yang secara tidak langsung dari objek

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.h.116

penelitian ini yaitu berupa studi pustaka atau literatur - literatur jurnal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti seperti jurnal, buku-buku.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan teknik :

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mrndapatkan informasi yang pasti digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁶ Dalam observasi ini dilakukan dengan cara memperhatikan dan mengamati nasabah di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

b. Kuesioner

Dilakukan dengan cara menyebar pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk kuisisioner kepada nasabah yang melakukan pembiayaan di Koperasi

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

Konsumen Al-Muawanah Syariah
UINFAS Bengkulu

E. Variabel dan Devinisi Operasional

Secara teoritis variabel didefinisikan sebagai obyek, dimana obyek tersebut akan dipelajari untuk memperoleh informasi kemudian ditarik kesimpulannya, definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel dan Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Keputusan Pembelian	Mengidentifikasi semua pilhan yang mungkin menjadi pilihan untuk memecahkan persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan dan kerugiannya masing-masing.	a. Pengenalan Masalah (Kebutuhan) b. Pencarian Informasi Produk c. Pengambilan Keputusan Hasil
		Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan	
2.	Faktor Sosial	Faktor sosial adalah faktor yang dihasilkan dari interaksi sosial antara individu	a. Kelompok acuan b. Keluarga c. Peran d. status sosial

		dengan individu lainnya dalam suatu masyarakat.	
3.	Faktor Budaya	Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling besar dari keinginan dan perilaku seseorang	a. Pengetahuan b. Keinginan c. Kebiasaan
4.	Faktor Kepribadian	Kepribadian seseorang akan menentukan bagaimana seseorang mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk.	a. Pengalaman b. Usia c. ekonomi, d. gaya hidup
5.	Faktor Psikologis	Psikologis adalah faktor yang berhubungan dengan masalah perilaku dan sikap seseorang.	a. Motivasi b. Persepsi konsumen c. sikap konsumen

F. Instrument Penelitian

Instrument penelitian adalah salah satu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasi informasi yang diperoleh dari responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.⁷ Agar penelitian ini berhasil dengan menggunakan metode valid dan dengan segala

⁷ Yerni Puspita, “Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Menggunakan Pembiayaan Pada BMT L-Risma Cabang Kota Bengkulu” (IAIN Bengkulu, 2017).

keterbatasan yang ada pada penelitian ini maka teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Kuesioner Tertutup

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang pengalaman dan keyakinan pribadi responden. Kuisisioner dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup dan skala yang digunakan dalam pengumpulan data ini menggunakan skala *likert*.

Tabel 3.2

Skala Likert Pada Pernyataan Tertutup

No	Kategori	Simbol	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-ragu	RR	3
4	Tidak setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2015:93)⁸

2. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan melihat serta mengamati data-data yang berkaitan dengan kegiatan lapangan penelitian. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan,

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.h.159

gambar, atau karya-karya yang monumental dari seseorang.⁹

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat statistik yaitu menggunakan aplikasi SPSS. Adapun teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel. Menentukan valid tidaknya butir soal pertanyaan adalah dengan melihat pada kolom *corrected item correlation*, pengujian signifikan menggunakan r table pada tingkat signifikan menggunakan r table pada tingkat signifikan 0,05. Jika nilai r hitung $\geq$ r table maka item dapat dinyatakan valid jika r hitung $\leq$ r table maka item dinyatakan tidak valid.¹⁰

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Dan Pengembangan* (Bandung: Alfabeta cv, 2017).h.329

¹⁰ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Data Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016).h.87

b. Uji Reliabilitas

Tujuan dilakukan uji reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur (kuesioner). Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yang sudah dikategorikan memiliki tingkat reliabilitas yang mencukupi.¹¹

2. Uji Asumsi Normal

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan *Levene test* yaitu *Homogeneity of variance Test* dengan pedoman sebagai berikut:¹²

- 1) Signifikan uji (α) = 0,05
- 2) Jika $\text{Sig} > \alpha$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- 3) Jika $\text{Sig} < \alpha$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)

c. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear atau tidak. Pengujian ini

¹² Yuberti Antomi Saregar, *Pengantar Metodologi Penelitian Terhadap Matematika Dan Sains* (Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja, 2017).h.101

menggunkana uji F dengan rumus sebagai berikut :

$$F_{\text{reg}} = RK_{\text{reg}} : RK_{\text{res}}$$

Kriteria yang digunakan yaitu regresi dikatakan linear jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, selain itu data dapat dikatakan linear jika nilai signifikan lebih besar dari alpha yang ditentukan yaitu 5%.¹³

Dengan Hipotesis

- 1) H_0 : Regresi Linear
- 2) H_a : Regresi non-linear

Untuk menguji hipotesis nol,, dipakai statistic $F = S^2_{\text{TC}} : S^2_{\text{G}} \times F_{\text{hitung}}$ dibandingkan dengan F_{tabel} dengan dk pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k). Untuk menguji hipotesis nol, kriterianya adalah tolak hipotesis regresi linear apabila statistik F_{hitung} diperoleh lebih besar dari F_{tabel} .¹⁴

3. Analisis Faktor

Analisis faktor bertujuan untuk menjelaskan hubungan di antara banyak variabel dalam bentuk faktor atau variabel bahkan antar responden. Faktor berupa

¹³ Satrita Permata Dewe, “Pengaruh Pengendalian Internal Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan SPBU Yogyakarta (Studi Kasus Pada SPBU Anak Cabang Perusahaan RB Group),” *Jurnal Nominal* 1, no. 1 (2012): 9.

¹⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cet. XIII. (Bandung: Alfabeta, 2008).h.274

besaran acak yang sebelumnya tidak diamati dan diukur. Analisis faktor dimulai dari menyusun suatu kelompok variabel baru berdasarkan hubungan sebagaimana ditunjukkan matriks korelasi.¹⁵

Analisis faktor digunakan untuk mereduksi data atau meringkas dari variabel yang banyak diubah menjadi variabel yang jumlahnya sedikit. Dalam penelitian ini analisis faktor digunakan untuk mengungkap faktor-faktor yang menyebabkan Nasabah Memilih Lembaga Pembiayaan Di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu. Untuk perhitungan analisis faktor digunakan program SPSS dan dilakukan dengan teknik analisis *Bartlett's Test of Sphherecty*.¹⁶

Untuk menemukan faktor-faktor yang menyebabkan nasabah memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu digunakan alat statistic analisis *interdependence multivariate* berupa analisis faktor. Analisis faktor dilakukan dengan tahap-tahap berikut:

1. Mengidentifikasi variabel yang menyebabkan nasabah memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu.
2. Menguji variabel yang telah diidentifikasi agar

¹⁵ Munjrad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013). h.267

¹⁶ Nadia Annisa, "Identifikasi Faktor-Faktor...", n.d.h.38

dianggap layak sebagai variabel yang menyebabkan nasabah memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu dan dapat digunakan untuk dianalisis lebih lanjut.

Metode yang digunakan untuk pengujian adalah *Bartlet Test Of Sphericity* yang digunakan untuk menguji kelayakan 14 variabel penelitian secara bersama-sama dan pengukuran *Measure Of Sampling Adequacy* (MSA) yang digunakan untuk menguji kelayakan setiap variabel penelitian.

Menurut santoso kriteria penelitian yang dianggap layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya berdasarkan metode *Bartlet Test Of Sphericity* adalah KMO and *Bartlett's Test*. Jika nilai KMO and *Bartlett's Test* $> 0,5$ maka variabel yang ada sudah bias dianalisis lebih lanjut, namun jika nilai KMO and *Bartlett's Test* $< 0,5$ maka variabel yang ada tidak bias dianalisis lebih lanjut.¹⁷

3. Melakukan proses *factoring* atau *ekstraksi* terhadap variabel-variabel yang dianalisis sehingga terbentuk satu atau lebih faktor yang dianggap bias mewakili

¹⁷ Rini Elvira, "Identifikasi Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Pengembangan Kluster Industri Kecil Rotan Kota Padang Program Pasca Sarjana Universitas Andalas Padang," 2007.

variabel yang ada.

Proses *factoring* dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Principal Component Method Analysis*. Menurut santoso (2003) sebuah faktor dianggap mewakili variabel yang ada jika nilai *Factors Leadingnya* (perbandingan nilai korelasi masing-masing variabel dengan faktor yang terbentuk) $> 0,55$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah

Koperasi konsumen Al-Muawanah Syariah mengalami beberapa kali perubahan nama diantaranya Baitul Mal Wa Tamwil disingkat BMT Al-Muawanah, Yang sebelumnya Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Al-Muawanah STAIN Bengkulu, berdiri pada tahun 1983 dengan Badan Hukum No 35/BH/XXVI tanggal 30 Maret 1983. Seiring dengan perubahan IAIN Raden Fatah Bengkulu menjadi STAIN Bengkulu, maka KPN mengalami perubahan menjadi KPN Al-Muawanah STAIN Bengkulu pada tahun 1998 dengan surat keputusan Nomor 06/PAD/KDK.8.4/KEP/IX/1998, tanggal 29 September 1998.

Berdasarkan keputusan Rapat Anggota Tahun Buku 2012 yang dilaksanakan pada tanggal 12 Februari 2013, Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Al-Muawanah dikonversi menjadi Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) dengan surat keputusan Nomor 05/PAD/IX.4/2013 Tanggal 25 Maret 2013 yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kota Bengkulu serta disahkan melalui Akta Notaris.

BMT Al-Muawanah adalah lembaga Keuangan Syari'ah yang berfungsi sebagai penerima dan penyalur uang simpanan dalam bentuk tabungan wadi'ah, BMT Al-Muawanah juga memiliki fungsi dalam pengelolaan keuangan terpadu yakni tidak hanya mengelola keuangan simpanan anggota, baik simpanan pokok maupun simpanan wajib, melainkan dapat mengelola tabungan dengan system syari'ah juga menerima dan mengelola zakat, infak, sodaqah dan wakaf uang untuk diproduktifkan.

Aset BMT Al-Muawanah saat ini telah mencapai angka diatas Rp. 3.000.000.000,- (Tiga Miliar Rupiah). Dengan menggunakan system yang canggih dan pengelolaan yang semakin baik BMT Al-Muawanah terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan dalam pelayanan terhadap anggota, mahasiswa, pelajar maupun masyarakat umum.

BMT Al-Muawanah dengan menggunakan sistem komputer (Software BMT) lebih menjamin sistem administrasi keuangan yang professional, amanah dan nyaman serta transparan, sehingga bisa diakses setiap saat oleh anggota BMT Al-Muawanah lebih fleksibel, menerima simpanan dari berbagai pihak termasuk mahasiswa, pelajar dan masyarakat umum. BMT Al-Muawanah diharapkan kedepan menjadi

lembaga keuangan syariah di UINFAS Bengkulu yang mapan, sehingga yang mampu berpartisipasi dalam perkembangan kelembagaan.

2. Visi dan Misi Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah

- a. Visi Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah
 “Menjadi pelopor pertumbuhan BMT yang kompetitif dalam menggali potensi dan mengelola keuangan syari’ah”
- b. Misi Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah
 - 1) Mengelola dana simpanan/tabungan dari civitas akademika dan masyarakat umum.
 - 2) Mengembangkan system usaha yang professional berkeadilan, terpercaya, aman dan nyaman dengan menggunakan system keuangan yang berbasis computer.
 - 3) Menggali potensi ekonomi syari’ah berupa zakat, infaq, shodaqah dan wakaf uang.
 - 4) Produktifitas zakat dan wakaf uang untuk pengembangan ekonomi umat.

3. Produk Dan Layanan Jasa Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah

- a. Produk Pembiayaan/Penyaluran
 - 1) Pembiayaan Mudhorabah
 - 2) Pembiayaan Murabahah

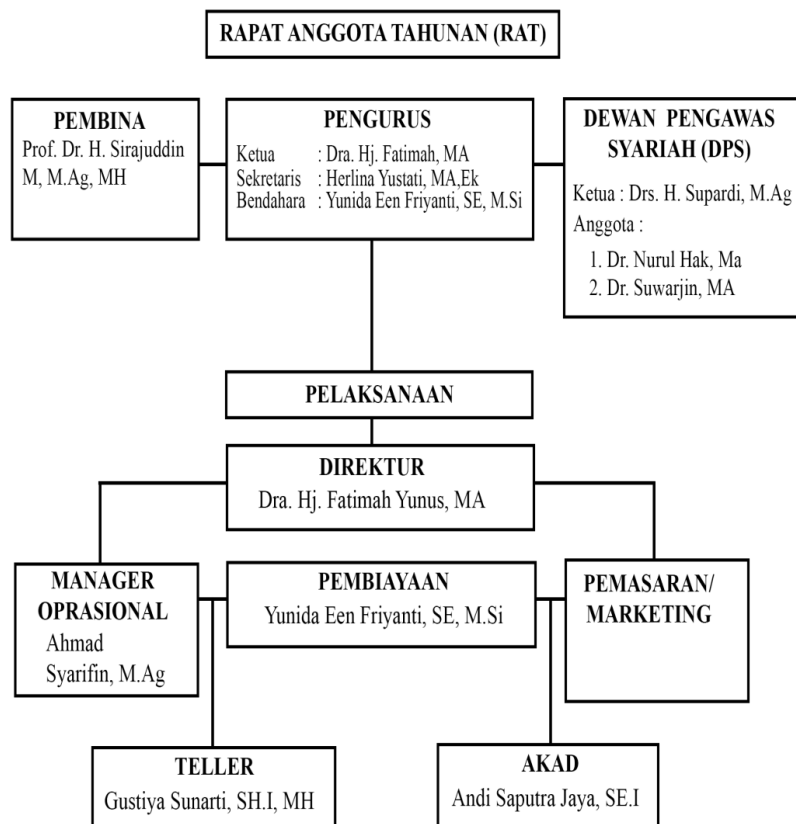
3) Qardul Hasan

b. Layanan Jasa

- 1) Pembayaran listrik pascabayar dan prabayar
- 2) Telepon
- 3) Pembayaran Speedy
- 4) Pembayaran TV Berlangganan
- 5) Tiket Pesawat
- 6) Pulsa Eletrik (All Operator)
- 7) Zakat, Infaq dan Shodaqah
- 8) Wakaf Uang

4. Struktur Organisasi

STRUKTUR KEPENGURUSAN KOPERASI KONSUMENAL-MUAWANAH SYARIAH UINFAS BENGKULU



B. Deskripsi Responden

Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda. Untuk itu perlu dilakukan pengelompokkan dengan karakteristik tertentu. Adapun karakteristik

yang digunakan dalam penelitian ini adalah apakah responden nasabah di Koperasi Konsumen Al-Muawanah, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, lama menjadi nasabah di Koperasi Konsumen Al-Muawanah, banyaknya menggunakan produk pembiayaan, sumber informasi produk pelayanan pembiayaan pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah. Berikut ini hasil pengelompokkan responden berdasarkan kuesioner yang telah di sebar.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Nasabah

Adapun data mengenai apakah responden nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Distribusi jawaban responden berdasarkan
nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah

No	Nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu	Jumlah	Persentase
1.	Ya	76	100%
2.	Tidak	0	0
Total		76	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

Berdasarkan keterangan di atas menunjukkan 100% responden adalah nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	46	61%
2.	Laki-laki	30	39%
Total		76	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2022

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa sebagian nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan persentase 61% dan laki-laki 39%.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Distribusi jawaban responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan Responden	Total	Persentase
1.	Mahasiswa	0	0%
2.	PNS	10	11%
3.	Wiraswasta	8	8%
4.	Karyawan Swasta	24	33%
5.	Lain-Lain	34	48%
Total		76	100%

Sumber: Data primer diolah 2022

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, peneliti menyebarkan kuesioner kepada nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah, bahwa nasabah yang berdasarkan pekerjaan PNS yaitu sebanyak 10 orang dengan persentase 11%, yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 8 orang dalam persentase 8%, yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 24 orang dengan persentase 33% dan responden yang bekerja sebagai lain-lain sebanyak 34 orang dalam persentase 48%.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.4
Distribusi jawaban responden berdasarkan penghasilan

No	Pendapatan	Total	Persentase
1.	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	47	62%
2.	Rp3.000.000 – Rp4.000.000	19	25%
3.	Rp >5.000.000	10	13%
Total		76	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Dari tabel diatas dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarkan pendapatan nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah, responden yang paling banyak dengan penghasilan perbulannya yaitu Rp1.000.000 – Rp2.500.000 berjumlah 47 orang dalam persentase 62%, responden dengan penghasilan Rp3.000.000 – Rp4.000.000 berjumlah 19 orang dengan persentase 25%, dan responden dengan penghasilan Rp >5.000.000 berjumlah 10 orang dalam persentase 13%.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.5
Distribusi jawaban responden berdasarkan
berapa lama menjadi nasabah Koperasi
Konsumen Al-Muawanah Syariah

No	Tahun	Total	Persentase
1.	< 1 tahun	4	5%
2.	1-2 tahun	35	46%
3.	3-5 tahun	23	30%
4.	> 5 tahun	14	18%
Total		76	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui untuk pertanyaan sudah berapa lama menjadi nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah responden paling banyak menjawab yaitu 1-2 tahun dengan jumlah 35 orang dengan persentase 46%, <1 tahun dengan jumlah 4 orang dengan persentase 5%, 3-5 tahun berjumlah 23 orang dengan persentase 30% dan selama >5 tahun sebanyak 14 orang dalam persentase 18%.

f. Deskripsi Responden Berdasarkan Banyaknya Menggunakan Produk Pembiayaan

Tabel 4.6
Distribusi jawaban responden berdasarkan berapa banyak menggunakan produk pembiayaan

No	Berapa banyak	Total	Persentase
1..	2 kali	42	55%
2.	3 kali	27	36%
3.	>4 kali	7	9%
Total		76	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui, untuk pertanyaan banyaknya responden menggunakan jasa pembiayaan pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah paling banyak menjawab yaitu 2 kali dengan jumlah 42 orang atau sebesar 55%, 3 kali berjumlah 27 orang dengan persentase 36% dan >4 kali berjumlah 7 orang dalam persentase 9%.

g. Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Produk Pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah

Tabel 4.7

Distribusi jawaban responden berdasarkan sumber informasi tentang produk pembiayaan

No	Sumber Informasi	Total	Persentase
1.	Karyawan	19	25%
2.	Brosur	8	11%
3.	Nasabah Lain	49	64%
Total		76	100%

Sumber: Data Primer diolah 2022

Dari tabel 4.7 karakteristik responden berdasarkan informasi yang didapat tentang pembiayaan pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah peneliti menyebarkan kuesioner kepada nasabah pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah,, bahwa nasabah yang berdasarkan informasi yang didapat tentang pembiayaan pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah di dominasi dari nasabah lain dengan jumlah 49 orang dalam persentase 64%, diurutan kedua yaitu didapat dari karyawan yang berjumlah 19 orang dengan persentase 25% dan diurutan ketiga yaitu didapat dari brosur sebanyak 8 orang dalam persentase 11%.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan Metode *Pearson's Product Moment Correlation* dengan signifikan 5% dengan menggunakan bantuan program SPSS *for Windows* versi 20. Dimana ketentuan pengambilan keputusan dapat dikatakan valid jika r hitung $>$ dari r tabel (0,223).

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Penelitian

Variabel		r Hitung	r tabel 5% (36)	Keterangan
Faktor Sosial	X1.1	.889	0,223	<i>Valid</i>
	X1.2	.736	0,223	<i>Valid</i>
	X1.3	.247	0,223	<i>Valid</i>
	X1.4	.236	0,223	<i>Valid</i>
Faktor Kebudayaan	X2.1	.546	0,223	<i>Valid</i>
	X2.2	.642	0,223	<i>Valid</i>
	X2.3	.497	0,223	<i>Valid</i>
	X2.4	.504	0,223	<i>Valid</i>
Faktor Pribadi	X3.1	.670	0,223	<i>Valid</i>
	X3.2	.652	0,223	<i>Valid</i>

	X3.3	.439	0,223	<i>Valid</i>
	X3.4	.414	0,223	<i>Valid</i>
Faktor Psikologis	X4.1	.598	0,223	<i>Valid</i>
	X4.2	.392	0,223	<i>Valid</i>
	X4.3	.594	0,223	<i>Valid</i>
	X4.4	.504	0,223	<i>Valid</i>

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa semua variabel dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,223). Hal ini berarti setiap butir pertanyaan baik atau dapat diterima untuk dijadikan sampel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji angket atau instrument data atau instrument tersebut dapat benar-benar dipercaya dan dapat diandalkan. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *reability analysis scale (Cronbach's Alpha)* dengan bantuan program computer SPSS versi 20 *for windows*. Dimana kuesioner akan dikatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha* > r tabel (0,223).

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel	Keterangan
Faktor Sosial (X1)	.304	0,223	Reliabel
Faktor Kebudayaan (X2)	.333	0,223	Reliabel
Faktor Pribadi (X3)	.237	0,223	Reliabel
Faktor Psikologis (X4)	.349	0,223	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah 2022

Dari tabel 4.9 di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,223. Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pertanyaan pada setiap variabel dalam penelitian ini adalah reliable.

2. Uji Asumsi Normal

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data variabel independen dan variabel dependen pada persamaan regresi berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 20

for windows. Dengan kriteria kenormalan apabila Sig. > 0,05 maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sosial	Kebudayaan	Pribadi	Psikologis
N		76	76	76	76
Normal Parameters ^a ^b	Mean	13.48 68	15.1711	15.434 2	14.9211
	Std. Deviation	2.797 59	2.03560	1.8856 3	1.95798
Most	Absolute	.150	.152	.145	.120
Extreme	Positive	.150	.152	.145	.120
Differences	Negative	-.132	-.111	-.118	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		1.306	1.324	1.266	1.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066	.060	.081	.226

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan hasil uji one-sample kolmogrov- smirnov test pada tabel 4.10 diatas diperoleh Asymp.Sig (2-tailed) faktor sosial sebesar .066, faktor kebudayaan memperoleh nilai Asymp.Sig (2-tailed) .060 , sedangkan faktor pribadi dengan nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar .081 dan faktor psikologis dengan nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar .226. Masing-masing faktor

memperoleh nilai Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji homogenitas data dalam penelitian ini adalah *Levene Test* yaitu *Test of Homogeneity of Variance*. Dengan kriteria apabila Sig. > 0,05 maka varian dari kelompok populasi adalah sama atau homogeny. Pada penelitian ini uji homogenitas dilakukan dengan bantuan *software SPSS versi 2.0 for windows*.

Tabel 4.11
Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Sosial	1.103	9	65	.374
Budaya	1.799	9	65	.085
Pribadi	1.420	9	65	.198
Psikologis	1.784	9	65	.088

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji homogenitas dengan menggunakan *Levene Test*

diketahui bahwa nilai sig. dari seluruh variabel penelitian memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel bersifat homogeny artinya sampel yang diambil dari populasi yang sama dianggap dapat mewakili varians yang sama.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil uji linearitas sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Faktor Sosial (X1)	0,834	0,05	$0,834 > 0,05$	Linear
Faktor Budaya (X2)	0,374	0,05	$0,374 > 0,05$	Linear
Faktor Pribadi (X3)	0,992	0,05	$0,992 > 0,05$	Linear
Faktor Psikologis (X4)	0,101	0,05	$0,101 > 0,05$	Linear

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.12 didapat nilai masing-masing varabel sosial diperoleh nilai sig

sebesar $0,834 > 0,05$ (Alpha), variabel budaya diperoleh nilai sig sebesar $0,374 > 0,05$ (Alpha), pribadi diperoleh nilai sig sebesar $0,992 > 0,05$ (Alpha) dan psikologis diperoleh nilai sig sebesar $0,101 > 0,05$ (Alpha). Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari 76 responden dalam penelitian ini semua variabel independen menyatakan model regresi berbentuk liner terhadap variabel dependen.

3. Analisis Faktor

- a. Menguji ke-4 variabel penelitian secara bersama-sama dan individu agar dianggap layak sebagai variabel yang menyebabkan faktor faktor mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu sehingga dapat dianalisis lebih lanjut. Hasil pengujian kelayakan ke-4 variabel penelitian secara bersama-sama menggunakan metode *Bartlett Test Of Sphericity* . Hasil *Bartlett Test* dan *KMO Test (Kaiser Meyer Olkin)* bisa dilihat di tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Kelayakan Seluruh Variabel
Penelitian

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.602
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	54.475
	Df	6
	Sig.	.000

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Dari tabel 4.13 di atas bahwa nilai *KMO* adalah $0.602 > 0,5$, sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel yang dilakukan pada observasi dapat dianalisa lebih lanjut. Tabel 4.12 juga memperlihatkan bahwa uji *Bartlett's Test* melahirkan angka signifikansi sejumlah $0.000 < 0,05$ ($\alpha=5\%$), mencerminkan bahwa ukuran yang dilakukan dalam penelitian ini berkolerasi sera cocok untuk dilangsungkan analisis faktor. Hasil pengujian kelayakan variabel secara individu dapat dilihat pada tabel 4.13 dibawah ini.

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Kesesuaian Individu Variabel
Penelitian

		Anti-image Matrices			
		Sosial	Kebudayaan	Pribadi	Psikologis
Anti-image Covariance	Sosial	.989	.069	-.024	-.062
	Kebudayaan	.069	.536	-.138	-.334
	Pribadi	-.024	-.138	.848	-.093
	Psikologis	-.062	-.334	-.093	.549
Anti-image Correlation	Sosial	.181^a	.095	-.027	-.085
	Kebudayaan	.095	.572^a	-.204	-.615
	Pribadi	-.027	-.204	.804^a	-.136
	Psikologis	-.085	-.615	-.136	.578^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Pada tabel 4.14 di atas dapat disimpulkan analisis *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) pada variabel-variabel yang dikaji. Bisa dilihat bahwa angka MSA yang $< 0,5$ yakni ada pada variabel sosial yaitu dengan angka 0.181, maka variabel sosial belum mencukupi ketentuan MSA. Dari 4 variabel, ada 1 variabel dibuang dari analisis. Membuat wajib melakukan pengujian ulang tanpa mengikut sertakan 1 variabel tersebut (Sosial). Sebab ada 1 variabel yang belum mencukupi nilai MSA, jadi

pengujian ulang dilaksanakan satu kali. Observasi kembali untuk angka MSA ini juga mengganti angka KMO dan Bartlett bisa diperhatikan pada tabel 4.15

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Kelayakan Seluruh Variabel
Penelitian
Setelah Variabel X1 Dikeluarkan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.612
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	53.947
	Df	3
	Sig.	.000

Sumber: Hasil Data Primer 2022

Pada tabel 4.15 di atas pada observasi kembalu untuk angka MSA. Jadi angka KMO dan Bartlett Test berganti jadi 0,612 dari angka mulanya 0.602. Hasil pengujian kelayakan individu dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini.

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Kelayakan Kesesuaian
Individu Variabel Penelitian Setelah
Variabel X1 Dikeluarkan

Anti-image Matrices		Kebudayaan	Pribadi	Psikologis
Anti-image Covariance	Kebudayaan	.541	-.137	-.335
	Pribadi	-.137	.848	-.095
	Psikologis	-.335	-.095	.553
Anti-image Correlation	Kebudayaan	.579^a	-.203	-.612
	Pribadi	-.203	.806^a	-.139
	Psikologis	-.612	-.139	.583^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Dari tabel 4.16 memperlihatkan bahwa 3 variabel ini di uji memenuhi persyaratan *Measure of Sampling Adequacy Test* yakni $> 0,5$ sehingga bisa dilakukan untuk pengujian selanjutnya.

- b. Melakukan proses *factoring* atau esktraksi terhadap 3 variabel penelitian

Proses *factoring* ke-3 variabel penelitian dilakukan dengan tujuan mengekstraksi ke-3 variabel penelitian menjadi satu atau lebih faktor yang mewakili ke-3 variabel penelitian menampilkan nilai komunitas (*communalities*), total varians (*total varians explained*) dan matrik

komponen (*component matrix*). Nilai komunitas merupakan jumlah varians dari setiap variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk, semakin besar nilainya maka semakin besar hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Tabel *communalities* ini menjelaskan nilai variabel yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Extraction > 0,50. Nilai komunitas yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini.

Tabel 4.17
Jumlah Varians Setiap Variabel Yang Akan
Dijelaskan Oleh Setiap Faktor (Komunalitas)

Communalities		
Variabel Penelitian	Initial	Extraction
Kebudayaan	1.000	.758
Pribadi	1.000	.434
Psikologis	1.000	.738

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Pada tabel 4.17 dilihat kolom *Initial* dan angka *Communalities* untuk masing-masing variabel memiliki angka *initial* 1.00. Angka-angka pada diagonal matriks korelasi menunjukkan seberapa baik faktor-faktor dihasilkan dalam kolom Extraction dapat dijelaskan varians variable.

Angka dalam kolom pengujian ini selalu positif. Nilai tertinggi untuk *Communalities* adalah variabel kebudayaan sebesar 0.758 yang berarti faktor kebudayaan dapat menjelaskan 75,8% varians suatu faktor terbentuk. Faktor psikologis angkanya adalah .0738 yang berarti faktor psikologis dapat menjelaskan 73,8% varians suatu faktor dan nilai terendah *Communalities* variabel pribadi sejumlah 0.434 yang berarti dapat menjelaskan faktor 43,4% varians faktor terbentuk. Variabel apa pun dapat dikatakan sebagai faktor pembentuk jika semakin besar nilai *Communalities*, semakin dekat hubungan antara faktor pembentuk dan variabel terkait.

Tabel 4.18
Total Varians Semua Variabel Penelitian Yang
Dijelaskan Oleh Setiap Faktor

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.930	64.319	64.319
2	.732	24.384	88.702
3	.339	11.298	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Nilai total *eigenvalues* menunjukkan jumlah faktor yang terbentuk, nilai *eigenvalues* di

bawah 1 tidak digunakan untuk menghitung jumlah faktor yang terbentuk. Dari tabel 4.16 terlihat hanya 1 faktor yang terbentuk dari hasil ekstrak ke-3 variabel karena dengan satu faktor nilai *eigenvalues* di atas 1. Namun untuk 2 faktor nilai *eigenvalues* sudah berada di bawah 1 sehingga proses *factoring* berhenti pada 1 faktor saja.

Persentase varians *eigenvalues* menunjukkan varians variabel penelitian yang dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Terdapat 3 variabel yang dimasukkan dalam analisis faktor dan dianggap layak sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu. Bila ke-3 variabel di ekstrak menjadi satu faktor maka varian yang dapat dijelaskan oleh setiap faktor adalah 64.319%. Bila ke-3 variabel di ekstrak menjadu dua faktor adalah 24.384%. Namun bila ke-3 variabel di ekstrak menjadi tiga faktor maka yang dapat dijelaskan oleh tiga faktor adalah 11.298%. Akan tetapi, faktor kedua dan ketiga *eigenvalues* nya kurang dari 1.

Persentase *cumulative* adalah total varians dari faktor yang ada. Nilai 64.319 berarti faktor

satu dapat menjelaskan 64.319% dari varians ke-3 variabel. Nilai 88.702 berarti faktor kedua dapat menjelaskan 88.702% dari varian ke-3 variabel. Matrik komponen menunjukkan distribusi variabel pada faktor yang terbentuk dan nilai pada tabel matrik komponen menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor yang terbentuk (*factor loading*). Sebuah faktor dapat mewakili variabel dengan faktor yang ada jika nilai *factor loading* $> 0,55$. Hasil ekstrak 3 variabel dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 4.19
Komponen Matrik

Component Matrix^a	
	Component
	1
Kebudayaan	.871
Pribadi	.658
Psikologis	.859

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Dari tabel 4.19 ditafsirkan hanya mengesktrak 1 faktor. Menurut kriteria pengambilan sampel faktor 1, jika faktor kurang dari 30 variabel yang diambil dianggap akurat. Dalam hal ini hanya ada 3 variabel sampel yang

memiliki kesamaan rata-rata $>0,4$ atau memiliki nilai nilai *factor loading* $> 0,55$. Oleh karena itu kami mereduksi 4 variabel menjadi satu komponen yang dikatakan faktor 1 yang hanya mencakup faktor kebudayaan, pribadi dan psikologis, dan faktor ini disebut faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tempat pembiayaan.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor kebudayaan, pribadi dan psikologis sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan.

D. Pembahasan

1. Faktor-Faktor Penyebab Keputusan Nasabah Memilih Lembaga Pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

a. Faktor budaya

Faktor ini dipengaruhi studi mengenai budaya adalah studi mengenai semua aspek masyarakat yaitu pengetahuan, adat istiadat yang memberikan karakter dan kepribadian khusus bagi masyarakat yang bersangkutan. Pemasar perlu memahami peranan yang dimainkan oleh budaya, sub budaya dan kelas sosial konsumen.¹

Hasil pengujian kesesuaian dengan metode *Bartlett Test Of Sphericity* menunjukkan bahwa nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) sebesar $0,579 > 0,5$ maka dapat diketahui bahwa faktor budaya merupakan salah satu faktor yang menyebabkan keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

Uraian di atas menunjukkan bahwa, faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan didasarkan pada

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. (Jakarta: Erlangga, 2008). h.165

indikator pengetahuan, keinginan dan kebiasaan konsumen menggunakan suatu produk. Kebiasaan dari lingkungan masyarakat kampus UINFAS Bengkulu menggunakan produk pembiayaan ini memberikan ketertarikan dan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk menggunakan produk pembiayaan ini sehingga nasabah pembiayaan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

b. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah semua faktor yang berasal dari dalam diri konsumen sendiri. Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk juga dipengaruhi oleh beberapa faktor dan sifat-sifat pribadi seperti kondisi ekonomi dan gaya hidup.²

Hasil pengujian kesesuaian dengan metode *Bartlett Test Of Sphericity* menunjukkan bahwa nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) sebesar $0,806 > 0,5$ maka dapat diketahui bahwa

² Nugroho j Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Prenada Media Group, 2008). h.11

faktor pribadi merupakan salah satu faktor yang menyebabkan keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu. Faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah tergantung pada produk yang diambil. Contohnya produk pembiayaan, pembiayaan yang ada di Koperasi Konsumen Al-muawanah Syaiah UINFAS Bengkulu akan dipengaruhi oleh faktor pribadi terutama mengenai keadaan ekonomi, pengalaman, usia dan gaya hidup dari nasabah tersebut. Sehingga jumlah nasabah meningkat dari tahun ke tahun.

c. Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah semua faktor yang berhubungan dengan kepribadian konsumen. Titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah adanya rangsangan pemasaran luar seperti ekonomi, teknologi, politik dan budaya. Dalam melakukan pemilihan ketika seseorang membeli suatu produk dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran serta kepercayaan dan sikap.³

³ Francis Tantri Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014).h.174

Hasil pengujian kesesuaian dengan metode *Bartlett Test Of Sphericity* menunjukkan bahwa nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) sebesar $0,583 > 0,5$ maka dapat diketahui bahwa faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang menyebabkan keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

Uraian di atas menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan terutama mengenai motivasi, persepsi serta sikap nasabah. Sikap dan kepercayaan nasabah akan mempengaruhi perilaku pembelian mereka terhadap suatu produk. Kepercayaan ini bisa didasarkan pada pengetahuan, opini dan realita mengenai produk yang akan dibeli.⁴ Pengetahuan yang jelas mengenai produk pembiayaan serta keunggulan dari produk pembiayaan ini memberikan motivasi bagi para nasabah sehingga tertarik untuk menggunakan produk pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

⁴ Handayani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Memilih Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Sumber Pembiayaan (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Simpang Limun Medan)."

2. Faktor Yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Lembaga Pembiayaan

Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu dapat dilihat pada hasil pengujian kesesuaian dengan metode *Bartlett Test Of Sphericity* dengan melihat nilai MSA dari masing-masing variabel sosial, budaya, pribadi dan psikologis. Faktor pribadi mempunyai nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) sebesar (0,806) lebih besar dari nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) variabel lain yaitu sosial (0,181), Budaya (0,572), dan psikologis (0,578). Faktor pribadi merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dan menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian atau menggunakan suatu produk. Hal ini disebabkan karena pengalaman menggunakan produk, usia, ekonomi dan gaya hidup nasabah yang membuat mereka tertarik dan termotivasi menggunakan produk pembiayaan ini untuk memenuhi kebutuhan. Pengalaman dan kepercayaan nasabah menggunakan produk pembiayaan ini dan didorong oleh siklus hidup yang tidak stabil dan dapat berubah-ubah sewaktu-

waktu sehingga nasabah menggunakan pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syarah UINFAS Bengkulu karena sudah memiliki kepercayaan penuh terhadap pembiayaan yang dibentuk oleh Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu. Dengan demikian rumusan masalah kedua yang menyatakan bahwa variabel atau faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga yaitu Faktor budaya dalam hasil pengujian kesesuaian dengan metode *Bartlett Test Of Sphericity* menunjukkan bahwa nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) sebesar $0,579 > 0,5$, Faktor pribadi dengan hasil pengujian kesesuaian dengan metode *Bartlett Test Of Sphericity* menunjukkan bahwa nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) sebesar $0,806 > 0,5$, Faktor psikologis dengan hasil pengujian kesesuaian dengan metode *Bartlett Test Of Sphericity* menunjukkan bahwa nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) sebesar $0,583 > 0,5$ artinya faktor-faktor tersebut merupakan faktor yang menyebabkan keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di

Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

2. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih lembaga pembiayaan yaitu faktor pribadi. Dimana faktor pribadi mempunyai nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) sebesar 0,806 lebih besar dari nilai MSA (*measure of sampling adequacy*) variabel lain. Sehingga rumusan masalah kedua yang menyatakan bahwa variabel atau faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, maka saran peneliti yaitu ketiga faktor yang ditemukan sebagai faktor keputusan nasabah dalam memilih lembaga pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.. Faktor Budaya, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis yaitu perlu adanya pertimbangan yang matang sebelum memutuskan pilihan pada setiap kegiatan seperti halnya transaksi yang dilakukan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.,

pilihlah saranan yang sesuai dengan syariat islam. Dan untuk Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu. Sendiri harus tetap menjaga dan meningkatkan kredibilitas Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang faktor-faktor keputusan nasabah untuk memilih tempat pembiayaan, maka diharapkan dapat menambah variabel lain. Semoga skripsi ini dapat dijadikan refrensi bagi peneliti yang akan meneliti skripsi berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Elvira, Rini. "Identifikasi Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Pengembangan Klaster Industri Kecil Rotan Kota Padang Program Pasca Sarjana Universitas Andalas Padang," 2007.
- Engel. et.al. J.F. *Perilaku Konsumen (Terjemahan Jilid 1)*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Handayani, Susi. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Memilih Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Sumber Pembiayaan (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Simpang Limun Medan)." *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 1, no. 2 (2015): 98–112.
- Husein Umar. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Iffah, Nur Ghaziyatul, and Dian Fatma Hadi. "Pemberdayaan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Melalui Interbank Network Sebagai Solusi Optimasi Perekonomian Nasional." *Journal of Business & Banking* 7, no. 1 (2019).
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- . *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Monita Rahmarani. "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Faktor Sosial Pedagang Kecil Dalam Memilih Tempat Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Dan Bank Syariah Di Desa Gajah

- Mati, Kecamatan Sungai Rumbai, Kabupaten Mukomuko).” IAIN Bengkulu, 2020.
- Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Mulyadi. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Mulyadi Nitisusastro. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Mulyadi Wibowo. “PERILAKU KONSUMEN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA KOPWAN SYARIAH.” *Jurnal Dinamika Manajemen* 1, no. 1 (2013): 34–40.
- Munjrads Kuncoro. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Nadia Annisa. “Identifikasi Faktor-Faktor...,” n.d.
- Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Data Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Nazilah, Jazilatin. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bmt Nu Jawa Timur Cabang Lenteng” (2020): 52–81.
- Nugroho Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revi. Jakarta: Kencana, 2003.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Putri, Fitri Eka. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Di Pasar Modern BSD Dalam Pengambilan Keputusan Pada Lembaga Keuangan.” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.

- Satrita Permata Dewe. "Pengaruh Pengendalian Internal Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan SPBU Yogyakarta (Studi Kasus Pada SPBU Anak Cabang Perusahaan RB Group)." *Jurnal Nominal* 1, no. 1 (2012): 9.
- Setiadi, Nugroho j. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Prenada Media Group, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Metode Penelitian Dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta cv, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Cet. XIII. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sunardi, Sunardi, and Ana Maftukhah. "Pengetahuan Konsumen Dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan)." *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance* 6, no. 2 (2018).
- Tamba, Arifin Sitio dan Halomoan. *Koperasi Teori Dan Praktek*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Thamrin Abdullah, Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Yerni Puspita. "Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Menggunakan Pembiayaan Pada BMT L-Risma Cabang Kota Bengkulu." IAIN Bengkulu, 2017.
- Yuberti Antomi Saregar. *Pengantar Metodologi Penelitian Terhadap Matematika Dan Sains*. Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja, 2017.

Yudha, Winter Pratama, Candra Wijayangka. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Akses Pembiayaan Pada Umkm.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3, no. 2 (2019): 378–387.

Yulinda, Hesty, Purna Lestari, and Rizal Hari Magnadi. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP” 6 (2017): 1–11.

Laporan Pertanggungjawaban Pengurus Dan Pengelola Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah, 2022.

L

A

M

P

I

R

A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51276-51171-
51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

No : 026/SKLP-FEBI/02/4/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Perbankan Syariah Menerangkan bahwa :

Nama	: Anggun Septia Putri
Nim	: 1811140007
Prodi	: Perbankan Syariah
Jenis Tugas Akhir	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH LEMBAGA PEMBIAYAAN (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah Uinfas Bengkulu)
Similarity Index	: 19%
Status	: LULUS

Adalah benar- benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir melalui aplikasi Turnitin.

Satgas Plagiasi
Ka. Program Studi Perbankan Syariah

Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Memilih Tempat Pembiayaan (Studi Pada Koperasi dan BSI KCP Ipuh)" yang disusun oleh :

Nama : Anggun Septia Putri

NIM : 1811140007

Prodi : Perbankan Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 17 Desember 2021 M/ 1443 H

Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminar. Oleh karena itu sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 28 Desember 2021
M Rabiul Awal 1443 H

Mengetahui



Yosi Arisandy.MM
NIP 198508012014032001

Penyeminar



Yetti Afrida Indra, M.Ak
NIP. 0214048401

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anggun Selha Putri
 NIM : 1011140007
 Jurusan/Prodi : Pribanikan Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
	Judul	Perbaiki → fokus mau ap.
	Latar belakang	Umum - khusus. Teori relevan, gap research Akses pembiayaan ap-? Fokus data observasi pada Objek yang akan. Ada apa dengan Akses pembiayaan pada BMT.
	Bagian teori	Sesuaikan dan lengkapi teori berkaitan variabel dan penelitian terdahulu
	Metode penelitian	Teknik Analisis data di perum populasi dan sampel di Pestika

Bengkulu,
 Penyeminar, 17 Des 2021



Yeti Afrida Indra, M.Ak
 NIP 0214048401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53279 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 0032 /In.11/ F.IV/PP.00.9/1/2022

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 : Rizky Hariyadi, M.Acc
NIP : 198711262019031004
Tugas : Pembimbing II

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

N A M A : Anggun Septia Putri
NIM : 1811140007
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM dalam Memilih Tempat Pembiayaan Sebagai Pendanaan (Studi Pada Koperasi dan BSI KCP Ipuh)

Keterangan : Skripsi

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



Ditetapkan di : Bengkulu
pada Tanggal : 6 Januari 2022
Pdt. Dekan.

Terbusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.



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

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anggun Septia Putri Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1811140007 Pembimbing II : Rizky Hariyadi, M.Acc
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanaah Syariah UNFAS Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	Senin/17 Januari 2022	Judul	Judul belum mencerminkan lembaga keuangan syariah atau keilmuan PBS	
2.	Kamis/20 Januari 2022	Judul	Judul ACC, buat Bab I	
3.	Kamis/3 Februari 2022	BAB I	Perbaikan penulisan, banyak kutipan ya hilang pakai mendeley	
4.	Rabu/23 Februari 2022	BAB 2-3	Perbaikan penulisan dan sampel	
5.	Senin/7 Maret 2022	BAB 3	Perbaikan penulisan dan lanjut ke bab IV	

Bengkulu, 2022
Pembimbing II

Rizky Hariyadi, M.Acc
NIP.198711262019031004



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

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anggun Septia Putri Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1811140007 Pembimbing II : Rizky Hariyadi, M. Acc
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	Jumat/22 April 2022	BAB IV	Perbaiki penulisan, hapus saja responden mahasiswa karena 0	
2.	Selasa/26 April 2022	BAB IV	Pahami kenapa faktor budaya, pribadi, psikologis berpengaruh dan faktor sosial tidak berpengaruh	
3.	Jumat/20 Mei 2022	BAB IV dan V	Acc dan lanjut ke pembimbing I	

Bengkulu, 2022
Pembimbing II

Rizky Hariyadi, M. Acc
NIP. 198711262019031004



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

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anggun Septia Putri

Program Studi : Perbankan Syariah

NIM : 1811140007

Pembimbing II : Andang Sunarto, Ph.D

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	7/3/22	bab 1, 2, 3	puji	SM
2.	8/3/22	bab 2, 7	puji	tri
3.	8/3/22	bab 3	puji	SM
4.	2/3/22	Revisi	puji	SM
5.	1/3/22	Ka		SM

Bengkulu, 9/3/2022
Pembimbing I

Andang Sunarto, Ph.D
NIP.197611242006041002



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

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anggun Septia Putri Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1811140007 Pembimbing I : Andang Sunarto, Ph.D
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	23/5/2022 Paba	Bab 1	paba	P.
2.	24/5/2022	Bab 2	paba	P.
3.	25/5/2022	Draft untuk abstrak	paba	P.
4.	25/5/2022	Abstrak	paba	P.
5.	27/5/2022	ku	ku	A.

Bengkulu, 27/5/2022
Pembimbing I

Andang Sunarto, Ph.D
NIP.197611242006041002

LEMBAR KUESIONER

Nama : Anggun Septia Putri
Nim : 1811140007
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah
Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi
Konsumen Al-Muawanaah Syariah UINFAS Bengkulu)

A. Data Pribadi Responden

Isilah dan lingkari jawaban yang menurut saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. Nama : Ugi
2. Apakah anda nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanaah Syariah UINFAS Bengkulu?
☒ a. Ya
b. Tidak
3. Jenis Kelamin :
a. Laki-laki
☒ b. Perempuan
4. Pekerjaan saudara saat ini :
a. Pelajar/Mahasiswa
b. PNS
c. Wiraswasta
d. Karyawan Swasta
☒ e. Lain-lain (sebutkan)
5. Pendapatan saudara saat ini:
a. < Rp 1.000.000
☒ b. Rp 1.000.000 – Rp 2.5000.000

- c. Rp 3.000.000 – 4.000.000
 - d. > 5.000.000
6. Sudah berapa lama saudara menjadi nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bemgkulu?
- a. < 1 tahun
 - ☒ b. 1 – 2 tahun.
 - c. 3 – 5 tahun
 - d. > 5 tahun
7. Berapa kali saudara menggunakan produk pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bemgkulu ?
- a. 1 kali
 - ☒ b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
 - e. > 4 kali
8. Dari mana saudara mengetahui produk layanan pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bemgkulu?
- a. Karyawan Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bemgkulu
 - b. Brosur
 - c. Internet dan Koran
 - ☒ d. Nasabah lain

B. Petunjuk

Jawablah pertanyaan ini dengan jujur, sesuai dengan apa yang anda rasakan dan perkiraan, setelah itu beri tanda ceklis (✓) pada kolom jawaban yang menurut anda paling sesuai

Keterangan

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- R : Ragu
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Faktor Sosial (X1)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah dipengaruhi oleh asepek keluarga yang memang telah percaya kepada layanan koperasi dengan menjadi nasabah					✓
2. Saya memilih pinjaman Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena terpengaruh dari orang-orang yang berada dilingkungan tempat tinggal saya.					✓
3. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena terpengaruh dari lingkungan kerja	✓				
4. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena mengetahui fasilitas pinjaman di koperasi dari teman atau kerabat.		✓			
Faktor Kebudayaan (X2)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya sudah terbiasa menggunakan jasa pinjaman Koperasi Konsumen Al-Muawanah untuk memenuhi kebutuhan.	✓				
2. Ditinjau dari kebiasaan masyarakat sekitar kampus UINFAS Bengkulu menggunakan jasa koperasi mempengaruhi saya untuk memilih pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah.		✓			
3. Pengetahuan saya terhadap produk-produk Koperasi					

Konsumen Al-Muawanah mempengaruhi saya untuk memilih pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah		✓			
4. Pengetahuan saya terhadap prinsip syariah yang diterapkan oleh Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu mempengaruhi saya untuk menggunakan jasanya		✓			
Faktor Pribadi (X3)	SS	S	RR	TS	STS
1. Ketertarikan saya dalam memilih pinjaman koperasi berasal dari pengalaman saya sendiri					✓
2. Gaya hidup saya mendorong saya untuk memenuhi kebutuhan melalui bantuan dari pinjaman koperasi.					✓
3. Saya memilih pinjaman koperasi karena saya mempercayai gaji pekerjaan saya mencukupi untuk membayar angsurannya.	✓				
4. Saya merasa umur saya telah mencukupi untuk menggunakan jasa pinjaman ini.		✓			
Faktor Psikologis (X4)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya memilih pembiayaan ini karena adanya ketertarikan atas penawaran melalui promosi dari pinjaman ini.	✓				
2. Saya memilih pembiayaan ini karena saya memahami ketentuan serta keuntungan dari produk tersebut.	✓				

3. Kejelasan mengenai informasi produk memotivasi saya untuk memilih pinjaman ini.	✓				
4. Saya memilih pinjaman ini karena saya percaya terhadap cara kerja pinjaman ini.	✓				

Sumber: Bella Suciati Agami, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil Fajar*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018).

Bengkulu, Maret 2022

Mengetahui

Pembimbing I



Andang Sunarto Ph.D
NIP: 197611242006041002

Pembimbing II



Rizky Hariyadi, M. Acc
NIP: 198711262019031004

LEMBAR KUESIONER

Nama : Anggun Septia Putri
Nim : 1811140007
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanaah Syariah UINFAS Bengkulu)

A. Data Pribadi Responden

Isilah dan lingkari jawaban yang menurut saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. Nama : **Budi DARMAWAN**
2. Apakah anda nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanaah Syariah UINFAS Bengkulu?
☒ a. Ya
b. Tidak
3. Jenis Kelamin :
☒ a. Laki-laki
b. Perempuan
4. Pekerjaan saudara saat ini :
a. Pelajar/Mahasiswa
b. PNS
c. Wiraswasta
☒ d. Karyawan Swasta
e. Lain-lain (sebutkan)
5. Pendapatan saudara saat ini:
a. < Rp 1.000.000
☒ b. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000

- c. Rp 3.000.000 – 4.000.000
 - d. > 5.000.000
6. Sudah berapa lama saudara menjadi nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bemgkulu?
- a. < 1 tahun
 - ☒ b. 1 – 2 tahun.
 - c. 3 – 5 tahun
 - d. > 5 tahun
7. Berapa kali saudara menggunakan produk pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bemgkulu ?
- a. 1 kali
 - ☒ b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
 - e. > 4 kali
8. Dari mana saudara mengetahui produk layanan pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bemgkulu?
- a. Karyawan Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bemgkulu
 - b. Brosur
 - c. Internet dan Koran
 - ☒ d. Nasabah lain

B. Petunjuk

Jawablah pertanyaan ini dengan jujur, sesuai dengan apa yang anda rasakan dan pekirakan, setelah itu beri tanda ceklis (✓) pada kolom jawaban yang menurut anda paling sesuai

Keterangan

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- R : Ragu
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Faktor Sosial (X1)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah dipengaruhi oleh asepek keluarga yang memang telah percaya kepada layanan koperasi dengan menjadi nasabah		✓			
2. Saya memilih pinjaman Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena terpengaruh dari orang-orang yang berada di lingkungan tempat tinggal saya.		✓			
3. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena terpengaruh dari lingkungan kerja	✓				
4. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena mengetahui fasilitas pinjaman di koperasi dari teman atau kerabat.		✓			
Faktor Kebudayaan (X2)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya sudah terbiasa menggunakan jasa pinjaman Koperasi Konsumen Al-Muawanah untuk memenuhi kebutuhan.		✓			
2. Ditinjau dari kebiasaan masyarakat sekitar kampus UINFAS Bengkulu menggunakan jasa koperasi mempengaruhi saya untuk memilih pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah.	✓				
3. Pengetahuan saya terhadap produk-produk Koperasi					

Konsumen Al-Muawanah mempengaruhi saya untuk memilih pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah				✓	
4. Pengetahuan saya terhadap prinsip syariah yang diterapkan oleh Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu mempengaruhi saya untuk menggunakan jasanya				✓	
Faktor Pribadi (X3)	SS	S	RR	TS	STS
1. Ketertarikan saya dalam memilih pinjaman koperasi berasal dari pengalaman saya sendiri				✓	
2. Gaya hidup saya mendorong saya untuk memenuhi kebutuhan melalui bantuan dari pinjaman koperasi.		✓			
3. Saya memilih pinjaman koperasi karena saya mempercayai gaji pekerjaan saya mencukupi untuk membayar angsurannya.		✓			
4. Saya merasa umur saya telah mencukupi untuk menggunakan jasa pinjaman ini.		✓			
Faktor Psikologis (X4)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya memilih pembiayaan ini karena adanya ketertarikan atas penawaran melalui promosi dari pinjaman ini.	✓				
2. Saya memilih pembiayaan ini karena saya memahami ketentuan serta keuntungan dari produk tersebut.	✓				

3. Kejelasan mengenai informasi produk memotivasi saya untuk memilih pinjaman ini.		✓			
4. Saya memilih pinjaman ini karena saya percaya terhadap cara kerja pinjaman ini.		✓			

Sumber: Bella Suciati Agami, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil Fajar*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018).

Bengkulu, Maret 2022

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II



Andang Sunarto Ph.D
NIP: 197611242006041002



Rizky Hariyadi, M. Acc
NIP: 198711262019031004

LEMBAR KUESIONER

Nama : Anggun Septia Putri

Nim : 1811140007

Prodi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah
Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi
Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu)

A. Data Pribadi Responden

Isilah dan lingkari jawaban yang menurut saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. Nama : SUS MARTINI

2. Apakah anda nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu?

☒ a. Ya

b. Tidak

3. Jenis Kelamin :

a. Laki-laki

☒ b. Perempuan

4. Pekerjaan saudara saat ini :

a. Pelajar/Mahasiswa

b. PNS

c. Wiraswasta

d. Karyawan Swasta

☒ e. Lain-lain (sebutkan)

5. Pendapatan saudara saat ini:

a. < Rp 1.000.000

☒ b. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000

- c. Rp 3.000.000 – 4.000.000
 - d. > 5.000.000
6. Sudah berapa lama saudara menjadi nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawannah UINFAS Bemgkulu?
- a. < 1 tahun
 - b. 1 – 2 tahun.
 - c. 3 – 5 tahun
 - d. > 5 tahun
7. Berapa kali saudara menggunakan produk pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawannah UINFAS Bemgkulu ?
- a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
 - e. > 4 kali
8. Dari mana saudara mengetahui produk layanan pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawannah UINFAS Bemgkulu?
- a. Karyawan Koperasi Konsumen Al-Muawannah UINFAS Bemgkulu
 - b. Brosur
 - c. Internet dan Koran
 - d. Nasabah lain

B. Petunjuk

Jawablah pertanyaan ini dengan jujur, sesuai dengan apa yang anda rasakan dan perkiraan, setelah itu beri tanda ceklis (✓) pada kolom jawaban yang menurut anda paling sesuai

Keterangan

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- R : Ragu
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Faktor Sosial (X1)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah dipengaruhi oleh asepek keluarga yang memang telah percaya kepada layanan koperasi dengan menjadi nasabah					✓
2. Saya memilih pinjaman Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena terpengaruh dari orang-orang yang berada dilingkungan tempat tinggal saya.					✓
3. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena terpengaruh dari lingkungan kerja	✓				
4. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena mengetahui fasilitas pinjaman di koperasi dari teman atau kerabat.	✓				
Faktor Kebudayaan (X2)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya sudah terbiasa menggunakan jasa pinjaman Koperasi Konsumen Al-Muawanah untuk memenuhi kebutuhan.	✓				
2. Ditinjau dari kebiasaan masyarakat sekitar kampus UINFAS Bengkulu menggunakan jasa koperasi mempengaruhi saya untuk memilih pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah.	✓				
3. Pengetahuan saya terhadap produk-produk Koperasi		✓			

Konsumen Al-Muawanah mempengaruhi saya untuk memilih pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah		✓			
4. Pengetahuan saya terhadap prinsip syariah yang diterapkan oleh Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UNFAS Bengkulu mempengaruhi saya untuk menggunakan jasanya		✓			
Faktor Pribadi (X3)	SS	S	RR	TS	STS
1. Ketertarikan saya dalam memilih pinjaman koperasi berasal dari pengalaman saya sendiri	✓				
2. Gaya hidup saya mendorong saya untuk memenuhi kebutuhan melalui bantuan dari pinjaman koperasi.	✓				
3. Saya memilih pinjaman koperasi karena saya mempercayai gaji pekerjaan saya mencukupi untuk membayar angsurannya.	✓				
4. Saya merasa umur saya telah mencukupi untuk menggunakan jasa pinjaman ini.	✓				
Faktor Psikologis (X4)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya memilih pembiayaan ini karena adanya ketertarikan atas penawaran melalui promosi dari pinjaman ini.		✓			
2. Saya memilih pembiayaan ini karena saya memahami ketentuan serta keuntungan dari produk tersebut.		✓			

3. Kejelasan mengenai informasi produk memotivasi saya untuk memilih pinjaman ini.		✓			
4. Saya memilih pinjaman ini karena saya percaya terhadap cara kerja pinjaman ini.		✓			

Sumber: Bella Suciati Agami, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil Fajar*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018).

Bengkulu, Maret 2022

Mengetahui

Pembimbing I



Andang Sunarto Ph.D
NIP: 197611242006041002

Pembimbing II



Rizky Hariyadi, M. Acc
NIP: 198711262019031004

LEMBAR KUESIONER

Nama : Anggun Septia Putri

Nim : 1811140007

Prodi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan (Studi Pada Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu)

A. Data Pribadi Responden

Isilah dan lingkari jawaban yang menurut saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. Nama : *Elviana*

2. Apakah anda nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu?

☒ a. Ya

b. Tidak

3. Jenis Kelamin :

a. Laki-laki

☒ b. Perempuan

4. Pekerjaan saudara saat ini :

a. Pelajar/Mahasiswa

b. PNS

c. Wiraswasta

☒ d. Karyawan Swasta

e. Lain-lain (sebutkan)

5. Pendapatan saudara saat ini:

a. < Rp 1.000.000

☒ b. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000

- c. Rp 3.000.000 – 4.000.000
 - d. > 5.000.000
6. Sudah berapa lama saudara menjadi nasabah Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bcmgkulu?
- a. < 1 tahun
 - ☒ b. 1 – 2 tahun.
 - c. 3 – 5 tahun
 - d. > 5 tahun
7. Berapa kali saudara menggunakan produk pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bcmgkulu ?
- a. 1 kali
 - ☒ b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
 - e. > 4 kali
8. Dari mana saudara mengetahui produk layanan pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bcmgkulu?
- a. Karyawan Koperasi Konsumen Al-Muawanah UINFAS Bcmgkulu
 - b. Brosur
 - c. Internet dan Koran
 - ☒ d. Nasabah lain

B. Petunjuk

Jawablah pertanyaan ini dengan jujur, sesuai dengan apa yang anda rasakan dan perkiraan, setelah itu beri tanda ceklis (✓) pada kolom jawaban yang menurut anda paling sesuai

Keterangan

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
R : Ragu
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Faktor Sosial (X1)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah dipengaruhi oleh asepek keluarga yang memang telah percaya kepada layanan koperasi dengan menjadi nasabah					✓
2. Saya memilih pinjaman Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena terpengaruh dari orang-orang yang berada dilingkungan tempat tinggal saya.					✓
3. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena terpengaruh dari lingkungan kerja	✓				
4. Saya memilih pinjaman di Koperasi Konsumen Al-Muawanah karena mengetahui fasilitas pinjaman di koperasi dari teman atau kerabat.	✓				
Faktor Kebudayaan (X2)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya sudah terbiasa menggunakan jasa pinjaman Koperasi Konsumen Al-Muawanah untuk memenuhi kebutuhan.	✓				
2. Ditinjau dari kebiasaan masyarakat sekitar kampus UINFAS Bengkulu menggunakan jasa koperasi mempengaruhi saya untuk memilih pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah.	✓				
3. Pengetahuan saya terhadap produk-produk Koperasi		✓			

Konsumen Al-Muawanah mempengaruhi saya untuk memilih pembiayaan di Koperasi Konsumen Al-Muawanah					
4. Pengetahuan saya terhadap prinsip syariah yang diterapkan oleh Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah UINFAS Bengkulu mempengaruhi saya untuk menggunakan jasanya	✓				
Faktor Pribadi (X3)	SS	S	RR	TS	STS
1. Ketertarikan saya dalam memilih pinjaman koperasi berasal dari pengalaman saya sendiri	✓				
2. Gaya hidup saya mendorong saya untuk memenuhi kebutuhan melalui bantuan dari pinjaman koperasi.	✓				
3. Saya memilih pinjaman koperasi karena saya mempercayai gaji pekerjaan saya mencukupi untuk membayar angsurannya.	✓				
4. Saya merasa umur saya telah mencukupi untuk menggunakan jasa pinjaman ini.	✓				
Faktor Psikologis (X4)	SS	S	RR	TS	STS
1. Saya memilih pembiayaan ini karena adanya ketertarikan atas penawaran melalui promosi dari pinjaman ini.					✓
2. Saya memilih pembiayaan ini karena saya memahami ketentuan serta keuntungan dari produk tersebut.	✓				

3. Kejelasan mengenai informasi produk memotivasi saya untuk memilih pinjaman ini.	✓				
4. Saya memilih pinjaman ini karena saya percaya terhadap cara kerja pinjaman ini.	✓				

Sumber: Bella Suciati Agami, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap*

Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul

Maal Wat Tamwil Fajar, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam, 2018).

Bengkulu, Maret 2022

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II



Andang Sunarto Ph.D
NIP: 197611242006041002



Rizky Hariyadi, M. Acc
NIP: 198711262019031004

Uji Validitas Faktor Sosial (X1)

Correlations						
		VAR0000 1	VAR0000 2	VAR0000 3	VAR0000 4	VAR0000 5
VAR00001	Pearson Correlation	1	.744**	.145	-.130	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.212	.262	.000
	N	76	76	76	76	76
VAR00002	Pearson Correlation	.744**	1	-.299**	-.111	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.338	.000
	N	76	76	76	76	76
VAR00003	Pearson Correlation	.145	-.299**	1	-.057	.247*
	Sig. (2-tailed)	.212	.009		.625	.031
	N	76	76	76	76	76
VAR00004	Pearson Correlation	-.130	-.111	-.057	1	.236*
	Sig. (2-tailed)	.262	.338	.625		.040
	N	76	76	76	76	76
VAR00005	Pearson Correlation	.889**	.736**	.247*	.236*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.031	.040	
	N	76	76	76	76	76
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Uji Validitas Faktor Budaya (X2)

Correlations						
		VAR0000 1	VAR0000 2	VAR0000 3	VAR0000 4	VAR0000 5
VAR0000 1	Pearson Correlation	1	.091	-.021	.218	.546**
	Sig. (2-tailed)		.436	.857	.059	.000
	N	76	76	76	76	76

Uji Validitas Faktor Psikologis (X4)

Correlations						
		VAR0001 6	VAR0001 7	VAR0001 8	VAR0001 9	VAR0002 0
VAR0001 6	Pearson Correlation	1	-.119	.264*	.058	.598**
	Sig. (2-tailed)		.308	.021	.620	.000
	N	76	76	76	76	76
VAR0001 7	Pearson Correlation	-.119	1	-.172	.124	.392**
	Sig. (2-tailed)	.308		.138	.286	.000
	N	76	76	76	76	76
VAR0001 8	Pearson Correlation	.264*	-.172	1	.115	.594**
	Sig. (2-tailed)	.021	.138		.324	.000
	N	76	76	76	76	76
VAR0001 9	Pearson Correlation	.058	.124	.115	1	.504**
	Sig. (2-tailed)	.620	.286	.324		.000
	N	76	76	76	76	76
VAR0002 0	Pearson Correlation	.598**	.392**	.594**	.504**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

**.

Uji Reliabilitas Faktor Sosial (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.304	4

Uji Reliabilitas Faktor Budaya (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.333	4

Uji Reliabilitas Faktor Pribadi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.237	4

Uji Reliabilitas Faktor Psikologis (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.349	4

DOKUMENTASI















TABEL TABULASI FAKTOR SOSIAL

Faktor Sosial					
NO RESPONDEN	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1	5	5	5	4	19
2	1	1	5	3	10
3	1	1	5	5	12
4	1	1	5	5	12
5	4	4	5	4	17
6	1	1	5	5	12
7	1	1	4	4	10
8	1	3	5	5	14
9	1	1	5	5	12
10	1	1	5	4	11
11	2	3	4	5	14
12	1	2	4	4	11
13	4	4	4	5	17
14	4	4	5	5	18
15	2	3	4	4	13
16	2	2	4	5	13
17	5	3	5	4	17
18	2	2	4	3	11
19	4	5	5	4	18
20	1	1	5	5	12
21	4	4	4	4	16
22	1	1	5	4	11
23	4	2	4	4	14
24	1	1	5	4	11
25	1	1	5	5	12
26	2	3	4	5	14
27	1	2	4	5	12
28	4	4	4	5	17
29	4	4	5	4	17

30	1	1	5	5	12
31	1	1	4	1	7
32	1	3	5	4	13
33	1	1	5	5	12
34	1	1	5	4	11
35	5	3	5	4	17
36	2	2	4	4	12
37	4	5	5	4	18
38	1	1	5	5	12
39	4	4	4	3	15
40	1	1	5	4	11
41	5	5	5	4	19
42	1	1	5	5	12
43	1	1	5	5	12
44	1	1	5	3	10
45	4	4	5	1	14
46	1	1	5	2	9
47	5	4	5	3	17
48	1	4	1	3	9
49	4	3	5	4	16
50	1	2	5	4	12
51	2	3	4	1	10
52	1	2	4	4	11
53	4	4	4	5	17
54	4	4	5	4	17
55	2	4	3	4	13
56	2	2	4	5	13
57	1	1	5	5	12
58	5	4	5	3	17
59	1	4	1	5	11
60	4	3	5	4	16
61	1	2	5	1	9
62	2	2	4	2	10

63	3	4	2	4	13
64	3	3	5	4	15
65	4	3	5	3	15
66	4	4	4	5	17
67	4	4	5	4	17
68	2	4	3	4	13
69	2	2	4	5	13
70	1	1	5	5	12
71	5	4	5	3	17
72	1	4	1	5	11
73	3	4	4	5	16
74	2	4	5	3	14
75	2	4	3	4	13
76	2	1	4	5	12

TABEL TABULASI FAKTOR BUDAYA

Faktor Budaya					
NO RESPONDEN	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	4	3	3	3	13
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	4	5	4	4	17
6	5	5	5	5	20
7	4	5	5	5	19
8	4	4	5	4	17
9	4	2	4	4	14
10	5	4	5	5	19
11	4	3	3	4	14
12	4	4	2	4	14
13	4	2	4	4	14
14	4	4	3	4	15
15	4	3	4	4	15
16	4	5	4	4	17
17	4	4	3	4	15
18	4	2	2	4	12
19	4	4	2	4	14
20	5	5	4	4	18
21	4	5	4	5	18
22	5	5	4	5	19
23	4	4	4	4	16
24	3	4	5	2	14
25	4	2	4	5	15
26	2	5	3	4	14
27	3	4	4	2	13
28	4	4	5	2	15

29	5	2	3	4	14
30	4	4	2	4	14
31	3	4	4	4	15
32	2	2	3	4	11
33	5	3	4	4	16
34	2	3	5	1	11
35	4	5	3	4	16
36	4	5	2	5	16
37	4	4	4	3	15
38	4	4	3	4	15
39	4	4	4	2	14
40	5	5	2	4	16
41	4	3	2	4	13
42	5	5	4	4	18
43	4	4	4	4	16
44	5	3	3	4	15
45	4	4	5	4	17
46	3	5	2	4	14
47	2	4	5	5	16
48	5	3	2	5	15
49	2	3	3	4	12
50	4	5	4	4	17
51	4	5	4	2	15
52	4	4	4	3	15
53	4	5	5	2	16
54	4	4	3	5	16
55	3	2	3	5	13
56	4	3	2	3	12
57	5	3	3	4	15
58	4	4	4	2	14
59	3	4	3	4	14
60	2	4	5	4	15

61	5	4	4	4	17
62	3	4	3	3	13
63	4	3	4	3	14
64	4	5	4	5	18
65	3	4	3	4	14
66	4	5	5	2	16
67	4	4	3	5	16
68	3	4	3	5	15
69	4	3	2	3	12
70	5	3	3	4	15
71	4	3	4	2	13
72	3	4	3	4	14
73	3	5	5	2	15
74	5	4	3	5	17
75	3	4	3	5	15
76	4	4	3	2	13

TABEL TABULASI FAKTOR PRIBADI

Faktor Pribadi					
NO RESPONDEN	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
1	4	4	5	5	18
2	3	4	4	4	15
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	2	3	4	4	13
6	5	5	5	5	20
7	4	4	5	5	18
8	5	4	4	4	17
9	5	5	4	4	18
10	5	4	5	5	19
11	5	4	4	5	18
12	2	3	4	5	14
13	3	3	4	3	13
14	4	3	4	4	15
15	4	5	4	4	17
16	4	3	4	4	15
17	4	4	4	3	15
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	2	14
20	5	5	5	5	20
21	4	2	5	5	16
22	5	3	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	4	2	5	14
25	2	4	4	5	15
26	4	4	3	3	14
27	5	2	4	1	12
28	4	4	5	4	17

29	4	4	4	5	17
30	3	1	5	4	13
31	4	2	4	1	11
32	3	1	5	5	14
33	5	1	5	4	15
34	2	3	4	3	12
35	4	2	4	5	15
36	4	4	4	3	15
37	3	4	4	4	15
38	4	3	4	3	14
39	4	5	4	4	17
40	4	2	4	4	14
41	5	5	5	3	18
42	2	2	5	5	14
43	5	3	4	4	16
44	4	4	4	2	14
45	3	4	2	5	14
46	2	4	4	5	15
47	4	4	5	4	17
48	3	1	5	5	14
49	5	4	5	4	18
50	2	4	1	5	12
51	4	3	5	4	16
52	3	2	5	3	13
53	2	3	4	5	14
54	1	2	4	3	10
55	4	2	4	4	14
56	4	3	4	5	16
57	3	4	5	4	16
58	4	2	4	5	15
59	4	5	2	4	15
60	4	2	4	4	14

61	5	5	5	5	20
62	3	2	3	4	12
63	4	3	5	5	17
64	5	4	3	3	15
65	3	4	3	5	15
66	2	3	4	5	14
67	3	2	4	5	14
68	2	2	4	4	12
69	4	3	4	4	15
70	3	4	5	4	16
71	4	2	4	5	15
72	4	5	2	4	15
73	2	3	4	5	14
74	2	2	4	5	13
75	3	2	4	4	13
76	4	3	4	3	14

TABEL TABULASI FAKTOR PSIKOLOGIS

Faktor Pribadi					
NO RESPONDEN	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL
1	5	4	4	4	17
2	5	3	3	3	11
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	5	4	4	4	17
6	4	5	5	5	19
7	2	5	5	5	17
8	1	5	4	4	14
9	4	4	4	4	16
10	3	5	5	4	17
11	4	3	4	5	16
12	3	2	4	4	13
13	4	4	4	4	16
14	2	3	4	4	13
15	3	4	4	5	16
16	3	4	4	5	16
17	4	3	4	4	15
18	3	2	4	4	13
19	3	2	4	4	13
20	4	4	4	4	16
21	4	4	5	5	18
22	2	4	5	4	15
23	2	4	4	4	14
24	1	5	2	5	13
25	1	4	5	5	15
26	1	3	4	4	12
27	1	4	2	4	11
28	1	5	2	4	12

29	4	3	4	5	16
30	3	2	4	4	13
31	4	4	4	4	16
32	2	3	4	4	13
33	3	4	4	5	16
34	2	5	3	4	14
35	4	3	4	5	16
36	3	2	5	4	14
37	4	4	3	4	15
38	2	3	4	4	13
39	3	4	2	5	14
40	3	2	4	5	14
41	2	2	4	5	13
42	3	4	4	5	16
43	3	4	4	4	15
44	4	3	4	5	16
45	4	5	4	4	17
46	4	2	4	4	14
47	5	5	5	5	20
48	3	2	5	5	15
49	5	3	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	4	4	2	5	15
52	3	4	3	5	15
53	2	5	2	4	13
54	4	3	5	5	17
55	3	3	5	4	15
56	4	2	3	4	13
57	2	3	4	4	13
58	3	4	2	5	14
59	3	3	4	5	15
60	2	5	4	5	16

61	3	4	4	5	16
62	4	3	3	4	14
63	2	4	3	3	12
64	4	4	5	3	16
65	3	3	4	2	12
66	2	5	2	4	13
67	4	3	5	5	17
68	3	3	5	4	15
69	4	2	3	4	13
70	2	3	4	4	13
71	3	4	2	5	14
72	3	3	4	5	15
73	2	5	2	4	13
74	3	3	5	5	16
75	3	3	5	4	15
76	3	3	2	4	12