



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK
MUAMALAT KC MEDAN BALAI KOTA
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Persyaratan
Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

ABDULLAH
NPM : 1415210062

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCABUDI
MEDAN
2020**

ABSTRAK

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan Multifinance Syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Permasalahan yang mendasari penelitian ini faktor sosial, budaya, dan psikologi serta bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden sebanyak 100 responden. Hasil uji F menghasilkan nilai Fhitung sebesar 2477,613 dengan tingkat signifikan 0,00. Karena Fhitung $2477,613 > F_{tabel} 2.47$ dan probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,00 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil secara serempak dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung. Hasil uji t variabel Faktor Budaya nilai thitung $7,129 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung. Hasil uji t variabel variabel Faktor Sosial nilai thitung $2,435 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,017 > 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung. Hasil uji t variabel variabel Faktor Psikologi nilai thitung $22,441 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung. Hasil uji t variabel variabel Bagi Hasil nilai thitung $0.064 < t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,949 > 0,05$, artinya secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan dari Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung. Sedangkan besarnya adjusted R square sebesar 0,990 hal ini berarti 99,0% variasi Keputusan Menabung yang bisa dijelaskan dengan variabel independen Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil, sedangkan sisanya ($100\% - 99,0\% = 1,0\%$) dapat dijelaskan dengan variabel independen lainnya

Kata Kunci : Faktor Sosial, Budaya, Psikologi, Bagi Hasil Dan Keputusan Menabung

ABSTRACT

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) began its business journey as the first Islamic bank in Indonesia. Bank Muamalat Indonesia continues to innovate and issue financial products such as Sharia Insurance (Takaful Insurance), Muamalat Financial Institution Pension Fund (DPLK Muamalat) and Multifinance Sharia (Al-IjarahIndonesia Finance) which are all breakthroughs in Indonesia. The problems that underlie this research are social factors, culture, and psychology as well as profit sharing influence customers on saving decisions at Bank Muamalat KC Medan Medan City Hall. The data collection techniques in this study were conducted by questionnaire by distributing a list of questions to respondents of 100 respondents. The F test results produce a Fcount value of 2477,613 with a significant level of 0.00. Because Fcount 2477.613 > Ftable 2.47 and the significant probability is much smaller than 0.05 which is 0.00 < 0.05, the regression model can be said that Cultural Factors, Social Factors, Psychological Factors, Profit Sharing simultaneously and significantly influence on Savings Decision. T-test results of Cultural Factors variable value of tcount 7.129 > t table 1.661 with a significant 0.000 < 0.05, meaning that partially there is a positive and significant influence of Cultural Factors on Savings Decisions. T-test results for Social Factor variables t-value of 2,435 > t table 1.661 with a significant 0.017 > 0.05, meaning that partially there is a positive and significant influence of Social Factors on Savings Decisions. The t test results for the Psychological Factor variable tcount value of 22.444 > t table 1.661 with a significant 0.000 < 0.05, meaning that partially there is a positive and significant influence of Psychological Factors on Savings Decisions. T test results for the variable variable Profit Sharing t value of 0.064 < t table 1.661 with a significant 0.949 > 0.05, meaning that partially no effect and significant of the Profit Sharing Against Savings Decisions. While the size of the adjusted R square of 0.990 this means that 99.0% of Savings Decision variations can be explained by independent variables Cultural Factors, Social Factors, Psychological Factors, Profit Sharing, while the rest (100% - 99.0% = 1.0%) can be explained by other independent variables

Keywords: Social Factors, Culture, Psychology, Profit Sharing and Savings Decisions

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Keaslian Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Keputusan Nasabah Menabung	9
a. Pengertian Keputusan Nasabah Menabung.....	9
b. Proses Pengambilan Keputusan	14
2. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung.....	15
a. Faktor budaya	16
b. Faktor Sosial.....	17
c. Faktor Pribadi	18
d. Faktor Psikologis	20
e. Bagi Hasil	21
B. Penelitian Sebelumnya.....	22
C. Kerangka Konseptual.....	24
D. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Pendekatan Penelitan	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel /Jenis dan Sumber Data.....	28
D. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32

F. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Sejarah Singkat PT. Bank Muamalat Cabang Medan Balaikota	39
2. Visi dan Misi Bank Muamalat.....	41
3. Logo dan Makna dari Logo PT. Bank Muamalat Cabang Medan Balaikota	42
4. Organisasi dan Manajemen	42
5. Penyajian Data.....	52
6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	68
7. Teknik Analisis Data	70
8. Analisis dan Evaluasi	73
9. Pengujian Hipotesis.....	74
B. Pembahasan Hasil Penelitian	79
1. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung	79
2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung	79
3. Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung	80
4. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung	80
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 81
A. Simpulan.....	81
B. Saran.....	82
 DAFTAR PUSTAKA	 84
LAMPIRAN.....	86
 BIODATA	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Jumlah Nasabah Tabungan dan Jumlah Saldo Tabungan Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan dari Tahun 2013-2017	4
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya.....	23
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian Tahun 2020	27
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 3.3	Skor Berdasarkan Skala Likert	32
Tabel 4.1	Hasil jawaban responden tentang X1.1	53
Tabel 4.2	Hasil jawaban responden tentang X1.2	53
Tabel 4.3	Hasil jawaban responden tentang X1.3	54
Tabel 4.4	Hasil jawaban responden tentang X1.4	54
Tabel 4.5	Hasil jawaban responden tentang X2.1	55
Tabel 4.6	Hasil jawaban responden tentang X2.2	55
Tabel 4.7	Hasil jawaban responden tentang X2.3	56
Tabel 4.8	Hasil jawaban responden tentang X2.4	56
Tabel 4.9	Hasil jawaban responden tentang X2.5	57
Tabel 4.10	Hasil jawaban responden tentang X3.1	57
Tabel 4.11	Hasil jawaban responden tentang X3.2	58
Tabel 4.12	Hasil jawaban responden tentang X3.3	58
Tabel 4.13	Hasil jawaban responden tentang X3.4	59
Tabel 4.14	Hasil jawaban responden tentang X3.5	59
Tabel 4.15	Hasil jawaban responden tentang X3.6	60
Tabel 4.16	Hasil jawaban responden tentang X3.7	60
Tabel 4.17	Hasil jawaban responden tentang X3.8	61
Tabel 4.18	Hasil jawaban responden tentang X4.1	61
Tabel 4.19	Hasil jawaban responden tentang X4.2	62
Tabel 4.20	Hasil jawaban responden tentang X4.3	62
Tabel 4.21	Hasil jawaban responden tentang X4.4	63
Tabel 4.22	Hasil jawaban responden tentang X4.5	63
Tabel 4.23	Hasil jawaban responden tentang X4.6	64
Tabel 4.24	Hasil jawaban responden tentang X4.7	64
Tabel 4.25	Hasil jawaban responden tentang Y.1	65
Tabel 4.26	Hasil jawaban responden tentang Y.2	65
Tabel 4.27	Hasil jawaban responden tentang Y.3	66
Tabel 4.28	Hasil jawaban responden tentang Y.4	66
Tabel 4.29	Hasil jawaban responden tentang Y.5	67
Tabel 4.30	Hasil jawaban responden tentang Y.6	67
Tabel 4.31	Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.32	Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.33	Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.34	Descriptive Statistics.....	73
Tabel 4.35	Hasil Uji F	74
Tabel 4.36	Hasil Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4.37	Hasil Uji-t	76
Tabel 4.38	Hasil Uji Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	13
Gambar 2.2	Langkah- langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian ...	15
Gambar 2.3	Kerangka Konseptua	25
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Gambar 4.3	Uji Normalitas	72

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang paling indah selain puji dan rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, sehingga tidak ada setetes embun pun dan segelintir jiwa manusia yang lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul : *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan*

Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan tulus dan ikhlas kepada :

Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan

Ibu Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Bapak Bakhtiar Efendi. S.E., M.SI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan sekaligus selaku pembimbing II saya telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam proses penyusunan skripsi ini..

Bapak Dr. M. Toyib Daulay, S.E., M.M, selaku pembimbing I saya yang telah sabar dan dengan cermat memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Seluruh jajaran pengajar Dosen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, namun setiap ilmu yang diberikan sungguh sangat berhargadan merupakan kesatuan bekal bagi Penulis di masa depan. Serta

seluruh Pegawai Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang secara langsung maupun tidak langsung banyak membantu penulis selama perkuliahan. Ibu Pimpinan Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan, yang telah memberikan waktunya dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis.

Seluruh Keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dorongan baik materi maupun spritnya dalam menyelesaikan studi di Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Pancabudi Medan

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan yang harus disempurnakan dari skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya dan membuka diri untuk segala kritikan dan masukan yang dapat membangun dan meningkatkan kualitas skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kepentingan ilmu di masa depan.

Medan,17 Mei 2020

Penulis

(Abdullah)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk fasilitas pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan. Bank adalah lembaga keuangan yang memiliki peran sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak yang menghimpun dana dengan pihak yang membutuhkan dana. (*deficit spending unit*). Taswan (2010: 6-7).

Pada perbankan konvensional masyarakat menempatkan dana bank dengan imbalan bunga tetap sejak awal dan semua produk berbasis bunga (Ifham, 2015: 60). Sistem berbasis bunga pada bank konvensional tersebut ternyata belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan nasabah sebagai konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari kebutuhan masyarakat yang beragama Islam, dimana dalam keyakinan Islam tidak diperbolehkan adanya sistem riba. Memungut atau mendapatkan keuntungan berupa riba pinjaman adalah haram, ini dipertegas dalam surat Al-Baqarah ayat 275: “ ... Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”. Lestari (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas Brawijaya Malang) yang menunjukkan hasil bahwa preferensi utama menabung mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas Brawijaya Malang pada perbankan syariah adalah karena kepatuhan agama.

Perbankan syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum islam). Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau disebut dengan kata lain riba. Hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI nomor 1 tahun 2004 tentang bunga yang intinya mengharamkan bunga bank yang didalamnya terdapat unsur – unsur riba. Larangan pemungutan riba yang menjadi ciri utama Bank Syariah pun ternyata memiliki akar pada ajaran-ajaran agama non islam.

Pelarangan pemungutan riba seperti terdapat dalam Al-Qur'an QS. Al-Baqarah 2:275-276, ternyata dapat pula kita temukan pada kitab Injil berbahasa Inggris edisi revisi, Eksodus 22:25 dan Eutronomi 23: 19-20. Konsep riba dalam agama Hindu dan Budha terdapat pada Laws of Manu, sedangkan konsep riba Yahudi terdapat pada Keluaran 22: 25 dan Imamat 25: 35-37. (Mutasowifin, 2003:32-34).

Kelahiran bank berbasis syariah di Indonesia diawali dengan disahkannya UU No. 7/1992. Selama kurun waktu 20 tahun sejak diberlakukannya UU tersebut, pelaku bank berbasis syariah di Indonesia terus bertambah. Fungsi intermediasi perbankan terus berjalan dengan baik dengan FDR di atas 100 %. Pembiayaan produktif (modal kerja dan investasi) terus meningkat melebihi 70% dari total pembiayaan yang disalurkan oleh perbankan syariah. Menurut data Bank Indonesia, kini sudah ada 11 Bank Umum Ssyariah (BUS), 24 Bank Syariah dalam bentuk Unit Usaha Syariah (UUS), dan 156 BPRS, dengan jaringan kantor meningkat dari 1.692 kantor di tahun sebelumnya menjadi 2.574 di tahun 2012, Dengan demikian jumlah jaringan kantor layanan perbankan syariah meningkat sebesar 25,31%. (Data diperoleh pada 17 Desember 2012).

Menurut Karmen dan Antonio, terdapat dua pengertian antara Bank Islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syari'ah Islam. Bank Islam adalah :

1. Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip –prinsip islam.;
2. Bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al – Qur'an dan hadist.

Sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syariah Islam, adalah :Bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan–ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara islam, Yaitu menjauhi praktek–praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur–unsur riba untuk diisi dengan kegiatan–kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan. Masih banyak definisi mengenai bank syari'ah yang telah dikemukakan oleh para ahli yang pada dasarnya definisi-definisi tersebut tidak berbeda antara satu dengan yang lain yaitu cara operasionalnya sesuai dengan prinsip syari'ah Islam.

Bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Bank ini berdiri pada tahun 1991 dan mulai beroperasi pada tahun 1992. Prakarsa pendirian bank ini datang dari MUI dan Pemerintah Indonesia. Pada saat itu, bank yang berprinsip syariah ini belum disebut Bank Syariah. Ia masih disebut bank berprinsip bagi hasil sesuai dengan UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Sejak tahun 2000, Bank Muamalat bisa dibilang berjuang sendirian menjalankan operasional banknya dengan prinsip syariah. Munculnya krisis moneter di Indonesia pada tahun 1997 mungkin bisa dikatakan sebagai ibrah atau hikmah tersembunyi bagi pertumbuhan Bank Syariah, sebab melalui krisis itu Allah seolah ingin menunjukkan bahwa syariahNya begitu maslahat dan berkah

Bank Muamalat telah memenuhi persyaratan untuk disebut sebagai bank syari'ah. Ekonomi yang berdasarkan syari'ah Islam ditentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari lima utama akad, Bersumber dari kelima akad utama inilah dapat ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syari'ah dan lembaga keuangan bukan bank syari'ah untuk dioperasionalkan.

Meskipun Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan belum termasuk ke bank umum, namun Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan mampu bersaing dengan bank lainnya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah nasabah yang selalu meningkat setiap tahunnya. Berikut ini adalah tabel yang merupakan jumlah nasabah tabungan dan jumlah saldo tabungan Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan dari tahun 2013-2017.

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah Tabungan dan Jumlah Saldo Tabungan Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan dari Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase (%)	Jumlah Saldo (Rp)	Persentase (%)
2013	11.706	-	23.800.829.993	-
2014	13.553	13.55%	23.636.198.146	2.26%
2015	14.622	14.56%	28.229.308.183	2.82%
2016	14.944	14.84%	29.374.974.879	2.94%
2017	16.606	14.60%	35.072.073.968	3.50%

Data Jumlah Nasabah diambil pada 30 November 2017

Berdasarkan tabel 1.1 di atas tergambar bahwa jumlah nasabah tabungan Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan dari tahun 2013-2017 mengalami peningkatan, sedangkan jumlah saldo tabungan mengalami fluktuasi. Pada tahun 2014 dilihat dari tabel di atas jumlah saldo mengalami penurunan sebesar Rp 164,361,847 dan sampai tahun 2017 saldo rekening tabungan terus mengalami peningkatan. Dari hal tersebut pasti banyak faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk

menabung. Maka dari itu perlu dikaji lebih mendalam mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis membuat judul penelitian *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan”*.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas ,dapat diidentifikasi penelitian ini sebagai berikut :

- a. Persaingan antar perusahaan semakin ketat dan konsumen dibanjiri oleh banyak pilihan sehingga mempengaruhi keputusan konsumen.
- b. Keputusan pembelian jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui suatu proses dan dipengaruhi oleh berbagai faktor.
- c. Keputusan membeli suatu produk atau jasa ada pada diri konsumen itu sendiri.

1. Batasan Masalah

Berdasarkan dari hasil-hasil penelitian yang telah pernah dilakukan, dapat terlihat bahwa sangat banyak faktor yang mempengaruhi atau melatar belakangi sebuah perilaku konsumen dalam mengambil sebuah keputusan menggunakan suatu produk atau jasa. Agar permasalahan tidak terlalu luas maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan pada faktor-faktor yang diteliti hanya terbatas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah secara umum yang

meliputi : Faktor Sosial, Budaya, dan Psikologi, serta Bagi Hasil sebagai variabel independen sedangkan untuk variabel dependen adalah keputusan nasabah.

A. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan tersebut, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah faktor sosial mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
2. Apakah faktor budaya mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
3. Apakah faktor psikologi mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
4. Apakah bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
5. Apakah faktor sosial, budaya, dan psikologi serta bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis faktor sosial mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
- b. Untuk menganalisis faktor budaya mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan

- c. Untuk menganalisis faktor psikologi mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
- d. Untuk menganalisis bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
- e. Untuk menganalisis faktor sosial, budaya, dan psikologi serta bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, penelitian ini berguna dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diterima selama perkuliahan.
- b. Bagi pihak bank, penelitian ini diharapkan berguna dalam memberikan informasi serta menjadi bahan masukan untuk merumuskan berbagai kebijakan dimasa yang akan datang.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi informasi dan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian-penelitian selanjutnya.

C. Keaslian Penelitian

Penelitian sebelumnya diteliti oleh Ade Sembiring (2018) dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Bank Nagari Kantor Cabang Syariah Padang).” sedangkan penelitian ini berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan” penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya yang terletak pada:

1. Model Penelitian : Dalam penelitian terdahulu dan penelitian peneliti sama-sama menggunakan model regresi linier berganda.
2. Variabel Penelitian : Penelitian terdahulu menggunakan 4 (empat) variabel bebas (faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi) dan 1 (satu) variabel terikat (Keputusan Nasabah) sedangkan pada penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel bebas yaitu faktor sosial, budaya, dan psikologi serta bagi hasil serta 1 (satu) variabel terikat yaitu Keputusan Nasabah
3. Jumlah sampel (n) : Penelitian terdahulu berjumlah 95 responden sedangkan dalam penelitian ini berjumlah 99 nasabah yang dijadikan responden.
4. Waktu Penelitian : Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2018 sedangkan penelitian ini tahun 2019.
5. Lokasi Penelitian ; Penelitian terdahulu di Bank Nagari Kantor Cabang Syariah Padang sedangkan penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Keputusan Nasabah Menabung

a. Pengertian Keputusan Menabung

Untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui hal-hal seperti : komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, niat untuk menambah jumlah tabungan, niat atau keinginan memberikan hal-hal positif perusahaan.

Keputusan merupakan perihal yang berkaitan dengan putusan, atau segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan, dan sebagainya). (Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, 2010:51).

Menurut pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. (Siswanto, 2012:124)

Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungan organisasi. (Ratih Hurriyati, 2013:147)

Jadi mengambil keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternative yang dihadapi.

Alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan. Sedangkan pengertian menabung, menabung adalah menyimpan uang (dicelengan, pos, bank, dsb). Jadi keputusan menabung berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi untuk menabung atau menyimpan uang.

Dalam ajaran islam, seseorang yang mempunyai uang banyak tidak serta merta mereka diperbolehkan untuk menggunakan uangnya untuk membeli apa saja dan dalam jumlah beberapa pun yang diinginkan. Batasan anggaran harus tetap dipenuhi dan tentunya batasan yang lebih penting adalah batasan *israf* (tidak berlebih-lebihan). Agar terhindar dari *israf*, maka terdapat prinsip yang harus dipegang yaitu dalam mengkonsumsi barang harus bisa menciptakan masalah (masalah generating).

Herbert A. Simon (2010:159), mengajukan model yang bermanfaat sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan. Model yang diajukan terdiri atas tiga tahap pokok, yaitu sebagai berikut:

- 1) Penelitian, yaitu mempelajari lingkungan atas kondisi yang memerlukan keputusan. Data mentah diperoleh, diolah, dan diuji untuk dijadikan arah tindakan yang dapat mengidentifikasi permasalahan.
- 2) Desain, yaitu mendaftar, mengembangkan, dan menganalisis arah tindakan yang mungkin. Aktivitas ini meliputi proses untuk memahami permasalahan, menghasilkan pemecahan, dan menguji kelayakan pemecahan tersebut.
- 3) Pemilihan, yaitu menetapkan arah tindakan tertentu dari keseluruhan yang ada. Pilihan ditentukan dan dilaksanakan.

Banyak para ahli mendefinisikan tentang Pengambilan Keputusan seperti yang dikemukakan sebagai berikut.

Menurut Solomon (2010:48), Pengambilan Keputusan adalah studi yang meliputi proses ketika individu atau kelompok tertentu membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan hasrat.

Menurut Khairiyah (2010:62), Pengambilan Keputusan merupakan proses pengambilan keputusan dan aktifitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi mendapatkan, menggunakan atau mengatur barang-barang dan jasa. Engel et.al.(2014:35), mendefinisikan Pengambilan Keputusan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2012:46), Ilmu Pengambilan Keputusan merupakan ilmu tentang bagaimana individu mengambil suatu keputusan dalam menggunakan sumberdaya yang dimilikinya yaitu waktu, tenaga dan uang untuk mengkonsumsi sesuatu, termasuk mempelajari apa, mengapa, kapan, dan dimana seseorang membeli, serta seberapa sering seseorang membeli dan menggunakan suatu produk dan jasa.

Peter dan Olson (2010:68) menyatakan bahwa :

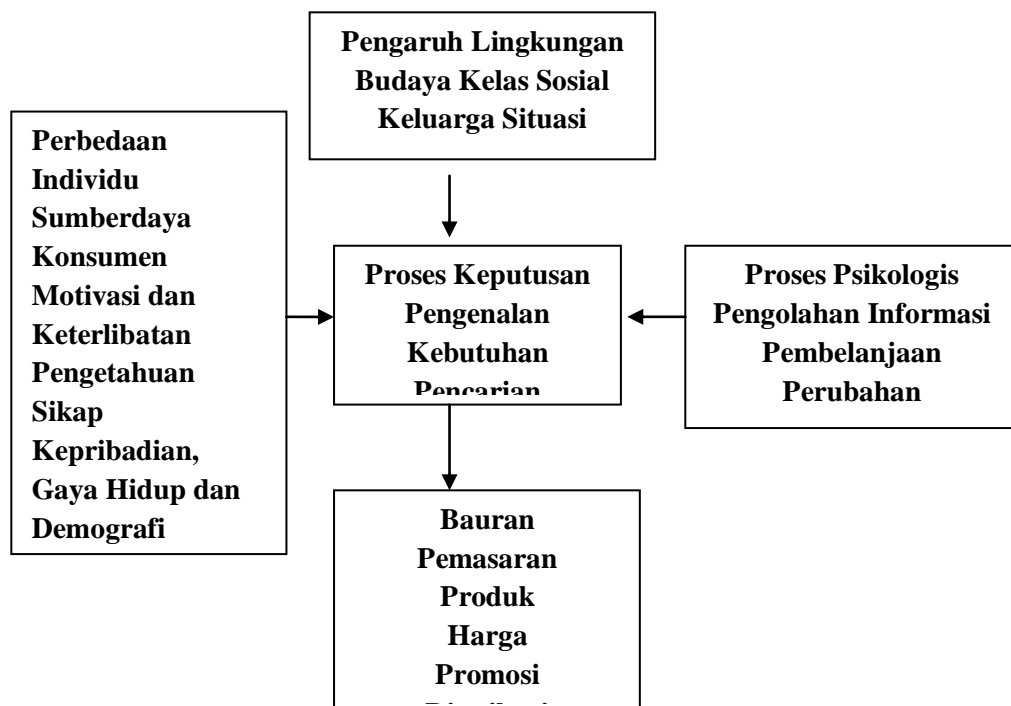
- 1) Pengambilan Keputusan itu dinamis karena pikiran, perasaan, dan tingkah laku individu, kelompok konsumen dan lingkungan sosial akan selalu berubah.
- 2) Pengambilan Keputusan dipengaruhi pikiran antar manusia, perasaan, dan tingkah laku beserta lingkungannya.

- 3) Pengambilan Keputusan dipengaruhi oleh perubahan-perubahan diantara manusia.

Engel et.al. (2014:92-102), mengemukakan bahwa Pengambilan Keputusan dalam pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen melewati lima tahapan yaitu : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi informasi, pembelian dan pasca pembelian. Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu :

- 1) Faktor budaya terdiri dari sumberdaya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi.
- 2) Faktor lingkungan yang terdiri dari budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.
- 3) Proses psikologis terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap/perilaku.

Model perilaku pengambilan keputusan pembelian dan faktor- faktor yang mempengaruhinya tersebut dapat dilihat pada Gambar 2



Sumber : Engel et.al. (2014:92-102)

Gambar 2.1. Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya

Pemahaman Pengambilan Keputusan dalam pembelian berimplikasi terhadap program pemasaran. Industri modern saat ini sangat dituntut untuk memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Salah satunya mengetahui dan memahami bagaimana Pengambilan Keputusan dalam mengambil keputusan pembelian. Studi mengenai Pengambilan Keputusan sangat berkaitan erat dengan perumusan strategi harga, produk, promosi dan tempat dalam pemasaran, sehingga produk yang dihasilkan oleh perusahaan mampu bersaing dengan produk pesaingnya.

Pengambilan Keputusan dipengaruhi oleh faktor-faktor dari dalam individu (*internal*) dan faktor lingkungan (*eksternal*). Faktor-faktor internal adalah variabel-variabel dari dalam individu yang mempengaruhi perilakunya dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli barang atau jasa, seperti motivasi, kepribadian, sikap, belajar, dan daya ingat. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan adalah kebudayaan, kelas sosial, keluarga, dan faktor-faktor manusia. Secara umum Pengambilan Keputusan dapat menggambarkan perilaku individu, anggota masyarakat, dan kebiasaannya dalam kehidupan sehari-hari, (Loudon dan Dellabitta, 2014:215).

Pengambilan Keputusan dipengaruhi oleh dorongan psikologis. Terdapat beberapa teori yang termasuk dalam golongan ini dan selanjutnya dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu teori pembelajaran (*learning theory*) dan teori motivasi (*motivation theory*).

Teori pembelajaran menyatakan bahwa perilaku seseorang merupakan hasil belajar dari akumulasi pengalaman selama hidupnya. Pilihan konsumen tidak hanya didasarkan pada hasil belajar dari pengalaman sendiri, melainkan belajar dari pengalaman orang lain. Oleh karena itu pemasar perlu menciptakan komunikasi informal (*word-of-mouth communication*) yang positif tentang perusahaan agar dalam proses berbagi pengalaman diantara para konsumen, dengan menjaga kepuasan serta memelihara hubungan dengan pelanggan yang ada serta menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan sosial. Sedangkan dalam teori motivasi terdapat dua pendapat yang bertolak belakang yaitu menurut Freud bahwa seseorang tidak bisa memahami motivasi yang mendorong Pengambilan Keputusan secara pasti.

Sebaliknya menurut Maslow mengatakan bahwa motivasi seseorang dapat dihubungkan dengan kebutuhannya (Simamora, 2012:85)

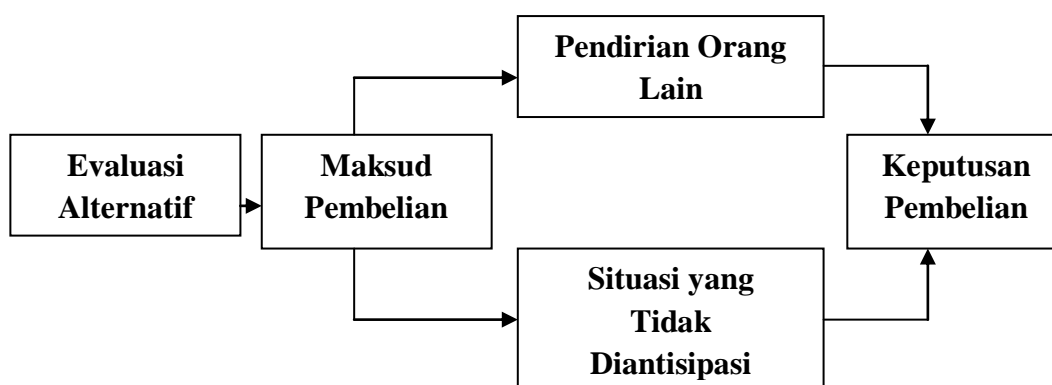
b. Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Engel et.al. (2014:245), proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari lima tahapan yaitu :

- 1) Pengenalan kebutuhan : konsumen akan mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.
- 2) Pencarian informasi : konsumen mencari informasi yang disimpan didalam ingatan (pencarian internal) atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal).
- 3) Evaluasi alternatif : konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan hingga alternatif yang dipilih.

- 4) Pembelian : konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima.
- 5) Pasca pembelian/hasil :konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera setelah digunakan.

Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi maksud pembelian dan pendirian orang lain dapat mengurangi alternatif produk yang disukai. Faktor-faktor tersebut yaitu : (a) intensitas dari pendirian negatif orang lain, (b) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Adapun langkah- langkah antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian terlihat pada



Sumber : Engel et.al.(2014)

Gambar 2.2. Langkah- langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian

2. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung

Menurut Kotler dan Amstrong, faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen itu terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologi. (Ratih Hurriyati, 2010:94)

a. Faktor budaya

Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam tingkah laku konsumen. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya, dan kelas sosial pembeli. (Ratih Hurriyati, 2010:112-125)

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Kita akan melihat peranan yang dimainkan oleh kultur, subkultur dan kelas sosial pembeli adalah sebagai berikut:

1) Kultur

Kultur adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang. Anak memperoleh serangkaian tat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui keluarganya dan lembag-lembaga kunci lain.

2) Subkultur

Setiap kultur terdiri dari subkultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih spesifik. Subkultur mencakup kebangsaan, agaman, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak subkultur membentuk segmen pasar yang penting dan para pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang khusus dibuat untuk kebutuhan mereka.

3) Kelas Sosial

Semua masyarakat manusia memperlihatkan stratifikasi sosial. Stratifikasi kadang-kadang berupa suatu sistem kasta di mana anggota dari kasta yang keanggotaan kasta mereka. Yang lebih sering adalah stratifikasi dalam bentuk kelas sosial. Kelas sosial adalah bagian-bagian yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarkis dan anggota-

anggotanya memiliki tata nilai, minat, dan perilaku yang mirip. Kelas sosial memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

- a) Orang-orang dalam masing-masing kelas sosial cenderung untuk berperilaku yang lebih mirip daripada orang-orang dari dua kelas sosial yang berbeda.
- b) Orang-orang dipandang mempunyai posisi yang lebih tinggi atau rendah menurut kelas sosial mereka.
- c) Kelas sosial seseorang ditandakan oleh sejumlah variabel seperti pekerjaan, penghasilan, kekayaan, pendidikan, dan orientasi nilai, dan bukan oleh salah satu variabel tunggal tertentu.
- d) Individu-individu dapat bergerak dari satu kelas sosial ke kelas sosial yang lain naik atau turun selama hidup mereka.

Kelas-kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan mereka dalam bidang tertentu. Beberapa pemasar memusatkan usaha mereka pada satu kelas sosial. (Danang Sunyoto & Fathonah Eka Susanti, 2015:132-133)

b. Faktor Sosial

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. (Ratih Hurriyati, 2010:127-129)

Menurut (Ratih Hurriyati, 2010:143), Indikator-indikator Faktor sosial, yaitu:

- 1) Kelompok
 - a) Kelompok keanggotaan

Tingkah laku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan seseorang yang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan.

b) Kelompok acuan

Kelompok acuan berfungsi sebagai titik perbandingan atau acuan langsung (tatap muka) atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau tingkah laku seseorang.

2) Keluarga

Anggota keluarga dapat amat mempengaruhi tingkah laku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara mendalam. Pemasar tertarik dalam peran dan pengaruh suami, isteri, dan anak-anak pada pembelian berbagai produk jasa.

3) Peran dan status

Seseorang menjadi anggota banyak kelompok, keluarga, klub, organisasi. Posisinya dalam setiap kelompok dapat ditentukan dalam bentuk peran dan status. Peran terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Dan orang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian konsep diri pembeli. (Ratih Hurriyati, 2010:129-132)

Menurut (Ratih Hurriyati, 2010:145), Indikator-indikator Faktor pribadi, yaitu :

1) Umur dan tahap daur hidup

Orang merubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi seringkali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pekerja kasar cenderung membeli lebih banyak pakaian bekerja, sedangkan pekerja kantor membeli lebih banyak jas dan dasi.

3) Situasi ekonomi

Situasi ekonomi akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasar produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat keputusan.

4) Gaya hidup

Orang yang berasal dari subbudaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang jauh berbeda. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang di wujudkan dalam psikografiknya.

5) Kepribadian dan konsep-diri pembeli.

Kepribadian setiap orang yang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan diri sendirinya.

d. Faktor Psikologis

Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang penting yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. (Ratih Hurriyati, 2010:133)

Menurut (Ratih Hurriyati, 2010:152), Indikator-indikator Faktor psikologis, yaitu :

1) Motivasi

Seseorang mempunyai banyak kebutuhan pada suatu saat. Ada kebutuhan biologis, yang muncul dari keadaan yang tegang seperti lapar, haus, atau merasa tidak nyaman.

Persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia.

2) Pengetahuan

Dorongan merupakan rangsangan kuat internal yang menyebabkan adanya tindakan. Dorongan menjadi motif kalau diarahkan pada obyek rangsangan.

3) Keyakinan dan sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Pemasar tertarik pada keyakinan bahwa orang merumuskan mengenai produk dan jasa spesifik.

e. Bagi Hasil

1. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil terdiri dari dua kata yaitu bagi dan hasil. Bagi artinya penggal, pecah, urai dari yang utuh. Sedangkan hasil adalah akibat tindakan baik yang disengaja, ataupun tidak, baik yang menguntungkan maupun yang merugikan.

Menurut Ahmad Rofiq (2014:153) bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. Sedangkan menurut terminology asing (Inggris) bagi hasil dikenal dengan *profit sharing*. Dalam kamus ekonomi, *Profit sharing* diartikan pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan : "Distribusi beberapa bagian dari laba (profit) pada para pegawai dari suatu perusahaan". Lebih lanjut dikatakan, bahwa hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang di dasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.

2. Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil

Menurut Antonio (2011:139–140) faktor-faktor yang mempengaruhi bagi hasil adalah sebagai berikut :

a) Faktor Langsung

Di antara faktor-faktor langsung (*direct factors*) yang mempengaruhi perhitungan bagi hasil adalah investment rate, jumlah dana yang tersedia, dan nisbah bagi hasil (profit sharing ratio)

- 1) Investment merupakan persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana.

2) Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan menggunakan salah satu metode ini : -Rata-rata saldo minimum

-Rata-rata saldo harian

3) Nisbah (profit sharing ratio)

-Salah satu ciri al-mudharabah adalah nisbah yang ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian.

-Nisbah antara satu bank dan bank lainnya dapat berbeda.

b) Faktor tidak langsung.

a. Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya mudharabah.

- Bank dan nasabah melakukan share dalam pendapatan dan biaya (*profit and sharing*). Pendapatan yang “dibagi hasilkan” merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya.

- Jika semua biaya ditanggung bank, hal ini disebut revenue sharing.

b. Kebijakan akunting (prinsip dan metode akuntansi)

3. Indikator Bagi Hasil

Menurut Hastuti (2013:41), bagi hasil dapat diukur melalui kesesuaiannya dengan perjanjian, ketepatan waktu pembayaran nisbah, penjelasan bagi hasil di awal akad, menguntungkan dan memberi manfaat ekonomi.

B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji

penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul	Variabel	Variabel	Hasil Penelitian
			X	Y	
1	Winda (2009)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Deposito di PTPN, tbk Cabang Medan	suku bunga, fasilitas pelayanan, keamanan dana simpanan dan promosi	Keputusan Nasabah	Hasil penelitian yang dilakukan kepada 96 nasabah ini menunjukkan bahwa suku bunga dan fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk deposito, sedangkan keamanan dana simpanan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk deposito.
2	Hermanto (2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Dana Pihak Ketiga pada Bank Umum Syariah Tahun 2005-2007	suku bunga, bagi hasil, pendapatan nasional	inflasi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable suku bunga berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan pendapatan nasional dan inflasi tidak berpengaruh terhadap dana pihak ketiga
3	Abraham Wahab (2012)	Pengaruh Psikologis dan Rasionalis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung	Psikologis dan Rasionalis	Keputusan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Psikologis dan

		pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Al-Hijrah Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Malang			Rasionalis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Al-Hijrah Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Malang
--	--	---	--	--	--

Sumber : Diolah Penulis, 2019

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam suatu penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep yang satu ke konsep yang lainnya dari masalah yang diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara penjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Pengertian menurut para ahli kerangka konseptual yaitu menjelaskan secara teoritis model konseptual variabel-variabel peneliti, tentang bapertautan teori-teori yang berhubungan dengan variabel-variabel peneliti yang ingin diteliti yaitu variabel bebas dengan variabel terikat. Iskandar (2010:54).

Berikut adalah kerangka konseptual mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan, dapat dijelaskan sebagai berikut :

Jadi mengambil keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternative yang dihadapi. Alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan. Sedangkan pengertian menabung, menabung adalah menyimpan uang (dicelengan, pos, bank, dsb). Jadi keputusan menabung berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi untuk menabung atau menyimpan uang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen itu terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologi.

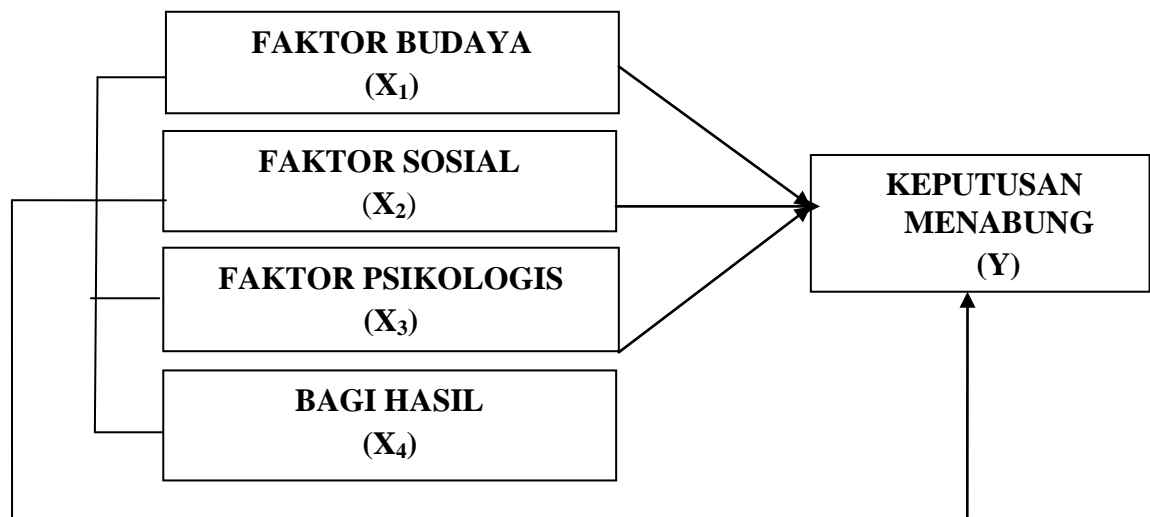
Faktor kebudayaan, memberikan pengaruh paling luas dan dalam tingkah laku konsumen. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya, dan kelas sosial pembeli,

Faktor sosial, dimana tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

Faktor psikologis, Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang penting yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

Maka penulis membuat sebuah kerangka berpikir berdasarkan pengertian atau istilah yang dipergunakan, sebagai berikut :

Maka penulis membuat sebuah kerangka berpikir berdasarkan pengertian atau istilah yang dipergunakan, sebagai berikut :



Sumber : Diolah Penulis, 2019

Gambar 2.3. Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Sugiyono (2012: 96),

Dari pengertian hipotesis tersebut, penulis merumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. Faktor sosial mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
2. Faktor budaya mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
3. Faktor psikologi mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
4. Bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
5. Faktor sosial, budaya, dan psikologi serta bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh data/informasi yang berguna untuk mengetahui sesuatu, untuk memecahkan persoalan atau untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian asosiatif, Menurut Sugiyono (2013:11) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan jalan Balaikota No.10 D-E, Medan, Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2020 sampai dengan April 2020.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian Tahun 2020

Kegiatan	Tahun 2020															
	Januari				Pebruari				Maret				April			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■														
Penyusunan Proposal			■	■												
Pengajuan Proposal					■	■										
Perbaikan Proposal							■	■								
Seminar Proposal									■							
Pengumpulan Data										■	■					
Pengolahan Data												■				
Penulisan Skripsi													■	■		
Perbaikan Skripsi															■	
Sidang Meja Hijau																■

Sumber: Data diolah, 2020

C. Populasi dan Sampel / Jenis dan Sumber

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:119), populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan yaitu sebanyak 10.783 nasabah.

2. Sampel

Sekiranya populasi tersebut terlalu banyak jumlahnya, maka digunakan sampel. Menurut Sugiyono (2014:120), sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan biaya, waktu, tenaga dan hambatan-hambatan lainnya maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi “harus betul-betul representatif (mewakili).”

Untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Tingkat Kesalahan (10%)

$$\text{Jadi, } n = \frac{10.783}{1+10.783(0,10)^2}$$

$$n = 99,8 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

maka melalui penggunaan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah “teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.” Teknik yang digunakan dalam *non probability sampling* yaitu teknik sampling insidental. Sampling insidental adalah “teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan,” yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

1. Jenis dan Sumber

Menurut Arikunto (2012:129) yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

- a. Data primer merupakan pengumpulan data yang disatukan secara langsung dari objek yang diteliti berkaitan dengan kepentingan studi yang bersangkutan (Suparmoko, 2010:96). Data primer ini diperoleh dengan cara mendata responden yang berada dilokasi penelitian.
- b. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain berupa data olahan yang memperkuat data primer. Sumber data sekunder bisa didapat

melalui bukti-bukti tulisan (dokumentasi), jurnal, artikel, internet, dan studi pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

1) Definisi Variabel

Variabel-variabel penelitian harus didefinisikan secara jelas, sehingga tidak menimbulkan pengertian yang berarti ganda. Definisi variabel juga memberikan batasan sejauh mana penelitian yang akan dilakukan. Operasional variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang diteliti ke dalam bentuk variabel, kemudian menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait.

2) Definisi Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, apa yang akan diteliti oleh peneliti sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Faktor Budaya (X1)	Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam tingkah laku konsumen. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya, dan kelas sosial pembeli. (Ratih Hurriyati, 2010:112-125)	a) Budaya b) Sub-budaya c) Kelas sosial	Likert

Faktor Sosial (X2)	Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. (Ratih Hurriyati, 2010:127-129)	a) Kelompok keanggotaan dan Kelompok acuan b) Keluarga c) Peran dan status	Likert
Faktor Psikologi (X3)	Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang penting yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. (Ratih Hurriyati, 2010:133)	a) Motivasi b) Persepsi c) Pengetahuan d) Keyakinan dan sikap	Likert
Bagi Hasil (X4)	Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. (Rofiq, 2014:153)	a) Perjanjian, b) Ketepatan waktu pembayaran nisbah, c) Penjelasan bagi hasil di awal akad,	
Keputusan Menabung (Y)	Keputusan Menabung adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Ratih Hurriyati, 2013:147)	a) Pengenalan kebutuhan : b) Pencarian informasi : c) Evaluasi alternatif : d) Pembelian : e) Pasca pembelian	Likert

Sumber : Diolah penulis 2019

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan

menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2014:132) “Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Menurut Sugiyono (2014:133), “Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata kemudian diberi skor.” Misalnya:

Tabel 3.3 Skor Berdasarkan Skala Likert

Pertanyaan/Pernyataan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Diolah penulis 2019

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan data yang

akurat dan lebih spesifik, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner (angket).

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan variabel yang diteliti. Jenis kuesioner yang penulis gunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, alasan penulis menggunakan kuesioner tertutup karena kuesioner jenis ini memberikan kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban, kuesioner tertutup lebih praktis, dan dapat mengimbangi keterbatasan biaya dan waktu penelitian.

F. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kualitatif sumber data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian adalah :

1. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2013:137).

Valid artinya data yang diperoleh melalui kuisisioner dapat menjawab tujuan penelitian berdasarkan jumlah n (sampel/responden) pada derajat kebebasannya r_{table} ($df = n-k$) harus lebih dari ($<$) 0.30.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian keperilakukaan mempunyai keandalan sebagai alat

ukur, diantaranya di ukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi atau kepercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronsbach Alpha* $> 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, lebih dulu diuji kelayakan model Regresi Berganda (*Multiple regression*) agar perkiraan menjadi tidak bias, maka dilakukan beberapa uji asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal.

Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS. Menurut Singgih Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah hubungan linier sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel independen dari model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaiknya salah satu dari variabel independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali (Singgih Santoso, 2012:234).

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas (Gujarati, 2012:432).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastis bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian atau residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Menurut Gujarati (2012:406) untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji rank-Spearman yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (error). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual,

selanjutnya meregresikan nilai absolut residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen.

4. Model Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan salah satu teknik analisis data dalam statistika yang seringkali digunakan untuk mengkaji hubungan antara beberapa variabel dan meramal suatu variabel (Kutner, Nachtsheim dan Neter, 2014).

Model analisis data yang digunakan persamaanya adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

Y	=	Keputusan Menabung
α	=	Intercept
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	=	Koefisien Regresi
X_1	=	Faktor Budaya
X_2	=	Faktor Sosial
X_3	=	Faktor Psikologis
X_4	=	Bagi Hasil
ϵ	=	Kesalahan Pengganggu/ <i>Error Term</i>

5. Pengujian Hipotesis

a) Uji F

Menurut Ghozali (2012:98) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 ditolak pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang

menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- 2) Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar dari pada nilai Ftabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a

b. Uji t

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2012:97) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Bank Muamalat Cabang Medan Balaikota.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Ikatan Cendekiana Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H. Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan Multifinance Syariah (Al-IjarahIndonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Selain itu produk Bank yaitu shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold Debit Visa* yang diluncurkan tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologichip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, ATM, dan cash management seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industry perbankan

Syariah. Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan penawaran umum terbatas (PUT) dengan hak memesan efek terlebih dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan sukuk subordinasi Mudharab. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring dengan kapasitas Bank yang semakin diakui, bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi Bank pertama di Indonesia serta yang satu-satunya mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layananyang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS). Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap image sebagai Bank syariah islam, modern dan profesional.

Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun secara internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Financi (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah,

(DPLK Muamalat) yang memeberikan dana pensiun melalui layanan dana pensiun lembaga keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat

Bank Muamalat sebagai lembaga keuangan memiliki visi dan misi dalam menjalankan kegiatan usahanya, Visi dan misi tersebut adalah:

VISI : Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

MISI : Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan. Adapun

Logo Bank Muamalat yaitu:

3. Logo dan Makna dari Logo PT. Bank Muamalat Cabang Medan Balaikota



Mengenai logo yang digunakan oleh bank muamalat, ada beberapa makna yang terkandung di dalamnya, diantaranya adalah:

- a. Jika anda membaca dengan seksama logo tersebut terdiri dari tiga huruf hijaiyah, yaitu Daal, Yaa',Nuun. Logo ini menggambarkan suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang aktif dan harmonis di dalam suatu negeri yang subur dan peradaban tinggi serta berdasarkan nilai-nilai yang luhur.
- b. Adapun makna dibalik lambang air yang digunakan oleh bank muamalat memiliki air kemurnian dan mencirikan kekuatan atas akar islami yang digunakan dan menjadi dasar berjalannya bank ini.

4. Organisasi dan Manajemen

Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Cabang Medan Balaikota. Suatu organisasi atau perusahaan, pemimpin merupakan penentu maju mundurnya perusahaan. Disini pemimpin sekaligus sebagai pengambil keputusan dibebani tugas berat yaitu harus memikirkan kemajuan perusahaan dan juga pelayanan kepada masyarakat, untuk itu pimpinan membagi tugasnya kepada bawahannya agar semua tugas dapat berjalan dengan baik.

Dalam struktur organisasi PT. Bank Muamalat Cabang Medan Balaikota (Terlampir).

Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Untuk menjamin kelancaran pemabagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian, maka peran struktur organisasi sangat diperlukan. Berdasarkan struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Medan Balaikota, berikut adalah penjelasan uraian pekerjaan tersebut.

1). Manajer Bisnis (Branch Manager)

Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap operasional perkembangan cabang PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Medan Balaikota sebagai pelaksanaan dengan operasional cabang.

2) Manajer Operasional (Operational Manager)

Mensupervisi, mengkoordinir dan memonitor terhadap bidang operasional kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas dan Mobile Branch dalam rangka menjamin pelaksanaan operasional yang telah berjalan sesuai dengan kebijaksanaan, pedoman dan prosedur yang berlaku.

- a. Mensupervisi, mengkoordinir dan secara langsung terhadap Appearance dan layanan kepada nasabah di kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas dan Mobile Branch dalam rangka Services Excellent.
- b. Sebagai *Customer Identification Officer* dengan tugas mengkoordinir dan memonitoring tidak lanjut atas prinsip pengenalan nasabah (*Know Your Customer*) dan anti pencucian Uang (APU-PPT) sesuai dengan ketentuan, kebijaksanaan dan prosedur yang berlaku.

- c. Melakukan pengawasan dan pengadilan atas biaya-biaya operasional dalam rangka menjamin realisasi pengeluaran biaya tersebut sesuai dengan ketentuan dan anggaran yang digariskan perusahaan.
- d. Melakukan koordinasi bersama Region Operasional Manager dalam pengajuan mutasi dan rekrutmen karyawan agar menjamin terpenuhinya kebutuhan tenaga kerja yang handal dan sesuai dengan *Capacity Planning* yang ditentukan kantor pusat.
- e. Memonitoring dan menjaga kondisi likuiditas kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas dan Mobile Branch untuk menjamin ketersediaan dan yang dibutuhkan secara efisien dan efektif sesuai dengan ketentuan yang digariskan oleh kantor pusat.
- f. Melaksanakan fungsi control, tidak lanjut action dan eskalasi yang efektif terhadap standarisasi layanan yang terdiri dari *process, people, product, service*, dan *system*.
- g. Dalam menjalankan tugasnya senantiasa menggunakan checklist yang telah disiapkan.
- h. Meningkatkan motivasi dan produktivitas kerja karyawan dilingkungan operasional dan memberikan pengarahannya, pembinaan, dan pengawasan untuk mencapai kinerja lebih baik dan suasana kerja yang menyenangkan.
- i. Bertanggung jawab mengembangkan pengetahuan mengenai perbankan syariah dan produk-produknya kepada seluruh sub ordinate dengan mengajukan pelaksanaan dan pelatihan training kepada Learning Management kantor pusat.

- j. Memonitor persediaan barang cetak dan alat tulis kantor untuk kelancaran operasional bank.
- k. Melakukan Approval terhadap seluruh kegiatan operasional perbankan di kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas dan *Mobile Branch*.
- l. Menyiapkan seluruh dokumen transaksi pembukuan untuk pemeriksaan *Internal Control*
- m. Membuat intruksi operasi dan intruksi internal yang mengatur seluruh aspek teknis operasional perbankan di seluruh kantor layanan di bawah supervisinya.
- n. Mengevaluasi dan memberikan penilaian secara regular atas *Performance Management System* kepada Subordinate.

3) Sub Branch Manager

Memonitor dan mensurvei pencapaian Financing dan Funding masing-masing RM sehingga mencapai target, menjaga kolektibilitas pembiayaan agar tidak terjadi MPP.

4) *Relationship Manager*

Mengidentifikasi peluang penjualan, mendapat bisnis yang potensial dari nasabah, memelihara dan memperdalam hubungan dengan nasabah dengan jalan menyediakan keunggulan dan pelayanan nasabah untuk mencapai tujuan perusahaan dalam hal pertumbuhan serta Profitabilitas.

5) Operasional Supervisor

Bertanggung jawab terhadap operasional sehari-hari cabang dengan melaksanakan supervisor terhadap setiap pelayanan jasa-jasa perbankan dari setiap unit/bagian yang berada di bawah tanggung jawabnya.

6) *Back Office*

- a. Membuat proofsheets bulanan atas SSL yang dikelola oleh kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas dan Mobile Branch.
- b. Mengelola transaksi Standing Instruction (SI) termasuk di dalamnya mengadministrasikan dokumen secara rapi dan sekuensial serta membukukan transaksi tersebut dengan benar sesuai dokumen pendukung berdasarkan ketentuan dan prosedur yang berlaku.
- c. Mengelola dan mengadministrasikan stock buku cek/BG.
- d. Mengelola seluruh aktivitas transaksi kliring yang meliputi pengelolaan transaksi dan untuk memastikan dalam aplikasi SKN-BI, pembukuan transaksi dan untuk memastikan semua kegiatan tersebut dapat berjalan secara efektif dan efisien serta tepat waktu.
- e. Sebagai tugas kliring BMI di BI, oleh karenanya wajib mengelola atau memastikan seluruh peyerahaan dan pengembalian warkat-warkat kliring ke Bank Indonesia telah dijalankan rutin setiap hari secara efektif, efisien dan mengelola laporan Daftar Hitam Nasional (DHN).
- f. Mengelola dokumentasi transaksi kliring termasuk didalamnya file- file (kliring, sundries) dan tiket-tiket reversing secara benar dan rapi.
- g. Membuat SPT pajak bulanan dan tahunan atas seluruh beban pajak dan mengirimkan ke kantor pajak setempat termasuk pembayaran pajaknya.
- h. Mengadministrasikan dokumen secara rapi serta membukukan transaksi tersebut dengan benar sesuai dokumen pendukung berdasarkan ketentuan dan proses yang berlaku.

- i. Sebagai PIC ATM, mengelola dan memastikan ATM Bank Muamalat berfungsi dengan baik dan seluruh kegiatan operasional pendukungnya dijalankan sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku
- j. Membantu *Branch Operational Manager* dalam mengelola dan memastikan CCTV dan alarm berfungsi dengan baik dan seluruh kegiatan operasional pendukungnya dijalankan dengan sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku.
- k. Mengelola transaksi pembukuan nisbah khusus (special nisbah) termasuk di dalamnya mengadministrasikan dokumen serta membukukan dengan benar sesuai dokumen pendukung transaksi tersebut berdasarkan ketentuan yang berlaku.
- l. Menggantikan sementara petugas Frontliner yang berhalangan hadir di kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas dan Mobile Branch.

7) *Branch Sales Support*

- a. Administrasi dokumen cabang namun tidak terbatas, membuat surat dan memo, mencatat keluar masuk dokumen cabang dsb.
- b. Administrasi jadwal kegiatan cabang, namun tidak terbatas pada jadwal Branch Manager, Event Cabang, dsb.
- c. Distribusi dan administrasi informasi yang diterima dari kantor pusat atau Region.
- d. Menyusun laporan atas pencapaian bisnis kepada Branch Manager atas seluruh kantor atau Sales Tim di cabang tersebut.

- e. Memberikan rekomendasi analisa bisnis atas pencapaian bisnis kepada Branch Manager, menggunakan data atau informasi dari Region atau kantor pusat.
- f. Menyusun laporan ataupun analisis terhadap pencapaian target non bisnis lainnya.

8) *Marketing Funding*

- a. Tugas umumnya adalah melaksanakan aktifitas marketing/pemasaran pada umumnya sesuai dengan tingkat kebutuhan calon nasabah dalam memasarkan produk dan jasa bank berikut pengawasan dan pelayanan nasabah (*account manager*).
- b. Tugas hariannya adalah melaksanakan sosialisasi terhadap calon nasabah potensial, melakukan pemeliharaan nasabah, memberikan pelayanan prima kepada nasabah utama, memasarkan produk dan jasa pelayanan Bank Muamalat Indonesia dan melakukan seluruh aktifitas- aktifitas promosi atau sosialisasi produk.
- c. Tugas mingguannya adalah perencanaan sosialisasi calon nasabah baru, maintance nasabah-nasabah deposan dan dana pihak ketiga lainnya dan bertanggungjawab atas pelaporan pecapaiann dana pihak ketiga kantor kas SM. Raja.
- d. Tugas khususnya adalah bertanggungjawab terhadap pencapaian target funding.

9) *Marketing Financing*

- a. Tugas umumnya adalah melaksanakan aktifitas pemasaran pada umumnya sesuai dengan tingkat kebutuhan calon nasabah dalam memasarkan produk dan jasa bank berikut pengawasan dan pelayanan nasabah (*account manager*).
- b. Tugas hariannya adalah pengumpulan data potensial daerah dan potensial pasar, melakukan inisiasi pembiayaan, melakukan sosialisasi pembiayaan terhadap calon nasabah potensial, menyiapkan usulan pembiayaan dan seluruh aspek di dalamnya dan memberikan rekomendasi pembiayaan kepada cabang.
- c. Tugas bulanannya adalah perencanaan sosialisasi nasabah baru, maintenance nasabah-nasabah pembiayaan dan bertanggungjawab atas pelaporan pencapaian target pembiayaan.

10) Support Pembiayaan

- a. Tugas hariannya adalah proses droping seluruh segmentasi, menerima, menyimpan dan mengeluarkan file pembiayaan dan dokumentasi dari loan document dan safe keeping, memperbaharui file pembiayaan dari loan document dan safe keeping recorder, penanggungjawab dokumen pembiayaan cabang, pembantu tugas harian saksi legal sebagai sekretaris.
- b. Tugas bulanannya adalah membuat laporan realisasi droping, membuat laporan loan document dan *safe keeping*, membuat laporan dan reminder sertifikat jatuh tempo, membuat laporan nominatif pembiayaan, membuat dan mengirim LPBU (SIK) ke Bank Indonesia.

11) Sekretaris

- a. Tugas utamanya adalah membantu keperluan administrasi business manager, mempersiapkan surat menyurat intern dan ekstren kantor cabang, menerima dan filing surat-surat dari pihak ekstern, mengatur jadwal kegiatan business manager, memonitor surat atau memo masuk yang belum di follow up.
- b. Tugas minggunya adalah mencatat hasil agenda rapat cabang atau atas permintaan business manager.
- c. Tugas bulannya adalah mereview surat-surat intern maupun ekstren.

12) *Customer Service*

- a. Mengenalkan dan menawarkan produk-produk Bank Muamalat kepada nasabah dengan baik dan benar.
- b. Memastikan seluruh kewajiban dan hak nasabah atas produk Bank Muamalat yang dipilih, telah diketahui dan dipahami oleh nasabah dengan baik dan benar.
- c. Mengelolah dan mengadministrasikan seluruh aktivitas pembukuan oleh rekening nasabah secara efektif dan efisien.
- d. Mengelolah dan mengadministrasikan seluruh aktivitas penutupan rekening oleh nasabah secara efektif dan efisien.
- e. Mengelolah dan mengadministrasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan management kartu ATM dengan baik dan benar, sesuai dengan fungsinya.

- f. Mengelolah dan mengadministrasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan penerimaan BPIH oleh nasabah Calon Haji termasuk pelimpahannya, dengan baik dan benar.
- g. Memastikan seluruh aktivitas atau transaksi yang ditangani telah di proses melalui aplikasi-aplikasi pembukuan yang sesuai dengan baik dan benar.
- h. Mengelolah dokumentasi transaksi yang ditangani dengan baik dan benar.
- i. Memastikan transaksi-transaksi yang menjadi tanggung jawabnya telah di proses dengan baik dan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- j. Menerima hingga menyelesaikan (baik secara mandiri maupun melalui koordinasi dengan unit kerja lainnya) atas seluruh keluhan atau pengaduan nasabah dengan baik dan benar.

13) Teller

- Melayani penyetoran dan pembayaran tunai sehubungan transaksi.
- Melakukan pembayaran dan penerimaan yang berhubungan dengan pembayaran biaya bank, biaya personalia dan umum melalui counter bank.
- Menyusun daftar penerimaan dan pengeluaran uang tunai dan melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo pada neraca harian.
- Melakukan penutupan asuransi apabila terjadi overnight limit juga melakukan pencatatan cash in transit.
- Melakukan penyetoran kelebihan kas ke BI dan penarikan kas dari BI bila terjadi kekurangan kas.

14) *Cleaning Service*

Tugas dan tanggung jawab cleaning service yaitu:

- Menjaga kebersihan kantor
- Melayani pegawai dan pekerja kantor di perusahaan

15) Supir

- Membantu pegawai Funding dalam menemui calon nasabahnya
- Mengantar jemput pegawai dalam melaksanakan tugas perusahaan

5. Penyajian Data

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden yaitu nasabah Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan sebanyak 100 orang. Dengan jumlah seluruh dari pertanyaan sebanyak 30 item, terdiri dari item pertanyaan Variabel X_1 (Faktor Budaya), Variabel X_2 (Faktor Sosial) Variabel X_3 (Faktor Psikologis), Variabel X_4 (Bagi Hasil) dan Variabel Y (Pengambilan Keputusan) dan disediakan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu :

Sangat setuju	(SS)	dengan skor 5
Setuju	(S)	dengan skor 4
Kurang setuju	(KS)	dengan skor 3
Tidak setuju	(TS)	dengan skor 2
Sangat tidak setuju	(STS)	dengan skor 1

Adapun jawaban-jawaban dari responden yang diperoleh ditampilkan pada tabel-tabel berikut :

a. Hasil Distribusi Variabel Faktor Budaya (X₁)

Tabel 4.1 Dengan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan dapat meningkatkan rasa solidaritas terhadap teman-teman dan lingkungan.

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	27	27,0	27,0	27,0
	2	14	14,0	14,0	41,0
	3	14	14,0	14,0	55,0
	4	23	23,0	23,0	78,0
	5	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 27 orang (27,0%), tidak setuju sebanyak 14 orang (14,0%), kurang setuju sebanyak 14 orang (14,0%), setuju sebanyak 23 orang (23,0%), dan sangat setuju sebanyak 22 orang (22,0%).

Tabel 4.2 Dengan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan, dapat mencerminkan kesejahteraan dan kemakmuran hidup saya dalam bermasyarakat

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	40	40,0	40,0	51,0
	3	17	17,0	17,0	68,0
	4	10	10,0	10,0	78,0
	5	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.2, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11,0%), tidak setuju sebanyak 40 orang

(40,0%), kurang setuju sebanyak 17 orang (17.0%), setuju sebanyak 10 orang (10.0%), dan sangat setuju sebanyak 22 orang (22.0%).

Tabel 4.3 Lingkungan yang memiliki tingkat menabung yang tinggi akan mensejahterakan masa depan

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	16,0	16,0	16,0
	2	34	34,0	34,0	50,0
	3	20	20,0	20,0	70,0
	4	6	6,0	6,0	76,0
	5	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.3, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 16 orang (16.0%), tidak setuju sebanyak 34 orang (34,0%), kurang setuju sebanyak 20 orang (20.0%), setuju sebanyak 6 orang (6.0%), dan sangat setuju sebanyak 24 orang (24.0%).

Tabel 4.4 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena sudah menjadi hal yang harus di penuhi untuk masa depan keluarga.

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	28	28,0	28,0	28,0
	2	30	30,0	30,0	58,0
	3	17	17,0	17,0	75,0
	4	16	16,0	16,0	91,0
	5	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 28 orang (28.0%), tidak setuju sebanyak 30 orang

(30,0%), kurang setuju sebanyak 17 orang (17.0%), setuju sebanyak 16 orang (16.0%), dan sangat setuju sebanyak 9 orang (9.0%).

b. Hasil Distribusi Variabel Faktor Sosial (X_2)

Tabel 4.5 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena rekomendasi dari kelompok-kelompok dimana saya sering berinteraksi

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	19,0	19,0	19,0
	2	24	24,0	24,0	43,0
	3	9	9,0	9,0	52,0
	4	33	33,0	33,0	85,0
	5	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.5, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 orang (19.0%), tidak setuju sebanyak 24 orang (24,0%), kurang setuju sebanyak 9 orang (9.0%), setuju sebanyak 33 orang (33.0%), dan sangat setuju sebanyak 15 orang (15.0%).

Tabel 4.6 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena orang tua atau salah satu dari anggota keluarga saya juga menabung di sana.

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	19	19,0	19,0	30,0
	3	13	13,0	13,0	43,0
	4	37	37,0	37,0	80,0
	5	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.6, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 19 orang

(19,0%), kurang setuju sebanyak 13 orang (13.0%), setuju sebanyak 37 orang (37.0%), dan sangat setuju sebanyak 20 orang (20,0%).

Tabel 4.7 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena adanya pengaruh dari teman-teman saya.

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	31	31,0	31,0	31,0
	2	13	13,0	13,0	44,0
	3	8	8,0	8,0	52,0
	4	37	37,0	37,0	89,0
	5	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.7, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 31 orang (31.0%), tidak setuju sebanyak 13 orang (13,0%), kurang setuju sebanyak 8 orang (8.0%), setuju sebanyak 37 orang (37.0%), dan sangat setuju sebanyak 11 orang (11.0%).

Tabel 4.8 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena sering memberikan informasi

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	19,0	19,0	19,0
	2	26	26,0	26,0	45,0
	3	10	10,0	10,0	55,0
	4	30	30,0	30,0	85,0
	5	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.8, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 orang (19.0%), tidak setuju sebanyak 26 orang (26,0%), kurang setuju sebanyak 10 orang (10.0%), setuju sebanyak 30 orang (30.0%), dan sangat setuju sebanyak 15 orang (15.0%).

Tabel 4.9 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena saya orang medan

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	19	19,0	19,0	30,0
	3	14	14,0	14,0	44,0
	4	36	36,0	36,0	80,0
	5	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 19 orang (19,0%), kurang setuju sebanyak 14 orang (14,0%), setuju sebanyak 36 orang (36.0%), dan sangat setuju sebanyak 20 orang (20,0%).

c. Hasil Distribusi Variabel Faktor Psikologis (X₃)

Tabel 4.10 Saya merasa puas dengan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	25	25,0	25,0	25,0
	2	24	24,0	24,0	49,0
	3	24	24,0	24,0	73,0
	4	26	26,0	26,0	99,0
	5	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 25 orang (25.0%), tidak setuju sebanyak 24 orang (24,0%), kurang setuju sebanyak 24 orang (24.0%), setuju sebanyak 26 orang (26.0%), dan sangat setuju sebanyak 1 orang (1.0%).

Tabel 4.11 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan untuk memotivasi keluarga

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	30	30,0	30,0	30,0
	2	23	23,0	23,0	53,0
	3	20	20,0	20,0	73,0
	4	12	12,0	12,0	85,0
	5	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.11, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 30 orang (30.0%), tidak setuju sebanyak 23 orang (23,0%), kurang setuju sebanyak 20 orang (20.0%), setuju sebanyak 12 orang (12.0%), dan sangat setuju sebanyak 15 orang (15.0%).

Tabel 4.12 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena dapat dipercaya

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	6,0	6,0	6,0
	2	16	16,0	16,0	22,0
	3	29	29,0	29,0	51,0
	4	25	25,0	25,0	76,0
	5	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.12, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (6.0%), tidak setuju sebanyak 16 orang (16,0%), kurang setuju sebanyak 29 orang (29.0%), setuju sebanyak 25 orang (25.0%), dan sangat setuju sebanyak 14 orang (24.0%).

Tabel 4.13 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
karyawannya mempunyai pengalaman yang baik

X3.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	19,0	19,0	19,0
	2	20	20,0	20,0	39,0
	3	13	13,0	13,0	52,0
	4	30	30,0	30,0	82,0
	5	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.13, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 orang (19.0%), tidak setuju sebanyak 20 orang (20,0%), kurang setuju sebanyak 13 orang (13.0%), setuju sebanyak 30 orang (30.0%), dan sangat setuju sebanyak 18 orang (18.0%).

Tabel 4.14 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan
karena lebih mudah dan praktis dalam pelayanan

X3.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	16	16,0	16,0	27,0
	3	17	17,0	17,0	44,0
	4	36	36,0	36,0	80,0
	5	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.14, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 16 orang (16,0%), kurang setuju sebanyak 17 orang (17.0%), setuju sebanyak 36 orang (36.0%), dan sangat setuju sebanyak 20 orang (20,0%).

Tabel 4.15 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena yakin dan terjamin

X3.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	37	37,0	37,0	37,0
	2	19	19,0	19,0	56,0
	3	8	8,0	8,0	64,0
	4	28	28,0	28,0	92,0
	5	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.15, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 37 orang (37.0%), tidak setuju sebanyak 19 orang (19,0%), kurang setuju sebanyak 8 orang (8.0%), setuju sebanyak 28 orang (28.0%), dan sangat setuju sebanyak 8 orang (8.0%).

Tabel 4.16 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karyawannya mempunyai dedikasi yang baik

X3.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	40	40,0	40,0	51,0
	3	17	17,0	17,0	68,0
	4	10	10,0	10,0	78,0
	5	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 40 orang (40,0%), kurang setuju sebanyak 17 orang (17.0%), setuju sebanyak 10 orang (10.0%), dan sangat setuju sebanyak 22 orang (22.0%).

Tabel 4.17 Saya menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan karena dekat dengan rumah saya

X3.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	19	19,0	19,0	30,0
	3	13	13,0	13,0	43,0
	4	36	36,0	36,0	79,0
	5	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.17, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 19 orang (19,0%), kurang setuju sebanyak 13 orang (13.0%), setuju sebanyak 36 orang (36.0%), dan sangat setuju sebanyak 21 orang (21.0%).

d. Hasil Distribusi Variabel Bagi Hasil (X_4)

Tabel 4.18 Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan mempunyai fasilitas atau sistemlain yang ditawarkan kepada nasabah

X4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	19,0	19,0	19,0
	2	24	24,0	24,0	43,0
	3	9	9,0	9,0	52,0
	4	33	33,0	33,0	85,0
	5	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.18, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 orang (19.0%), tidak setuju sebanyak 24 orang (24,0%), kurang setuju sebanyak 9 orang (9.0%), setuju sebanyak 33 orang (33.0%), dan sangat setuju sebanyak 15 orang (15.0%).

Tabel 4.19 Deposito yang ada di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan menggunakan prinsip akad

X4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	19	19,0	19,0	30,0
	3	13	13,0	13,0	43,0
	4	37	37,0	37,0	80,0
	5	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.19, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 19 orang (19,0%), kurang setuju sebanyak 13 orang (13.0%), setuju sebanyak 37 orang (37.0%), dan sangat setuju sebanyak 20 orang (20,0%).

Tabel 4.20 Penetapan keuntungan bank syariah dengan sistem bagi hasil

X4.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	31	31,0	31,0	31,0
	2	13	13,0	13,0	44,0
	3	8	8,0	8,0	52,0
	4	37	37,0	37,0	89,0
	5	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.20, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 31 orang (31.0%), tidak setuju sebanyak 13 orang (13,0%), kurang setuju sebanyak 8 orang (8.0%), setuju sebanyak 37 orang (37.0%), dan sangat setuju sebanyak 11 orang (11.0%).

Tabel 4.21 Kepentingan nasabah Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan lebih diutamakan

X4.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	19,0	19,0	19,0
	2	26	26,0	26,0	45,0
	3	10	10,0	10,0	55,0
	4	30	30,0	30,0	85,0
	5	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.21, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 orang (19.0%), tidak setuju sebanyak 26 orang (26,0%), kurang setuju sebanyak 10 orang (10.0%), setuju sebanyak 30 orang (30.0%), dan sangat setuju sebanyak 15 orang (15.0%).

Tabel 4.22 Didalam bank syariah keuntungan dibagi secara adil sesuai dengan kesepakatan

X4.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	19	19,0	19,0	30,0
	3	14	14,0	14,0	44,0
	4	36	36,0	36,0	80,0
	5	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.22, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 19 orang (19,0%), kurang setuju sebanyak 14 orang (14.0%), setuju sebanyak 36 orang (36.0%), dan sangat setuju sebanyak 20 orang (20,0%).

Tabel 4.23 Tingkat bagi hasil/ margin/ fee bank syariah relatif tinggi dari pada bank konvensional

X4.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	18,0	18,0	18,0
	2	34	34,0	34,0	52,0
	3	18	18,0	18,0	70,0
	4	11	11,0	11,0	81,0
	5	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.23, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 18 orang (18.0%), tidak setuju sebanyak 34 orang (34,0%), kurang setuju sebanyak 18 orang (18.0%), setuju sebanyak 11 orang (11.0%), dan sangat setuju sebanyak 19 orang (19.0%).

Tabel 4.24 Perolehan bagi hasil/margin/fee bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah

X4.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3,0	3,0	3,0
	2	21	21,0	21,0	24,0
	3	15	15,0	15,0	39,0
	4	43	43,0	43,0	82,0
	5	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.24, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3.0%), tidak setuju sebanyak 21 orang (21,0%), kurang setuju sebanyak 15 orang (15,0%), setuju sebanyak 43 orang (43.0%), dan sangat setuju sebanyak 18 orang (18.0%).

d. Hasil Distribusi Variabel Keputusan Menabung (Y)

Tabel 4.25 Karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik tentang bank

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	25	25,0	25,0	25,0
	2	24	24,0	24,0	49,0
	3	24	24,0	24,0	73,0
	4	26	26,0	26,0	99,0
	5	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.25, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 25 orang (25.0%), tidak setuju sebanyak 24 orang (24,0%), kurang setuju sebanyak 24 orang (24.0%), setuju sebanyak 26 orang (26.0%), dan sangat setuju sebanyak 1 orang (1.0%).

Tabel 4.26 Dorongan dari pihak lain (keluarga dan teman)

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	30	30,0	30,0	30,0
	2	23	23,0	23,0	53,0
	3	20	20,0	20,0	73,0
	4	12	12,0	12,0	85,0
	5	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.26, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 30 orang (30.0%), tidak setuju sebanyak 23 orang (23,0%), kurang setuju sebanyak 20 orang (20.0%), setuju sebanyak 12 orang (12.0%), dan sangat setuju sebanyak 15 orang (15.0%).

Tabel 4.27 Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan melakukan iklan atau promosi yang menarik

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	6,0	6,0	6,0
	2	16	16,0	16,0	22,0
	3	29	29,0	29,0	51,0
	4	25	25,0	25,0	76,0
	5	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.27, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (6.0%), tidak setuju sebanyak 16 orang (16,0%), kurang setuju sebanyak 29 orang (29.0%), setuju sebanyak 25 orang (25.0%), dan sangat setuju sebanyak 24 orang (24.0%).

Tabel 4.28 Saya puas dengan keputusan saya ntuk menggunakan produk dan Layanan dari Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	19,0	19,0	19,0
	2	20	20,0	20,0	39,0
	3	13	13,0	13,0	52,0
	4	30	30,0	30,0	82,0
	5	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.28, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 orang (19.0%), tidak setuju sebanyak 20 orang (20,0%), kurang setuju sebanyak 13 orang (13.0%), setuju sebanyak 30 orang (30.03%), dan sangat setuju sebanyak 18 orang (18.0%).

Tabel 4.29 Pegawai Bank Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan bersikap sopan kepada nasabah

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,0	11,0	11,0
	2	16	16,0	16,0	27,0
	3	17	17,0	17,0	44,0
	4	36	36,0	36,0	80,0
	5	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.29, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 16 orang (16,0%), kurang setuju sebanyak 17 orang (17.0%), setuju sebanyak 36 orang (36.0%), dan sangat setuju sebanyak 20 orang (20,0%).

Tabel 4.30 Pegawai Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan merespon setiap masalah yang dihadapi nasabah

Y6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	37	37,0	37,0	37,0
	2	19	19,0	19,0	56,0
	3	8	8,0	8,0	64,0
	4	28	28,0	28,0	92,0
	5	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Berdasarkan tabel 4.30, dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 37 orang (37.0%), tidak setuju sebanyak 19 orang (19,0%), kurang setuju sebanyak 8 orang (18.0%), setuju sebanyak 28 orang (28.0%), dan sangat setuju sebanyak 8 orang (8.0%).

6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui kelayakan dari butir-butir daftar pertanyaan (angket) yang telah diberikan kepada responden maka diperlukan uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner.

Apabila setiap pertanyaan bernilai $> 0,30$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (sah).

Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	87,02	1044,909	,758	.	,984
X1.2	87,09	1057,982	,711	.	,984
X1.3	87,13	1048,599	,783	.	,984
X1.4	87,53	1048,332	,861	.	,984
X2.1	87,00	1040,444	,889	.	,984
X2.2	86,65	1050,937	,829	.	,984
X2.3	87,17	1038,951	,855	.	,984
X2.4	87,05	1042,391	,869	.	,984
X2.5	86,66	1051,277	,825	.	,984
X3.1	87,47	1058,413	,832	.	,984
X3.2	87,42	1038,852	,894	.	,984
X3.3	86,56	1063,340	,742	.	,984
X3.4	86,93	1047,237	,801	.	,984
X3.5	86,63	1052,377	,826	.	,984
X3.6	87,50	1038,879	,883	.	,984
X3.7	87,09	1058,366	,707	.	,984
X3.8	86,64	1050,132	,833	.	,984
X4.1	87,00	1040,444	,889	.	,984
X4.2	86,65	1050,937	,829	.	,984
X4.3	87,17	1038,951	,855	.	,984
X4.4	87,05	1042,391	,869	.	,984
X4.5	86,66	1051,277	,825	.	,984

X4.6	87,22	1047,587	,816	.	,984
X4.7	86,49	1080,353	,562	.	,985
Y1	87,47	1058,413	,832	.	,984
Y2	87,42	1038,852	,894	.	,984
Y3	86,56	1063,340	,742	.	,984
Y4	86,93	1047,237	,801	.	,984
Y5	86,63	1052,377	,826	.	,984
Y6	87,50	1038,879	,883	.	,984

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Pada Tabel 4.31 terlihat diatas, nilai koefisien korelasi produk moment produk skor masing-masing butir pertanyaan dengan total kesemua butir pertanyaan terlihat pada kolom *corrected item total correlation*.

Dari data didapat semua nilai koefisien melebihi angka 0,30 hal ini dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan dan skor yang didapat adalah valid (sah).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (kehandalan) juga untuk mengetahui kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab butir-butir berkaitan dengan kostruk pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,984	,984	30

Sumber pengolahan spss versi 20. 00

Pada Tabel 4.32 terlihat diatas, terdapat cronbach's alpha sebesar 0,976 yang mana nilai lebih besar > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk pertanyaan yang telah disajikan pada responden yang terdiri dari 30 item, baik

didalam variabel Faktor Budaya (X_1), Faktor Sosial (X_2), Faktor Psikologis (X_3), Bagi Hasil (X_4) dan Keputusan Menabung (Y) adalah *reliable* atau handal

7. Teknik Analisis Data

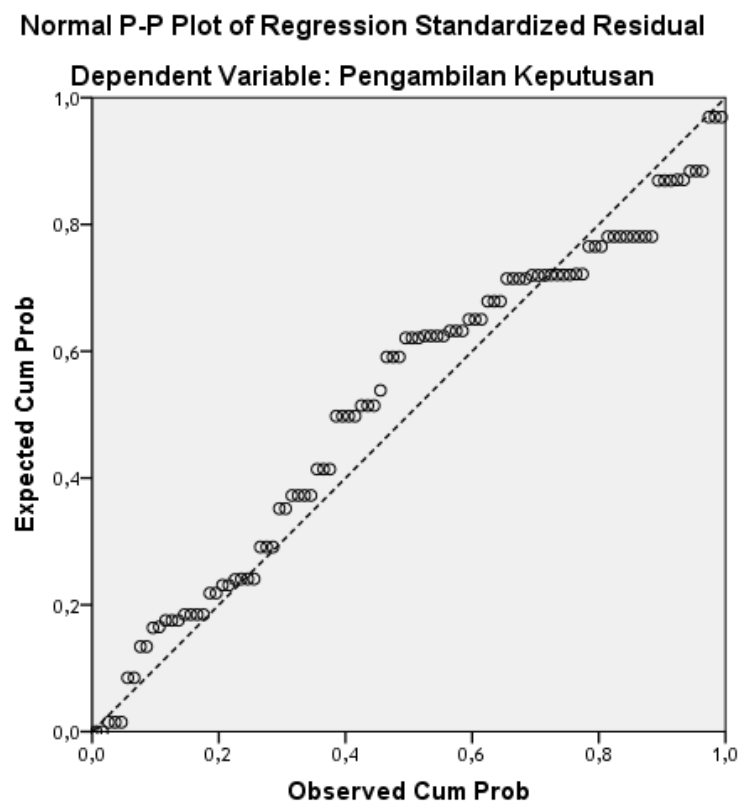
a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dari penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa alat uji regresi berganda dapat digunakan atau tidak.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah layak digunakan regresi berganda, seperti diketahui bahwa uji-t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas



Sumber pengolahan spss versi 20.00

Berdasarkan Gambar 4.2, Terlihat di atas bahwa distribusi dari titik-titik pada Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil dan Keputusan Menabung menyebar disekitar garis diagonal yang dapat disimpulkan bahwa data yang disajikan dapat dikatakan normal

Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Apabila sering terjadi saling korelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol.

Tolerance mengukur variabelitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai cutoff yang dipakai untuk menunjukkan ada atau tidaknya multikolinieritas adalah :

VIF > 10 ----- ada multikolinieritas

Tolerance < 10 ----- tidak ada multikolinieritas

Tabel 4.33 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Faktor Budaya	,090	11,107
	Faktor Sosial	,016	63,099
	Faktor Psikologis	,026	38,259
	Bagi Hasil	,018	55,059

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

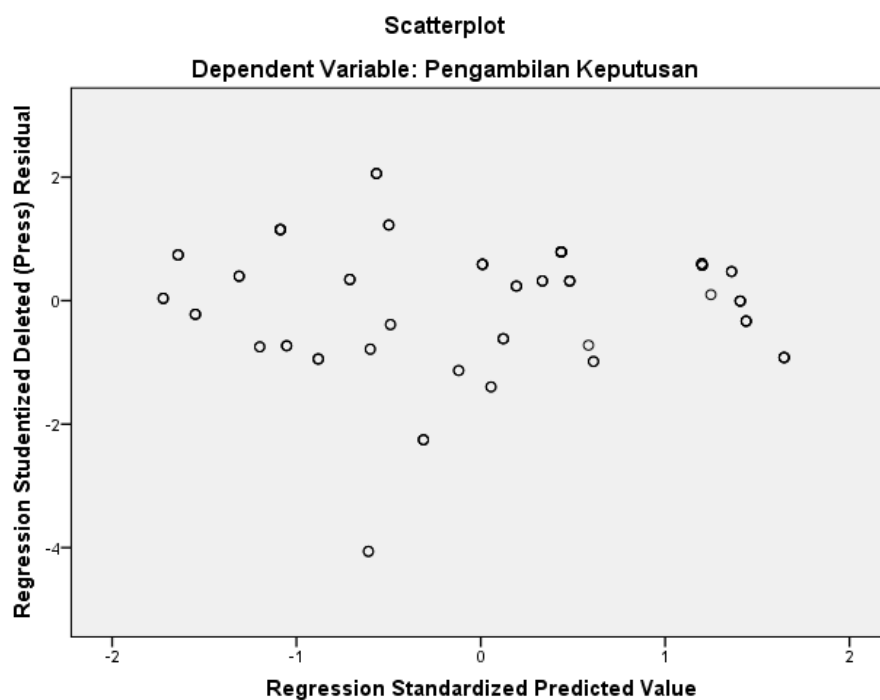
Sumber pengolahan spss versi 20.00

Berdasarkan Tabel 4.33 terlihat diatas bahwa angka VIF Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil dan Keputusan Menabung lebih besar dari 10 dan nilai tolerance Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil dan Keputusan Menabung lebih kecil dari 10, maka menunjukkan semua variabel tidak saling berkolerasi atau tidak saling berhubungan sesama variabel bebas dengan demikian dapat disimpulkan model regresi bebas gangguan multikolinieritas.

Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas menunjukkan adanya nilai varian (residu) tidak konstan. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti terjadi heteroskedasitas atau sebaliknya homoskedasitas atau dapat terlihat dari probabilitas signifikan $> 0,05$.

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber pengolahan spss versi 20.00

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat di atas titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai untuk prediksi kinerja berdasarkan simpulan variabel.

8. Analisis dan Evaluasi

Data yang dikumpul dan disusun, diklasifikasikan, dianalisis dan dievaluasi dan yang terakhir mengambil keputusan atas penelitian tersebut. Hasil pengolahannya adalah :

Tabel 4.34 Descriptive Statistics

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Menabung	17,55	6,750	100
Faktor Budaya	11,27	5,140	100
Faktor Sosial	15,52	6,204	100
Faktor Psikologis	23,84	8,798	100
Bagi Hasil	21,83	7,992	100

Sumber pengolahan spss versi 20.00

Berdasarkan Tabel 4.34 terlihat di atas, nilai rata-rata dari variabel Keputusan Menabung (Y) adalah 17.55 dengan standar deviasinya adalah 6.750. Untuk variabel Faktor Budaya nilai rata-ratanya adalah 11.27 dengan standar deviasinya adalah 5.140. Sedangkan untuk Faktor Sosial nilai rata-ratanya adalah 15.52 dengan standar deviasinya adalah 6.204, Faktor Psikologis nilai rata-ratanya adalah 23.84 dengan standar deviasinya adalah 8.798, Bagi Hasil nilai rata-ratanya adalah 21.83 dengan standar deviasinya adalah 7.992 dan jumlah responden (N) adalah 100.

9. Pengujian Hipotesis

Uji Pengaruh Serempak (*simultant*)

Uji F_{hitung} pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama (serempak) variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Hipotesis untuk pengujian secara serempak adalah :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya secara bersama-sama tidak pengaruh yang positif dan signifikan Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil (*variable independent*) terhadap Keputusan Menabung (*variable dependent*).

$H_1 : \text{Minimal } 1 \neq 0$, artinya secara bersama-sama (serempak) terdapat pengaruh positif dan signifikan Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil (*variable independent*) terhadap Keputusan Menabung (*variable dependent*).

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

Terima H_0 (Tolak H_1) jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\text{Sig } F > \alpha$ 5%

Tolak H_0 (Terima H_1) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\text{Sig } F < \alpha$ 5%

Tabel 4.35 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4467,921	4	1116,980	2477,613	,000^b
	Residual	42,829	95	,451		
	Total	4510,750	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Menabung						
b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Faktor Budaya, Faktor Psikologis, Faktor Sosial						

Sumber pengolahan spss versi 20.00

Berdasarkan Tabel 4.35 terlihat diatas, bahwa uji F menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 2477,613 dengan tingkat signifikan 0,00. Karena $F_{hitung} 2477,613 > F_{tabel} 2.47$ dan probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,00 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil secara serempak dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung.

Menurut Kutner, Nachtsheim dan Neter, (2010:85) Analisis regresi merupakan salah satu teknik analisis data dalam statistika yang seringkali digunakan untuk mengkaji hubungan antara beberapa variabel dan meramal suatu

variabel. **Tabel 4.36 Persamaan Regresi Linier Berganda**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,962	,229	
	Faktor Budaya	,312	,044	-,238
	Faktor Sosial	,210	,086	-,193
	Faktor Psikologis	1,065	,047	1,388
	Bagi Hasil	,004	,063	-,005

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber pengolahan spss versi 20.00

Berdasarkan Tabel 4.36 terlihat diatas, diperoleh persamaan regresinya adalah $Y = 0.962 + 0.312 X_1 + 0.210 X_2 + 1.065 X_3 + 0.004 X_4$. Konstanta sebesar 0.962 menyatakan jika tidak ada variabel bebas (bernilai 0) maka variabel terikat tetap diversifikasi Faktor Budaya (X_1) sebesar 0.312, Faktor Sosial (X_2) sebesar 0.210, Faktor Psikologis (X_3) sebesar 1.065, Bagi Hasil (X_4) sebesar 0.004.

Uji Pengaruh Parsial

Hasil uji pengaruh parsial variabel faktor sosial, budaya, dan psikologi serta bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan pada tabel berikut :

Tabel 4.37 Hasil Uji-t

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	4,192	,000
	Faktor Budaya	7,129	,000
	Faktor Sosial	2,435	,017
	Faktor Psikologis	22,441	,000
	Bagi Hasil	,064	,949

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber pengolahan spss versi 20.00

Uji-t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Adapun uji menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Uji Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung

Ho : $\beta_1 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan dari Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung

Ho : $\beta_1 \neq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh dan signifikan dari Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung

Kriteria pengambilan keputusan :

Terima Ho (Tolak Hi) jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada Sig t > α 5%

Tolak Ho (Terima Hi) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada Sig t < α 5%

Berdasarkan Tabel 4.37 diatas Faktor Budaya nilai $t_{hitung} 7,129 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung

2. Uji Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung

$H_0 : \beta_2 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan dari Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung

$H_0 : \beta_2 \neq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh dan signifikan dari Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung

Kriteria pengambilan keputusan :

Terima H_0 (Tolak H_1) jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $Sig t > \alpha 5\%$

Tolak H_0 (Terima H_1) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $Sig t < \alpha 5\%$

Berdasarkan Tabel 4.37 terlihat diatas, Faktor Sosial nilai $t_{hitung} 2,435 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,017 > 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung

3. Uji Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan dari Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh dan signifikan dari Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung

Kriteria pengambilan keputusan :

Terima H_0 (Tolak H_1) jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $Sig t > \alpha 5\%$

Tolak H_0 (Terima H_1) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $Sig t < \alpha 5\%$

Berdasarkan Tabel 4.37 diatas Faktor Psikologi nilai t_{hitung} 22,441 > t_{tabel} 1.661 dengan signifikan 0,000 < 0,05, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung

4. Uji Uji Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung

Ho : $\beta_2 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan dari Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung

Ho : $\beta_2 \neq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh dan signifikan dari Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung

Kriteria pengambilan keputusan :

Terima Ho (Tolak Hi) jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada Sig t > α 5%

Tolak Ho (Terima Hi) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada Sig t < α 5%

Berdasarkan Tabel 4.37 terlihat diatas, Bagi Hasil nilai t_{hitung} 0.064 < t_{tabel} 1.661 dengan signifikan 0,949 > 0,05, artinya secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan dari Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung

c) Koefisien Determinasi

Hasil uji determinasi (R²) dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi pada tabel berikut :

Tabel 4.38 Hasil Uji Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,995 ^a	,991	,990	,671

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Faktor Budaya, Faktor Psikologis, Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber pengolahan spss versi 20.00

Berdasarkan Tabel 4.38 terlihat di atas bahwa besarnya adjusted R square sebesar 0,990 hal ini berarti 99,0% variasi Keputusan Menabung yang bisa dijelaskan dengan

variabel independen Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil, sedangkan sisanya ($100\% - 99,0\% = 1,0\%$) dapat dijelaskan dengan variabel independen lainnya

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dari hasil penelitian ini, maka dibawah ini akan dijelaskan tentang variabel tersebut.

1. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil uji statistik menunjukkan variabel Faktor Budaya nilai $t_{hitung} 7,129 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung.

Dapat disimpulkan bahwa budaya tidak menjadi keputusan nasabah dalam memilih Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan. Nasabah memilih Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan bukan karena budaya atau kebiasaan yang ada disekitarnya misalnya sebagian besar penduduk Kota Medan atau mayoritas penduduk Indonesia bergama Islam. Selain itu, nasabah memilih Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan bukan karena kelas sosialnya seperti dapat menjadikannya terhormat di lingkungan ataupun karena sesuai dengan tingkat pendapatannya.

2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil uji statistik menunjukkan variabel Faktor Sosial nilai $t_{hitung} 2,435 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,017 > 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil penelitian terhadap nasabah Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa sosial tidak menjadi keputusan nasabah dalam memilih Bank Muallamat KC Medan Balai Kota Medan. Nasabah memilih Bank

Mualamat KC Medan Balai Kota Medan tidak memperhatikan kelompok referensi seperti rekomendasi dari tetangga dan teman atau diharuskan oleh keluarga. Selain itu, nasabah juga tidak memperhatikan peranan status seperti lingkungan kerjanya

3. Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil uji statistik menunjukkan variabel Faktor Psikologi nilai t_{hitung} 22,441 > t_{tabel} 1.661 dengan signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil penelitian terhadap nasabah Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa psikologis menjadi salah satu faktor keputusan nasabah dalam memilih Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan. Nasabah memilih Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan karena adanya motivasi dalam dirinya yang dapat memenuhi kebutuhannya. Persepsi dan belajar menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan seperti persepsi terhadap larangan riba atau bunga bank yang haram.

4. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil uji statistik menunjukkan variabel Bagi Hasil nilai t_{hitung} 0.064 < t_{tabel} 1.661 dengan signifikan $0,949 > 0,05$, artinya secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan dari Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung.

Besarnya persentase bagi hasil yang ditetapkan oleh pihak Bank Mualamat KC Medan Balai Kota Medan adalah salah satu faktor atau alasan nasabah untuk mengambil keputusan dalam memilih Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan. Sesuai uraian tersebut menunjukkan bahwa produk Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan yaitu system bagi hasil yang mempunyai kualitas produk akan berdampak pada pembuatan Keputusan Menabung yang dilakukan oleh nasabah

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari berbagai uraian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, mengenai faktor sosial, budaya, dan psikologi serta bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan, maka akhirnya penulis mendapat suatu kesimpulan, yang mana kesimpulan tersebut akan diuraikan dibawah ini :

Hasil uji F menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 2477,613 dengan tingkat signifikan 0,00.

Karena $F_{hitung} 2477,613 > F_{tabel} 2.47$ dan probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,00 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil secara serempak dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung.

Hasil uji t variabel Faktor Budaya nilai $t_{hitung} 7,129 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan 0,000 $< 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil uji t variabel variabel Faktor Sosial nilai $t_{hitung} 2,435 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan 0,017 $> 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil uji t variabel variabel Faktor Psikologi nilai $t_{hitung} 22,441 > t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan 0,000 $< 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Menabung.

Hasil uji t variabel variabel Bagi Hasil nilai $t_{hitung} 0.064 < t_{tabel} 1.661$ dengan signifikan $0,949 > 0,05$, artinya secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan dari Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung.

besarnya adjusted R square sebesar 0,990 hal ini berarti 99,0% variasi Keputusan Menabung yang bisa dijelaskan dengan variabel independen Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Bagi Hasil, sedangkan sisanya ($100\% - 99,0\% = 1,0\%$) dapat dijelaskan dengan variabel independen lainnya

Saran

Adapun saran-saran yang ingin penulis sampaikan mengenai variabel faktor sosial, budaya, dan psikologi serta bagi hasil mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan adalah sebagai berikut :

1. Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan perlu meningkatkan motivasi atau persepsi nasabah dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat, misalnya meningkatkan pengetahuan tentang bank syariah, sehingga mereka tertarik untuk mengambil keputusan memilih menggunakan jasa atau layanan Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan.
2. Kinerja karyawan juga dapat meningkatkan motivasi nasabah untuk menggunakan jasa atau layanan bank tersebut dengan cara meningkatkan kinerja karyawan dan pelayanan seperti memberikan informasi yang jelas serta lengkap atau memberikan pelayanan secara merata kepada semua nasabah.
3. Dari hasil penelitian, psikologis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan. Oleh karena itu, bank tersebut perlu meningkatkan motivasi atau persepsi nasabah dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat, misalnya meningkatkan pengetahuan tentang bank

syariah, sehingga mereka tertarik untuk mengambil keputusan memilih menggunakan jasa atau layanan Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan.

4. Prinsip bagi hasil tidak berpengaruh dan signifikan dalam keputusan menabung nasabah dilanjutkan dengan tingkat pendapatan. Ini menunjukkan keputusan menabung nasabah bank syariah sangat dipengaruhi oleh adanya sistem bagi hasil dan menunjukkan bahwa sistem ini tidak lagi mengorbankan satu pihak saja melainkan secara bersama-sama dan sesuai dengan konsep syariah.
5. Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan harus terus memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan tuntunan Islam dan juga harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis, agar nasabah tetap menabung di Bank Muamalat KC Medan Balai Kota Medan yang harus terus menerus dipertahankan dan ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Dharmesta, (2010). *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta, Penerbit : Liberty Yogyakarta
- Dharmesta dan Handoko, (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Liberty
- Engel, (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Herbert A. Simon, (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Pearson Education Asia Pte. Ltd. Dan PT Prenhallindo
- Khairiyah, (2012). *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Kasiram, (2011). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers
- Loudon dan Dellabitta, (2014). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran*, Bandung : Universitas Pasundan
- Mufraini, M. Arief, (2010). *Akuntansi dan Manajemen Zakat: Mengkomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Peter dan Olson, (2010). *Pengambilan Keputusan dan strategi pemasaran*, Edisi keempat (terjemahan). Jakarta : Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. (2013), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Sciffman & Kannuk, (2011), *Consumer Behavior*. Fifth Edition, Prentice-Hall Inc. New Jersey
- Simamora, (2014). *Perilaku konsumen, konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Gramedia
- Siswanto, (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Kedua, Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga

Solomon, (2010). *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*. Sixth edition. New Jersey: Prentice Hall.

Simamora, (2012). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum

Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Suharsini, Arikunto. (2012), *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

JURNAL :

Andika, R. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja dan Persaingan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pada Pegawai Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. JUMANT, 11(1), 189-206.

Andika, R. (2018). Pengaruh Kemampuan Berwirausaha dan Kepribadian Terhadap Pengembangan Karir Individu Pada Member PT. Ifaria Gemilang (IFA) Depot Sumatera Jaya Medan. JUMANT, 8(2), 103-110.

Andika, R. (2018). PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN PENGAWASAN TERHADAP DISIPLIN KERJA KARYAWAN PADA PT ARTHA GITA SEJAHTERA MEDAN. JUMANT, 9(1), 95-103.

Ardian, N. (2019). Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB. JEpa, 4(2), 119-132.

Harahap, R. (2018). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan. JUMANT, 7(1), 77-84.

Harahap, R. (2018). ANALISA KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI CV. REZEKI MEDAN. JUMANT, 8(2), 97-102.

Mesra, B. (2019). IBU RUMAH TANGGA DAN KONTRIBUSINYA DALAM MEMBANTU PEREKONOMIAN KELUARGA DI KECAMATAN HAMPARAN PERAK KABUPATEN DELI SERDANG. JUMANT, 11(1), 139-150.

Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2018). Country of origin as a moderator of halal label and purchase behaviour. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).

Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., Achmad Daengs, G. S., Sahat, S., Rosmawati, R., Kurniasih, N., ... & Rahim, R. (2018). Decision support rating system

with Analytical Hierarchy Process method. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.3), 105-108.

Setiawan, N., Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., Tambunan, A. R. S., Girsang, M., Agus, R. T. A., ... & Nisa, K. (2018). Simple additive weighting as decision support system for determining employees salary. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.14), 309-313.

Setiawan, N. (2018). PERANAN PERSAINGAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN (Resistensi Terhadap Transformasi Organisasional). *JUMANT*, 6(1), 57-63.

Siregar, M. Y. (2019). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN REMUNERASI TERHADAP PRESTASI KERJA MELALUI ETOS KERJA PEGAWAI DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS NEGERI. *JUMANT*, 11(1), 151-164.

Siregar, N. (2018). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *JUMANT*, 8(2), 87-96.

Siregar, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkomcabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru). *JUMANT*, 7(1), 65-76.

Siregar, N. (2018). ANALISIS PRODUK DAN CITRA KOPERASI TERHADAP WIRAUSAHA KOPERASI DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI RUMAH TANGGA PADA MASYARAKAT DESA LUBUK SABAN PANTAI CERMIN KABUPATEN DELI SERDANG. *JUMANT*, 9(1), 79-93.