



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK MENABUNG DI PT. BANK
ACEH SYARIAH CABANG S. PARMAN
MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

TEUKU ARJUNA

NPM 1625310202

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2019**



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

M E D A N

PENGESAHAN SKRIPSI

N A M A : TEUKU ARJUNA
NPM : 1625310202
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S : (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK
MENABUNG DI PT. BANK ACEH SYARIAH
CABANG S. PARMAN MEDAN

MEDAN, APRIL 2019

KETUA PROGRAM STUDI

DEKAN

(NURAFRINA SIREGAR, S.E., M.SI)



(DR. SURYA NITA, S.H., M.HUM)

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(DR. ELFITRA DESI SURYA, S.E., M.M)

(MIPTAH EL FIKRI, SE., M.SI)



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA
UJIAN SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

PERSETUJUAN UJIAN

N A M A : TEUKU ARJUNA
NPM : 1625310202
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK
MENABUNG DI PT. BANK ACEH SYARIAH
CABANG S. PARMAN MEDAN

MEDAN, APRIL 2019



(NURAERINA SWEGAR, S.E., M.SI)

ANGGOTA I

(DR. ELFITRA DESI SURYA, S.E., M.M)

ANGGOTA II

(MIFFAH EL FIKRI, SE., M.SI)

ANGGOTA III

(YOSSIE ROSANTY, SE., M.M)

ANGGOTA IV

(DRS MANUNTUN PAKPAHAN, MM)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

N a m a : Teuku Arjuna
NPM : 1625310202
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S 1 (Strata Satu)
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan
Keputusan Untuk Menabung Di PT. Bank Aceh
Syariah Cabang S. Parman Medan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Unpab untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsi saya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, April 2019



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Teuku Arjuna
Tempat/Tanggal Lahir : Banda Aceh / Maret 195
NPM : 1625310202
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jl TB Simatupang No. B49 Komplek Imperio

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, April 2019



(Teuku Arjuna)

ACC. Lux

5/10-2019

[Signature]



ACC Lux
3/10/19

[Signature]
Miftah El Fikri

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK MENABUNG DI PT. BANK
ACEH SYARIAH CABANG S. PARMAN
MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

TEUKU ARJUNA
NPM 1625310202

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2019**



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Fax. 061-8458077 P.O.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI
 PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

(TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)

PERMOHONAN MENGAJUKAN JUDUL SKRIPSI

Orang yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : TEUKU ARJUNA
 Tempat/Tgl. Lahir : Banda Aceh / 08 Maret 1995
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1625310202
 Program Studi : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 128 SKS, IPK 2.73
 Dengan ini mengajukan judul skripsi sesuai dengan bidang ilmu, dengan judul:

No.	Judul Skripsi	Persetujuan
1.	ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK MENABUNG DI PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG S. PARMAN	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	ANALISIS KARAKTERISTIK SOSIAL DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI SUN PLAZA	<input type="checkbox"/>
3.	PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PRODUK PIAGGIO DI YESPARK HM. YAMIN	<input type="checkbox"/>

Judul yang disetujui oleh Kepala Program Studi diberikan tanda

(Ir. Bhakti Alamsyah, M.T., Ph.D.)

Medan, 08 November 2017
 Pemohon,

(TEUKU ARJUNA)

Nomor : 690/111/ET/16.2017
 Tanggal : 15 November 2017
 Disahkan oleh :
 Dekan

 (Drs. Anwar Sanusi, M.Si.)
 Tanggal : 13 November 2017
 Disetujui oleh :
 Ka. Prodi Manajemen

 (NURAFRINA SIREGAR, SE., M.Si.)

Tanggal : 13 November 2017
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing I :

 (ELFITRI DASI SURTA, SE, MM)
 Tanggal : 13 November 2017
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing II :

 (MIFTAH EL FIKRI, SE, M.Si)

No. Dokumen: FM-LPPM-08-01 Revisi: 02 Tgl. Efi: 20 Des 2015



Acc. Seminar Mo Jo
Hijau

Supri
20/3-2019

Xth: Pembangunan II
Medan eksoraks

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK MENABUNG DI PT. BANK
ACEH SYARIAH CABANG S. PARMAN
MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

TEUKU ARJUNA
NPM 1625310202

Acc. Seminar
meja Hijau

Miftah El Fitri

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCABUDI
MEDAN
2018**



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Elfitra Desy Surya, SE, MM
 Dosen Pembimbing II : Miftah El Fikri, SE, M.Si
 Nama Mahasiswa : TEUKU ARJUNA
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1625310202
 Bidang Pendidikan : SI
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan keputusan untuk Menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
20/8	pembahasan materi	<i>[Signature]</i>	
1/8	Pembahasan Etyd	<i>[Signature]</i>	
13/8	Pembahasan Rapor, Persebaran Uti, Gabung & tabel	<i>[Signature]</i>	
15/8	ACC Sempuro	<i>[Signature]</i>	

Medan, 05 April 2018

Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Elitza Desy Surya, SE., MM
 Dosen Pembimbing II : Miftah El Fikri, SE., M.Si
 Nama Mahasiswa : TEUKU ARJUNA
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1625310202
 Bidang Pendidikan : SI
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
7/7-2018	- latar belakang - Rumusan Masalah dibuat Se Suai Standar - Tujuan penelitian dibuat stan dard - rumus Sampel dibuat - Questioner dibuat	M	
3/8-2018	- Questioner dikurangi disesuaikan dg indikator	M	
13/8-2018	ACC. Seminar proposal	M	

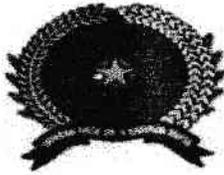
Medan, 05 April 2018

Diketahui/Disetujui oleh :

Dekan,



Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
website : www.pancabudi.ac.id email: unpub@pancabudi.ac.id
Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Elfitra Desy Surya SE, MM
 Dosen Pembimbing II : Miftah Elfikri, SE, M.Si
 Nama Mahasiswa : TEUKU ARJUNA
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1625310202
 jenjang Pendidikan : Strata I (S1)
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Analisis Perilaku konsumen Dalam Pengambilan keputusan
 Untuk Menabung Di PT. Bank Aceh Syariah Cabang
 S. Parman Medan

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
20/3-2019	Daftar belakang skripsi dan ditambahkan data penomoran dan - Sampul dan Kertasnya duplex milik - Indikator duplex milik - menulis Daftar pustaka dan Referensi sesuai - ACC - Ma J. Mi Jan	 	

ACC - Seminar Meja MUSA

20/3-2019

Medan, 14 Januari 2019
Diketahui/Ditetujui oleh :
Dekan,



Dr. Surya Nita S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Elfitra Desy Surya, SE., MM
 Dosen Pembimbing II : Miftah El Fikri, SE., M.Si
 Nama Mahasiswa : TEUKU ARJUNA
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1625310202
 Jenjang Pendidikan : Strata I (S1)
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menabung Di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
20/1/19.	ACC pembahasan materi		
15/2/19.	Pembahasan tejd		
1/3/19.	Pembahasan Refsur		
20/3/19.	ACC mejalayan		

Pembimbing II

 Miftah El Fikri

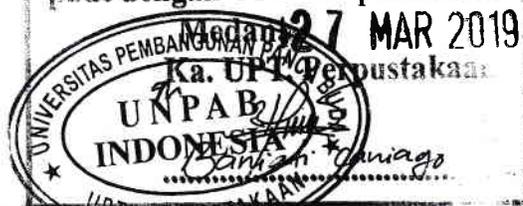
Medan, 14 Januari 2019
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



M.Hum.

Dinyatakan tidak ada sangkut paut dengan UPT. Perpustakaan

Hal : Permohonan Meja Hijau



Medan, 27 Maret 2019
Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
Fakultas SOSIAL SAINS
UNPAB Medan
Di -
Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini:
Nama : TEUKU ARJUNA
Tempat/Tgl. Lahir : Banda aceh / 08 Maret 1995
Nama Orang Tua : Mulyadi TM
N. P. M : 1625310202
Fakultas : SOSIAL SAINS
Program Studi : Manajemen
No. HP : 08116888395
Alamat : Jl Tb. Simatupang

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK MENABUNG DI PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG S. PARMAN MEDAN, Selanjutnya saya menyatakan :

- Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
- Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
- Telah tercap keterangan bebas pustaka
- Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
- Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
- Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
- Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
- Skripsi sudah dijilid lux 2 examplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 examplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangi dosen pembimbing, prodi dan dekan
- Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
- Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
- Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
- Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	500,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	100,000
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	0
Total Biaya	: Rp.	2,100,000

27/03/19
[Signature]
(P)

Ukuran Toga : L



Hormat saya
[Signature]
TEUKU ARJUNA
1625310202

- 1. Surat permohonan ini sah dan bertaku bila ;
 - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.



Telah di terima
berkas persyaratan
dapat di proses
Medan, 27 MAR 2019
Ka. BPAA
[Signature]
NAZAR
TEGUH WAHYONO, SE., MM.

Plagiarism Detector v. 1092 - Originality Report:

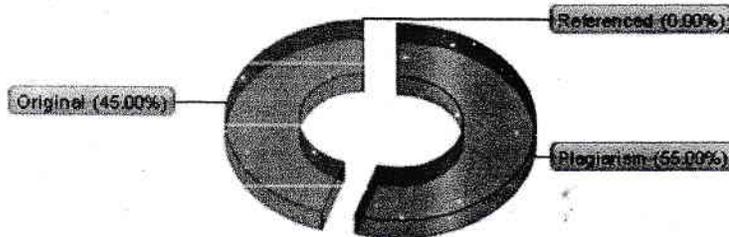
Analyzed document: 27/03/2019 16:52:18

"TEUKU
ARJUNA_1625310202_MANAJEMEN.docx"

Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi_License4



Relation chart:



Distribution graph:

Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian

Top sources of plagiarism:

% 104	wrds: 18885	https://skripsi-baru.blogspot.com/2014/06/pengaruh-gaya-kepemimpinan-terhadap.html
% 72	wrds: 10004	http://jurnalmudiraindure.com/wp-content/uploads/2015/10/Pengaruh-Pemerian-Kompensasi-Dan...
% 28	wrds: 3930	https://docobook.com/pengaruh-faktor-budaya-sosial-pribadi-dan-psikologi-terhadap230f38e20...

Show other Sources:]

Processed resources details:

175 - Ok / 33 - Failed

Show other Sources:]

Important notes:

Wikipedia:	Google Books:	Ghostwriting services:	Anti-cheating:
[not detected]	[not detected]	[not detected]	[not detected]

Nomor : 1377710.MDN.01/XI/2018
Lampiran : --

Medan, 02 November 2018M
24 Shafar 1440H

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi
di -
Tempat

Perihal : Selesai Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam sejahtera, teriring do'a semoga kiranya kita selalu dalam lindungan Allah SWT dalam menjalankan aktifitas sehari-hari, Amien.

Sehubungan dengan surat dari Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi No. 2633/17/FSSM/2018 tanggal 9 Oktober 2018 perihal Permohonan Research, dengan ini disampaikan bahwa :

Nama : Teuku Arjuna
N.P.M : 1625310202
Fakultas : Sosial Sains
Prodi : Manajemen
Alamat : Jl. T. B Simatupang

bahwasanya mahasiswa tersebut telah menyelesaikan kegiatan riset/penelitian di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan dalam rangka penusunan/penulisan skripsi yang berjudul "*Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menabung Di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan*".

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Billahi taufiq wal hidayah.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT. BANK ACEH SYARIAH
CABANG S. PARMAN MEDAN


DEDDY NOFENDY
Pemimpin

ABSTRAK

PT. Bank Aceh Syariah merupakan salah satu badan usaha milik daerah yang bergerak dalam pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah. Permasalahan yang mendasari penelitian ini apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden sebanyak 91 responden melalui program *Statistical Product Service Solution (SPSS)* Versi 19.00, penelitian observasi yang dilakukan secara langsung ke lapangan untuk dijadikan objek penelitian. Dari hasil uji F atau secara serempak/simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk menabung. Hasil uji "t" parsial faktor budaya dan faktor sosial berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan untuk menabung, sedangkan variabel faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Hasil Uji Determinasi bahwa besarnya *adjusted R square* sebesar 0,994 hal ini berarti 99,4% variasi Pengambilan Keputusan yang bisa dijelaskan dengan variabel independen variabel Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi dan Faktor psikologis ($100\% - 99,4\% = 6\%$) sedangkan sisanya (6%) dapat dijelaskan dengan variabel independen lainnya.

Kata Kunci: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis, Pengambilan Keputusan

ABSTRACT

PT. Bank Aceh Syariah is one of the regional-owned business entities that is engaged in the management of sound banks and on the right track, improving people's economy and regional development by conducting commercial bank businesses that prioritize optimizing the provision of credit, financing and banking services for smooth and progressive development in the region. The problems underlying this study are whether cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors have a positive and significant effect on decision making to save at PT. Bank Aceh Syariah Branch S. Parman Medan. The data collection techniques in this study were conducted with a questionnaire by distributing a list of questions to respondents as many as 91 respondents through the Statistic Product Service Solution (SPSS) version 19.00, observational research conducted directly to the field to be the object of research. From the results of the F test or simultaneously / simultaneously cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors influence the decision making to save. The results of the partial "t" test for cultural factors and social factors have a negative effect on decision making for saving, while personal factors and psychological factors have a positive effect on decision making. Determination Test Results that the adjusted R square amounted to 0.994 this means 99.4% variation in Decision Making which can be explained by variable independent variables Cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors (100% - 99.4% = 6%) while the rest (6%) can be explained by other independent variables.

Keywords: Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors and Psychological Factors, Decision Making

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
E. Keaslian Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Keputusan nasabah.....	8
a. Pengertian Keputusan Menabung.....	8
b. Proses Pengambilan Keputusan	14
c. Faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.....	15
1. Faktor kebudayaan	15
2. Faktor sosial	16
3. Faktor pribadi	17
4. Faktor psikologis.....	19
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Konseptual.....	21
D. Hipotesis.....	23
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitan	25
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
C. Populasi dan Sampel /Jenis dan Sumber Data	26
D. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Teknik Analisis Data.....	29
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas	30
3. Uji Asumsi Klasik.....	30
4. Model Analisis Regresi Berganda	31
5. Pengujian Hipotesis	32

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	34
1. Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah.....	34
2. Visi Misi dan Moto PT. Bank Aceh Syariah	38
3. Struktur Organisasi	39
4. Penyajian Data	45
5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	59
6. Teknik Analisis Data.....	61
7. Analisis dan Evaluasi.....	64
8. Pengujian Hipotesis	65
1) Uji Pengaruh Serempak (simultant)	65
2) Uji parsial (Uji - t)	67
3) Uji Koefisien determinan (R ²)	69
B. Pembahasan Hasil Penelitian	70
1. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Pengambilan Keputusan	70
2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan	71
3. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan	72
4. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan	73
5. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Pengambilan Keputusan secara Bersama-sama	74
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	75
B. Saran	76
 DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	
BIODATA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....20
Tabel 3.1	Proses Penelitian25
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian28
Tabel 4.1	Menabung di Bank Aceh Syariah dapat meningkatkan rasa solidaritas terhadap teman-teman dan lingkungan45
Tabel 4.2	Menabung di Bank Aceh Syariah dapat mencerminkan kesejahteraan dan kemakmuran hidup saya dalam bermasyarakat.....46
Tabel 4.3	Lingkungan yang memiliki tingkat menabung yang tinggi akan mensejahterakan masa depan.....46
Tabel 4.4	Menabung di Bank Aceh Syariah karena sudah menjadi hal yang harus di penuhi untuk masa depan keluarga47
Tabel 4.5	Menabung di Bank Aceh Syariah karena rekomendasi dari kelompok-kelompok dimana saya sering berinteraksi.....47
Tabel 4.6	Menabung di Bank Aceh Syariah karena orang tua atau salah satu dari anggota keluarga saya juga menabung di sana48
Tabel 4.7	Menabung di Bank Aceh Syariah karena adanya pengaruh dari teman-teman saya.....48
Tabel 4.8	Menabung di Bank Aceh Syariah karena sering memberikan informasi49
Tabel 4.9	Menabung di Bank Aceh Syariah karena saya orang Aceh.....49
Tabel 4.10	Menabung di Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya50
Tabel 4.11	Menabung di Bank Aceh Syariah memperhatikan kondisi keuangan pribadi saya.....50
Tabel 4.12	Menabung di Bank Aceh Syariah karena kebutuhan hidup dimasa yang akan datang51
Tabel 4.13	Menabung di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan selera saya 51
Tabel 4.14	Menabung di Bank Aceh Syariah karena pengaruh kebutuhan di masa yang akan datang52
Tabel 4.15	Merasa puas dengan menabung di Bank Aceh Syariah.....52
Tabel 4.16	Menabung di Bank Aceh Syariah untuk memotivasi keluarga53
Tabel 4.17	Menabung di Bank Aceh Syariah karena dapat di percaya53
Tabel 4.18	Menabung di Bank Aceh Syariah karyawannya mempunyai pengalaman baik54
Tabel 4.19	Menabung di Bank Aceh Syariah karena lebih mudah dan praktis dalam pelayanan54
Tabel 4.20	Menabung di Bank Aceh Syariah karena yakin dan terjamin55
Tabel 4.21	Menabung di Bank Aceh Syariah karyawannya mempunyai dedikasi yang baik55
Tabel 4.22	Menabung di Bank Aceh Syariah karena dekat dengan rumah saya 56
Tabel 4.23	Karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik tentang Bank56
Tabel 4.24	Dorongan dari pihak lain (keluarga dan teman)57
Tabel 4.25	Bank Aceh Syariah melakukan iklan atau promosi yang menarik...57
Tabel 4.26	Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan produk dan layanan dari Bank Aceh Syariah.....58

Tabel 4.27	Pegawai Bank Aceh Syariah bersikap sopan kepada nasabah.....	58
Tabel 4.28	Pegawai Bank Aceh Syariah merespon setiap masalah yang dihadapi nasabah.....	59
Tabel 4.29	Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.30	Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.31	Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.32	<i>Descriptive Statistics</i>	64
Tabel 4.33	Hasil Uji F	66
Tabel 4.34	Hasil Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.35	Hasil Uji-t	67
Tabel 4.36	Hasil Uji Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	12
Gambar 2.2 Langkah- langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas	64

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat Rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan Skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi ini adalah “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menabung Di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan”.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Ibu Nurafrina Siregar. S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Ibu Dr. Elfitra Desi Surya. S.E., M.M, selaku pembimbing I saya yang telah sabar dan dengan cermat memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Miftah El fikri, S.E., M.SI. selaku pembimbing II saya telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca budi Medan yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis di bangku kuliah sampai dengan selesai.

7. Pemimpin PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan, yang telah memberikan penulis kemudahan dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis.
8. Seluruh Keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dorongan baik materi maupun dukunganya dalam menyelesaikan studi di Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan penulisan ini. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin Ya Rabbal A'Lamin.

Medan, April 2019

Penulis

(TEUKU ARJUNA)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu barang melewati tiga tahap yang berbeda namun berhubungan yang harus dilalui, tahap yang pertama berupa input (masukan); mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan atas produk dan terdiri dari dua sumber informasi utama: yakni usaha pemasaran perusahaan (produk itu sendiri, harganya, promosinya dan di mana ia dijual) dan pengaruh sosiologis eksternal atas konsumen (keluarga, teman-teman, tetangga, sumber informal dan non-komersial lain, kelas sosial, serta keanggotaan budaya dan sub budaya).

Tahap selanjutnya ialah proses, model ini memfokuskan pada cara konsumen mengambil keputusan. Ada berbagai faktor psikologis yang melekat pada setiap individu, seperti; motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap yang dapat mempengaruhi cara masukan dari luar. Pada tahap masukan ini mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan, pencarian informasi sebelum pembelian dan evaluasi berbagai alternatif, yang pada gilirannya akan mempengaruhi sifat psikologis konsumen yang ada.

Tahap keluaran atau proses *output* dalam model pengambilan keputusan konsumen terdiri dari dua macam kegiatan yang berhubungan dengan erat; perilaku membeli dan evaluasi setelah membeli. Kotler dalam (Simamora, 2010), menjelaskan ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian. Yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pembelian.

Untuk menguji perilaku konsumen, dapat dilakukan dengan merunut dari sikap dan niat beli. (Kussudyarsana & Dharmmesta, 2011), menggambarkan suatu hubungan antara sikap, norma subyektif, dengan niat beli. Perilaku dapat diprediksi dari sikap konsumen. (Kussudyarsana & Dharmmesta, 2011), sikap konsumen terhadap pembelian produk merupakan prediktor yang baik bagi perilaku pembelian, meskipun prediksi tersebut dilakukan melalui variabel niat (*intention*).

Dalam pemasaran, analisis sikap, merupakan bagian dari upaya mengenal konsumen dan Pengambilan Keputusan dengan baik. Kebijakan pemasaran sangatlah ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi karakteristik konsumen, termasuk dalam hal sikap, perilaku dan pengambilan keputusan konsumen. Pengambilan Keputusan (*decision making*) merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. Pengambilan Keputusan memiliki dua elemen penting, yaitu: proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa ekonomis.

PT. Bank Aceh Syariah merupakan salah satu badan usaha milik daerah yang bergerak dalam pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

Namun dalam perjalannya tidak semua dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan dan berjalan lancar juga menemui beberapa kendala baik pada bagian internal maupun eksternal, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Bank Aceh Syariah mengenai Pengambilan Keputusan dalam pengambilan keputusan untuk menabung di Bank Aceh Syariah khususnya di Cabang S. Parman Medan. Adapun fenomena-fenomena yang terjadi dalam pengambilan keputusan konsumen untuk menabung di Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman adalah sebagai berikut antara lain adalah masih rendahnya minat menabung konsumen di Bank Aceh Syariah disebabkan karena terbatasnya jumlah Bank Aceh Syariah di Kota Medan, konsumen masih menganggap bahwa Bank Aceh adalah untuk masyarakat aceh.

Berdasarkan uraian ringkas tersebut penulis sangat tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul: “Analisis Pengambilan Keputusan Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menabung Di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dengan melihat latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, antara lain:

- a) Konsumen masih menganggap bahwa Bank Aceh adalah untuk masyarakat aceh.

- b) Masih rendahnya minat menabung konsumen di Bank Aceh Syariah di sebabkan karena terbatasnya jumlah Bank Aceh Syariah di Kota Medan.

2. Batasan Masalah

Batasan Masalah penelitian sangat penting dalam mendekati penulis pada pokok permasalahan yang akan dibahas. Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi ruang lingkup dalam penelitian ini dengan hal yang berkaitan dengan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis serta pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan permasalahan yang mendasari penelitian ini:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
2. Apakah faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

4. Apakah faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
5. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a) Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah pengaruh variabel faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
- b) Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
- c) Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah pengaruh faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
- d) Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah pengaruh faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

- e) Untuk menganalisis dan mengevaluasi apakah pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

2. Manfaat Penelitian

- a) Bagi Penulis

Sebagai wahana potensial untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menetapkan teori-teori yang ada dengan keadaan sebenarnya.

- b) Bagi Perusahaan

Sebagai sarana informasi yang dapat digunakan perusahaan (Bank Syariah) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menabung pada perusahaan mereka.

- c) Bagi pembaca

Sebagai tambahan informasi bagi nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian (Wahab, 2012) dengan Judul “Pengaruh Psikologis dan Rasionalis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Al-Hijrah Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Malang”.

Sedangkan dalam penelitian ini berjudul “Analisis Pengambilan Keputusan Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan”.

Perbedaan dan Persamaan penelitian terletak pada:

- 1. Variabel Penelitian:** Penelitian terdahulu menggunakan 2 (satu) variabel bebas (Psikologis dan Rasionalis) dan 1 (satu) variabel terikat (Keputusan Nasabah) sedangkan pada penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu faktor budaya, faktor lingkungan dan faktor psikologis serta 1 (satu) variable terikat yaitu Pengambilan Keputusan.
- 2. Jumlah sampel (n):** Penelitian terdahulu berjumlah 125 nasabah sebagai responden sedangkan jumlah responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan yang berjumlah 91 orang
- 3. Waktu Penelitian:** Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2012 sedangkan penelitian ini tahun 2018/2019.
- 4. Lokasi Penelitian:** Penelitian terdahulu PT. Behaestex, Gresik. Sedangkan penelitian ini dilakukan di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Keputusan nasabah

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. (Schiffman & Kanuk, 2010).

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. (Soetojo, 2012).

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. (Hurriyati, 2010).

Jadi mengambil keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi. Alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan. Sedangkan pengertian menabung, menabung adalah menyimpan uang (dipelangan, 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*).

(Simon, 2010) 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), 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.

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, Blackwell, & Miniard, 2014), 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 & Kanuk, 2010), 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.

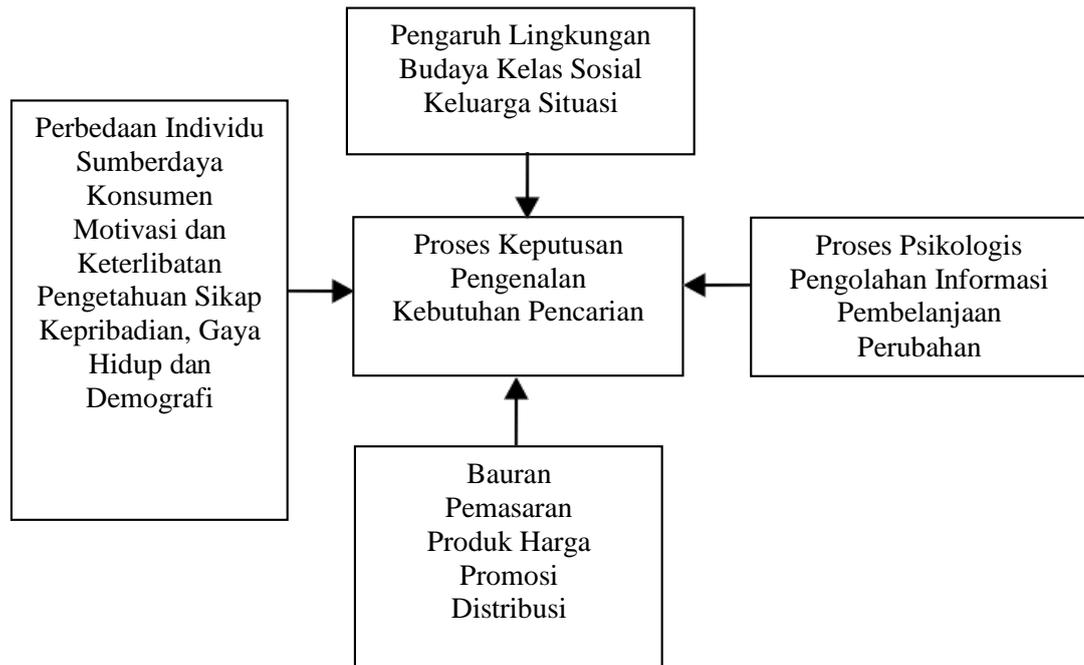
(Peter & Olson, 2010), menyatakan bahwa:

- 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, Blackwell, & Miniard, 2014), 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 sumber daya 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) Faktor psikologis terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap/perilaku.

Model perilaku pengambilan keputusan pembelian dan faktor- faktor yang mempengaruhinya tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.1



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

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

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 & Della Bitta, 2014). 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, 2010), bahwa seseorang tidak bisa memahami motivasi yang mendorong Pengambilan Keputusan secara pasti.

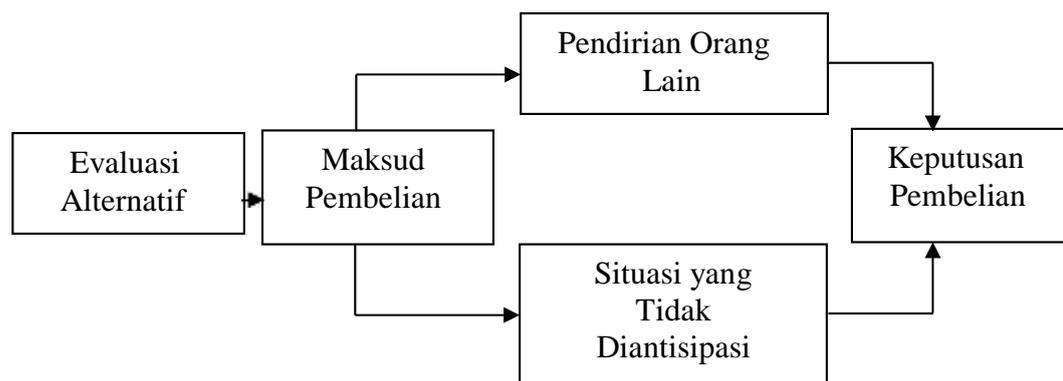
Sebaliknya menurut Maslow dalam (Simamora, 2010) mengatakan bahwa motivasi seseorang dapat dihubungkan dengan kebutuhannya.

b. Proses Pengambilan Keputusan

Menurut (Engel, Blackwell, & Miniard, 2014), 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



Gambar 2.2 Langkah- langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian

Sumber: Engel et.al.(2014)

c. Faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

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

1. Faktor kebudayaan

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. (Hurriyati, 2010).

Menurut (Hurriyati, 2010), Indikator-indikator Faktor kebudayaan, yaitu:

a) Budaya

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Budaya merupakan kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

b) Sub-budaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa sub budaya yang lebih kecil, atau kelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada Sub budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.

c) Kelas sosial

Hampir setiap masyarakat mempunyai semacam bentuk struktur kelas sosial. Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan anggotanya menganut minat, nilai-nilai dan tingkah laku yang serupa.

2. Faktor sosial

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

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

a) Kelompok

1. Kelompok keanggotaan

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

2. Kelompok acuan

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

b) 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, istri dan anak-anak pada pembelian berbagai produk jasa.

c) 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.

3. 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. Menurut (Hurriyati, 2010)

Indikator-indikator Faktor pribadi, yaitu:

a) 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.

b) 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.

c) Situasi ekonomi

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

d) 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 diwujudkan dalam psikografiknya.

- e) Kepribadian dan konsep-diri pembeli.

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

4. Faktor psikologis

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

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

- a) Motivasi

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

- b) Persepsi

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

- c) Pengetahuan

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

d) Keyakinan dan sikap

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

B. Penelitian Terdahulu

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 Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Wahab, 2012)	Pengaruh Psikologis Dan Rasionalis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Hijrah Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Malang	Psikologis dan Rasionalis sebagai variabel independen sedangkan Keputusan Nasabah sebagai variabel dependen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Psikologis dan Rasionalis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Al-Hijrah Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Malang
2.	(Pulungan, 2009)	Analisis Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Menggunakan Produk Jasa PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Syariah Medan	Syariah (X1), pelayanan (X2), produk (X3), dan promosi (X4) sebagai variabel independen sedangkan Keputusan Nasabah sebagai variabel dependen	Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dengan analisis regresi sederhana diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif antara Syariah, pelayanan, produk dan promosi terhadap keputusan nasabah.

3.	(Irawan, 2008)	Analisis Faktor Faktor Minat Nasabah menabung Dalam Memutuskan Memilih Sistem Bagi Hasil Produk Funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang	motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan, dan perhitungan bisnis sebagai variabel independent sedangkan Keputusan Nasabah sebagai variabel dependen	Faktor minat yang terdiri dari motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan dan perhitungan bisnis yang dominan adalah tingkat keuntungan, dan perhitungan bisnis sebesar 0,534 dengan nilai R 0,648
4.	(Fauzi, 2008)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Bank Perkreditan Rakyat Bali Maju jaya Mandiri Tulangan Sidoarjo	pengambilan keputusan lingkungan sosial budaya dan psychological field sebagai variabel independent sedangkan Minat Nasabah sebagai variabel dependen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor persepsi memiliki kontribusi terbesar mempengaruhi minat nasabah terhadap Bank Perkreditan Rakyat Bali Majujaya Mandiri Tulangan Sidoarjo

Sumber: Diolah Penulis, 2018

C. Kerangka Konseptual

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami masalah tentang judul penelitian ini, maka penulis membuat sebuah kerangka berpikir yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

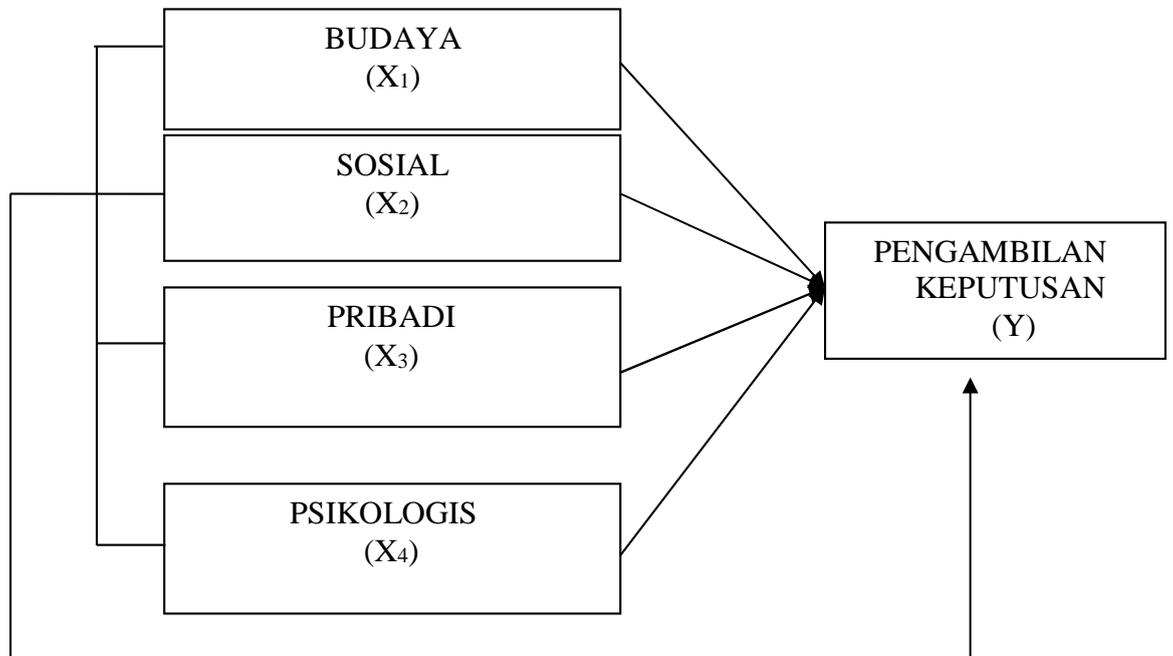
Faktor kebudayaan, memberikan pengaruh paling luas dan dalam tingkah laku konsumen. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya, sub budaya dan kelas sosial pembeli,

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

Faktor pribadi, merupakan keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian konsep diri pembeli

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:



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

Sumber: Diolah Penulis, 2018

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. (Sugiyono, 2013).

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

1. Faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

2. Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
3. Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
4. Faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.
5. Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. (Kasiram, 2011).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan beralamat di Jl. Letjen S Parman, Petisah Hulu, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20151, sedangkan penelitian ini dilakukan dimulai Agustus 2018 sampai dengan November 2018.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian Tahun 2018

Kegiatan	Tahun 2018															
	Agustus				September				Oktober				November			
	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: Diolah Penulis, 2018

C. Populasi dan Sampel / Jenis dan Sumber

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013).

Jadi populasi dalam penelitian ini dilakukan selama 6 (enam) bulan sejak Januari 2018 sampai dengan Juni 2018 dengan masa kerja Senin sampai Jumat sebanyak 1000 nasabah di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2012). Jumlah nasabah di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan tersebut adalah sebanyak 1000 orang. Untuk menghemat waktu dan biaya, peneliti kemudian memutuskan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan sampel berdasarkan rumus Slovin, batas toleransi kesalahan yang ditetapkan adalah 10%.

Dibawah ini adalah cara penyelesaiannya.

Rumus Slovin:

$$n = N / (1 + N \cdot (e)^2)$$

$$n = 1000 / (1 + 1000 \cdot (10\%)^2)$$

$$n = 1000 / (1 + 1000 \cdot (0,1)^2)$$

$$n = 1000 / (1 + 1000 \cdot (0,01))$$

$$n = 1000 / (1 + 10)$$

$$n = 1000 / 11$$

$n = 90,9 \Rightarrow$ dibulatkan menjadi **91** orang.

3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan ialah:

a. Jenis Data

Data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

b. Sumber Data

Data diperoleh secara langsung ke objek penelitian dalam hal ini objek penelitiannya adalah PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

D. Variabel Penelitian & Defenisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian mencakup variabel apa yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu: Faktor budaya (X1), dan Faktor sosial (X2), Faktor pribadi (X3) dan Faktor psikologis (X4), serta 1 (satu) variabel terikat yaitu pengambilan keputusan (Y).

2. Defenisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur secara operasional di lapangan. Definisi operasional sebaiknya berasal dari konsep teori dan definisi atau gabungan keduanya yang ada dilapangan.

Berikut ini disajikan definisi operasional penelitian 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. (Hurriyati, 2010)	a) Budaya b) Sub-budaya c) Kelas social (Hurriyati, 2010)	Likert
Faktor Sosial (X2)	Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. (Hurriyati, 2010)	a) Kelompok keanggotaan dan Kelompok acuan b) Keluarga c) Peran dan status (Hurriyati, 2010)	Likert
Faktor Pribadi (X3)	Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian konsep diri pembeli. (Hurriyati, 2010)	a) Umur dan tahap daur hidup b) Pekerjaan c) Situasi ekonomi d) Gaya hidup e) Kepribadian dan konsep-diri pembeli (Hurriyati, 2010)	Likert
Faktor Psikologis (X4)	Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang penting yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap (Hurriyati, 2010)	a) Motivasi b) Persepsi c) Pengetahuan d) Keyakinan dan sikap (Hurriyati, 2010)	Likert
Pengambilan Keputusan (Y)	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	a) Pengenalan kebutuhan b) Pencarian informasi c) Evaluasi alternatif d) Pembelian e) Pasca pembelian	Likert

	sesuai dengan lingkungan organisasi. (Hurriyati, 2010)	(Hurriyati, 2010)	
--	--	-------------------	--

Sumber: Diolah Penulis, 2018

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting bagi kegiatan penelitian, karena pengumpulan data tersebut akan menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Sehingga dalam pemilihan teknik pengumpulan data harus cermat.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian.

4. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam.

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.

Valid artinya data yang diperoleh melalui kuisioner 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 keperilakuan mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya di ukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah.

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 distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (statistik inferensial).

Modal regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk melihat normalitas data ini digunakan pendekatan grafik, yaitu *Normality Probability Plot*. Deteksi normalitas dengan melihat

penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan pendekatan *kolmogorov smirnov*.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi terdapatnya hubungan linier atau korelasi yang tinggiantara masing-masing variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidak samaan *variance* dari residual suatu pengamatan lainnya. Deteksi dapat dilakukan dengan melihat ada tidanya pola tertentu pada *scatterplot*. Jika probabilitassignifikan diatas tingkat kepercayaan 5% (0,05).

4. Model Analisis Regresi Berganda

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	=	Pengambilan Keputusan
α	=	Intercept
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	=	Koefisien Regresi
X_1	=	Faktor Kebudayaan
X_2	=	Faktor Sosial
X_3	=	Faktor Pribadi
X_4	=	Faktor Psikologis
ϵ	=	Kesalahan Pengganggu/ <i>Error Term</i>

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk pengujian koefisien regresi secara keseluruhan untuk menguji keberartian model yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Nilai F_{hitung} dapat diperoleh dengan rumus:

$$F - \text{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan:

R^2	=	Koefisien Determinasi
k	=	Jumlah variabel independen ditambah intercept dari suatu model persamaan
n	=	Jumlah sampel

b. Uji t

Setelah diketahui bahwa terdapat pengaruh secara simultan maka dilakukan pengujian lebih lanjut untuk mengetahui variabel yang berpengaruh secara signifikan. Untuk keperluan itu dilakukan pengujian koefisien regresi secara parsial dengan menggunakan statistik Uji T.

Penentuan hasil pengujian (penerimaan/penolakan H_0) dapat dilakukan dengan membandingkan t dengan nilai signifikansinya Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh setiap variabel nyata atau tidak. rumus menghitung t yaitu:

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_{xy})^2}}$$

Dengan taraf signifikans 5 % uji dua pihak dan dk = n-2

Keterangan:

- Bila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak ada hubungan signifikans masing-masing variabel terhadap variabel y.
- Hal lain tolak H0, ada hubungan signifikans masing-masing variabel terhadap variabel y.

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui korelasi berganda dan besarnya hubungan berpikir formal terhadap hasil belajar sejarah dapat dilihat nilai korelasi dan koefisien determinasi (R²).

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui keandalan model atau pemilihan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat”.

Berikut rumusnya: $D = r_{xy}^2 \times 100\%$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah.

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh teretus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan No. 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No. 10 Tahun 1974, Perda No. 6 Tahun 1978, Perda No. 5 Tahun 1982, Perda No. 8 Tahun 1988, Perda No. 3 Tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia No. 53/KMK.017/1999 dan No. 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT. Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150 milyar. Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT. Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp 1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411. AH. 01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9

September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No. 6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah bank dalam aktivitas Komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK No. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT. Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Wijaya Putra di Banda Aceh.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional PT. Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor PT. Bank Aceh Syariah. Dan sejak tanggal tersebut PT. Bank Aceh Syariah telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip ketentuan PBI No. 11/15/PBI/2009.

Proses konversi PT. Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, PT. Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal. Kantor Pusat PT. Bank Aceh Syariah berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No. 89 Batoh Banda Aceh.

2. Visi Misi dan Moto PT. Bank Aceh Syariah

V i s i

Mewujudkan PT. Bank Aceh Syariah menjadi bank yang terus sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat.

M i s i

Membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada Karyawan.

Motto

Kepercayaan dan Kemitraan

“*Kepercayaan*” adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.

“*Kemitraan*” adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

3. Struktur Organisasi

Untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah diprogramkan sebelum menjalankan perusahaan tersebut agar perusahaan dapat berjalan secara optimal, maka dibutuhkan suatu kerjasama antara sesama anggota yang terlibat didalam perusahaan tersebut baik yaitu antara karyawan dengan pimpinan. Mengingat hal tersebut maka dalam suatu perusahaan diperlukan adanya struktur organisasi yang baik sehingga akan tampak jelas tugas masing-masing karyawan sehingga dapat dapat tercipta suatu sistem kerja yang baik dan didasari tanggung jawab dan kerjasama antara pihak yangterlibat didalam perusahaan tersebut guna merealisasi tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Selain itu, organisasi perusahaan yang baik adalah organisasi yang dinamis dan fleksibel. Struktur organisasi bukan sekedar untuk menunjukkan bentuk atau tipe organisasi saja, melainkan perwujudan hubungan antara fungsi-fungsi wewenang dan tanggung jawab orang- orang yang diberi tugas dan tanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas tersebut. Struktur organisasi juga akan memberikan

informasi baik bagi kita mengenai besar kecilnya perusahaan tersebut, semakin besar struktur organisasi berarti semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar masalah yang timbul yang harus diselesaikan. Oleh karena itu struktur organisasi harus disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan perusahaan yang sangat dipengaruhi oleh besarnya dana, banyaknya tenaga ahli yang dibutuhkan sehingga didapatkan struktur organisasi yang ideal.

Untuk mengetahui tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan maka dibawah ini dijelaskan tugas dan tanggung jawab masing- masing karyawan, yaitu sebagai berikut:

Uraian Bidang Kerja dan Bagian

a) Tugas Pokok Pemimpin:

- 1) Mengawasi serta melakukan koordinasi seluruh kegiatan operasional Bank.
- 2) Memonitor seluruh kegiatan operasional Bank.
- 3) Mengobservasi atas kinerja karyawan bawahannya.
- 4) Memberikan solusi terhadap semua masalah yang dihadapi karyawan bawahannya baik masalah dengan nasabah maupun masalah dengan sesama karyawan.
- 5) Memantau sampai mana risiko yang dialami seluruh kegiatan operasional bank.
- 6) Memberikan penilaian atas kinerja karyawan bawahannya.

b) Tugas pokok Bagian Umum:

- 1) Membuat komposisi pegawai setiap akhir bulan.
- 2) Membuat daftar absensi setiap akhir tahun.
- 3) Membuat daftar gaji, *transport*, perawatan dan pembayaran lainnya.

- 4) Membuat nota dinas pegawai.
- 5) Membuat berita acara penggantian jabatan.
- 6) Membuat SPPD.
- 7) Membuat surat cuti dan tunjangan cuti.
- 8) Membuat BKK dan BPKK.
- 9) Membuat pemindah bukuan persediaan barang setiap bulan.
- 10) Mengagenda surat-surat masuk.
- 11) Membuat surat-surat.
- 12) Mengarsipkan surat.
- 13) Membuat amortisasi panjar menjadi biaya setiap bulan.
- 14) Membuat laporan pajak.
- 15) Menginput SPT Masa (PPh Pasal 21 & PPh Pasal 23) serta melaporkan ke KPKN pada setiap bulannya.

c) Tugas Pokok Bagian Pendanaan/*Funding*:

- 1) Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri.
- 2) Mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana agar mau untuk menyimpannya dalam bentuk produk yang terdapat pada Bank Aceh.
- 3) Menerima permohonan pembukaan rekening tabungan, giro dan deposito.
- 4) Mengajak nasabah untuk top up (penambahan saldo) tabungan, giro, dan deposito.
- 5) Memberikan hadiah/ ucapan kepada nasabah pada saat ulang tahun dan hari besar lainnya.

- 6) Membuat *event* yang bertujuan untuk menambah serta menjaga hubungan dengan nasabah ataupun *StakeHolder*.

d) Tugas Pokok Bagian Legal dan Penyelesaian Pembiayaan:

- 1) Melakukan proses analisa terhadap keabsahan (Legalitas) dokumen para calon nasabah yang akan menjalin hubungan perdata dengan pihak Bank.
- 2) Menyelesaikan persoalan/ permasalahan yang akan timbul dikemudian hari dari nasabah.
- 3) Memberitahukan kelengkapan dan kekurangan kepada *Marketing Funding* (Pendanaan) yang menyerahkan dokumen itu ke bagian legal.
- 4) Memeriksa kelengkapan dokumen sebelum dilakukan penandatanganan pembiayaan dan perjanjian pengikat agunan.
- 5) Mengkoordinasikan pelaksanaan pengikatan pembiayaan dan agunan.
- 6) Membuat dan mengkoordinasikan surat/dokumen yang berkaitan dengan pemberian pembiayaan.
- 7) Menindak lanjuti hasil temuan pemeriksaan internal dan eksternal.

e) Tugas Pokok Bagian Pembiayaan:

- 1) Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan nasabah pembiayaan.
- 2) Membuat laporan proses pengiriman pencairan dana pembiayaan.
- 3) Membuat laporan proses pengiriman pencairan dana pembiayaan.
- 4) Memeriksa kelengkapan dokumen nasabah pembiayaan sebelum dilakukan penandatanganan.
- 5) Menyusun *file*/berkas-berkas pencairan dana nasabah pembiayaan.

f) Tugas Pokok *Customer Service*:

- 1) Menerima nasabah dengan ramah, sopan dan santun serta penuh percaya diri untuk memberi solusi kepada nasabah.
- 2) Melayani pembukaan rekening-rekening bank baik personal maupun bisnis (Giro, Deposito, ATM, Kredit, dll) sesuai dengan kebutuhan nasabah berdasarkan sistim dan prosedur yang berlaku.
- 3) Melakukan konseling dalam pelayanan jasa-jasa bank.
- 4) Meneliti setiap persyaratan pembukaan rekening bank sesuai dengan jenis produk dan jasa bank yang ditawarkan kepada nasabah sesuai dengan sistim dan prosedur yang berlaku.
- 5) Membantu dan memberikan advis serta merespon komplain nasabah dengan sopan, santun, ramah dan penuh solusi.
- 6) Memproses dan menyelesaikan penutupan rekening nasabah sesuai dengan sistim dan prosedur yang berlaku.
- 7) Menata dan mengelola administrasi nasabah secara rapi, tertib dan aman sesuai dengan sistim dan prosedur yang berlaku dan prinsip-prinsip Pengenalan Nasabah (KYC).
- 8) Memproses dan menyelesaikan penutupan rekening nasabah sesuai dengan sistim dan prosedur yang berlaku.
- 9) Menyerahkan/ memberikan buku *Cheque/Bilbyet Giro* kepada nasabah dengan sistim dan prosedur yang berlaku.
- 10) Mendeteksi secara dini setiap nasabah berdasarkan prinsip-prinsip pengenalan nasabah (*KnowYourCostumersPrinciple*)

- 11) Membuat laporan pada bidang tugasnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

g) Tugas Pokok *Teller*:

- 1) Melayani setiap transaksi penyetoran dan penarikan nasabah atas rekening giro, deposito, tabungan secara tunai sesuai dengan sistem dan prosedur yang berlaku.
- 2) Melayani nasabah dalam penarikan dan penyetoran kredit sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Meneliti keabsahan dokumentasi/nota penyetoran dan penarikan (*Slip*, *Cheque*) sesuai dengan sistem dan prosedur yang berlaku.
- 4) Mencocokkan dan meneliti keabsahan *specimen* nasabah setiap proses transaksi yang terjadi beserta dengan dokumen-dokumen pendukungnya.
- 5) Mendeteksi secara dini lembaran-lembaran uang yang tidak sah/palsu sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 6) Memberikan penjelasan yang tegas dan ramah kepada nasabah dalam proses transaksi tunai.
- 7) Membantu dan merespon keluhan nasabah dengan sopan, santun dan sebaik-baiknya.
- 8) Menata usahakan rekening-rekening nasabah dan administrasi keuangan dengan sebaik-baiknya berdasarkan sistem dan prosedur yang berlaku.
- 9) Melaksanakan proses transaksi dan data *entry* secara cepat, tepat dan akurat dan menghindari kesalahan-kesalahan dalam proses dimaksud.

4. Penyajian Data

Data yang diperoleh dari penyebaran angket kepada responden yaitu konsumen pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan sebanyak 91 orang yang dijadikan responden. Dengan jumlah seluruh dari pertanyaan sebanyak 28 item, terdiri dari item pertanyaan Variabel Faktor budaya (X1), Faktor sosial (X2), Faktor pribadi (X3) dan Faktor psikologis (X4), serta Variabel pengambilan keputusan (Y) dan disediakan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu:

- a. Sangat setuju (SS) dengan skor 5
- b. Setuju (S) dengan skor 4
- c. Kurang setuju (KS) dengan skor 3
- d. Tidak setuju (TS) dengan skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1

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

a. Pernyataan mengenai Faktor Budaya (X1)

Tabel 4.1 Dengan menabung di Bank Aceh Syariah dapat meningkatkan rasa solidaritas terhadap teman-teman dan lingkungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	22	24.2	24.2	24.2
	2	28	30.8	30.8	54.9
	3	15	16.5	16.5	71.4
	4	15	16.5	16.5	87.9
	5	11	12.1	12.1	100.0
Total		91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.1, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 22 orang (24.2%), tidak setuju sebanyak 28 orang (30,8%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 15 orang

(16,5%) dan sangat setuju sebanyak 11 orang (12,1%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju jika dengan menabung di Bank Aceh Syariah dapat meningkatkan rasa solidaritas terhadap teman-teman dan lingkungan.

Tabel 4.2 Dengan menabung di Bank Aceh Syariah, dapat mencerminkan kesejahteraan dan kemakmuran hidup saya dalam bermasyarakat

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	10	11.0	11.0	11.0
2	26	28.6	28.6	39.6
3	17	18.7	18.7	58.2
4	23	25.3	25.3	83.5
5	15	16.5	16.5	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.2, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 10 orang (11.0%), tidak setuju sebanyak 26 orang (28,6%), kurang setuju sebanyak 17 orang (18,7%), setuju sebanyak 23 orang (25,3%) dan sangat setuju sebanyak 15 orang (16,5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian nasabah setuju dengan menabung di Bank Aceh Syariah, dapat mencerminkan kesejahteraan dan kemakmuran hidup saya dalam bermasyarakat.

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

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	40	44.0	44.0	44.0
2	12	13.2	13.2	57.1
3	12	13.2	13.2	70.3
4	21	23.1	23.1	93.4
5	6	6.6	6.6	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.3, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 40 orang (44,0%), tidak setuju sebanyak 12 orang (13,2%), kurang setuju sebanyak 12 orang (13,2%), setuju sebanyak 21 orang

(23,1%) dan sangat setuju sebanyak 6 orang (6,6%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan memiliki tingkat menabung yang tinggi akan mensejahterakan masa depan.

Tabel 4.4 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena sudah menjadi hal yang harus di penuhi untuk masa depan keluarga

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	24	26.4	26.4	26.4
2	32	35.2	35.2	61.5
3	15	16.5	16.5	78.0
4	9	9.9	9.9	87.9
5	11	12.1	12.1	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.4, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 24 orang (26.4%), tidak setuju sebanyak 32 orang (35,2%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 9 orang (9,9%) dan sangat setuju sebanyak 11 orang (12,1%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan menabung di Bank Aceh Syariah karena sudah menjadi hal yang harus di penuhi untuk masa depan keluarga.

b. Pernyataan mengenai Faktor Sosial (X2)

Tabel 4.5 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena rekomendasi dari kelompok-kelompok dimana saya sering berinteraksi

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	27	29.7	29.7	29.7
2	26	28.6	28.6	58.2
3	26	28.6	28.6	86.8
4	12	13.2	13.2	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.5, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 27 orang (29.7%), tidak setuju sebanyak 26 orang (28,6%), kurang setuju sebanyak 26 orang (28,6%), setuju sebanyak 12 orang (13,2%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan Saya menabung

di Bank Aceh Syariah karena rekomendasi dari kelompok-kelompok dimana saya sering berinteraksi.

Tabel 4.6 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena orang tua atau salah satu dari anggota keluarga saya juga menabung di sana

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	31	34.1	34.1	34.1
	2	32	35.2	35.2	69.2
	3	15	16.5	16.5	85.7
	4	4	4.4	4.4	90.1
	5	9	9.9	9.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.6, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 31 orang (34.1%), tidak setuju sebanyak 32 orang (35,2%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 4 orang (4,4%) dan sangat setuju sebanyak 9 orang (9,9%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan saya menabung di Bank Aceh Syariah karena orang tua atau salah satu dari anggota keluarga saya juga menabung di sana.

Tabel 4.7 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena adanya pengaruh dari teman-teman saya

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5.5	5.5	5.5
	2	23	25.3	25.3	30.8
	3	28	30.8	30.8	61.5
	4	18	19.8	19.8	81.3
	5	17	18.7	18.7	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.7, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5.5%), tidak setuju sebanyak 23 orang (25,3%), kurang setuju sebanyak 28 orang (30,8%), setuju sebanyak 18 orang (19,8%) dan sangat setuju sebanyak 17 orang (18,7%). Hal ini menunjukkan

bahwa nasabah setuju dengan menabung di Bank Aceh Syariah karena adanya pengaruh dari teman-teman saya.

Tabel 4.8 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena sering memberikan informasi

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	22	24.2	24.2	24.2
2	30	33.0	33.0	57.1
3	15	16.5	16.5	73.6
4	13	14.3	14.3	87.9
5	11	12.1	12.1	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.8, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 22 orang (24.2%), tidak setuju sebanyak 30 orang (33,0%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 13 orang (14,3%) dan sangat setuju sebanyak 11 orang (12,1%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan menabung di Bank Aceh Syariah karena sering memberikan informasi.

Tabel 4.9 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena saya orang Aceh

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	13.2	13.2	13.2
2	26	28.6	28.6	41.8
3	17	18.7	18.7	60.4
4	23	25.3	25.3	85.7
5	13	14.3	14.3	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.9, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang (13.2%), tidak setuju sebanyak 26 orang (28,6%), kurang setuju sebanyak 17 orang (18,7%), setuju sebanyak 23 orang (25,3%) dan sangat setuju sebanyak 13 orang (14,3%). Hal ini menunjukkan

bahwa nasabah setuju dengan saya menabung di Bank Aceh Syariah karena saya orang Aceh.

c. Pernyataan mengenai Faktor Pribadi (X3)

Tabel 4.10 Saya menabung di Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	40	44.0	44.0	44.0
	2	12	13.2	13.2	57.1
	3	12	13.2	13.2	70.3
	4	21	23.1	23.1	93.4
	5	6	6.6	6.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.10, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 40 orang (44.0%), tidak setuju sebanyak 12 orang (13,2%), kurang setuju sebanyak 12 orang (13,2%), setuju sebanyak 21 orang (23,1%) dan sangat setuju sebanyak 6 orang (6,6%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan menabung di Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya.

Tabel 4.11 Saya menabung di Bank Aceh Syariah memperhatikan kondisi keuangan pribadi saya

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	26.4	26.4	26.4
	2	32	35.2	35.2	61.5
	3	15	16.5	16.5	78.0
	4	9	9.9	9.9	87.9
	5	11	12.1	12.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.11, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 24 orang (26.4%), tidak setuju sebanyak 32 orang (35,2%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 9 orang (9,9%) dan sangat setuju sebanyak 11 orang (12,1%). Hal ini menunjukkan

bahwa nasabah setuju dengan saya menabung di Bank Aceh Syariah memperhatikan kondisi keuangan pribadi saya.

Tabel 4.12 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena kebutuhan hidup dimasa yang akan datang

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.2	2.2	2.2
2	29	31.9	31.9	34.1
3	17	18.7	18.7	52.7
4	29	31.9	31.9	84.6
5	14	15.4	15.4	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.12, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), tidak setuju sebanyak 29 orang (31,9%), kurang setuju sebanyak 17 orang (18,7%), setuju sebanyak 29 orang (31,9%) dan sangat setuju sebanyak 14 orang (15,4 %). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan saya menabung di Bank Aceh Syariah karena kebutuhan hidup dimasa yang akan datang.

Tabel 4.13 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan selera saya

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	8.8	8.8	8.8
2	48	52.7	52.7	61.5
3	15	16.5	16.5	78.0
4	4	4.4	4.4	82.4
5	16	17.6	17.6	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.13, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang (8.8%), tidak setuju sebanyak 48 orang (52,7%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 4 orang (4,4%) dan sangat setuju sebanyak 16 orang (17,6%). Hal ini menunjukkan

bahwa nasabah setuju dengan saya menabung di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan selera saya.

Tabel 4.14 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena pengaruh kebutuhan di masa yang akan datang

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	13.2	13.2	13.2
	2	26	28.6	28.6	41.8
	3	17	18.7	18.7	60.4
	4	23	25.3	25.3	85.7
	5	13	14.3	14.3	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.14, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang (13,2%), tidak setuju sebanyak 26 orang (28,6%), kurang setuju sebanyak 17 orang (18,7%), setuju sebanyak 23 orang (25,3%) dan sangat setuju sebanyak 13 orang (14,3%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan saya menabung di Bank Aceh Syariah karena pengaruh kebutuhan di masa yang akan datang.

d. Pernyataan mengenai Faktor Psikologis (X4)

Tabel 4.15 Saya merasa puas dengan menabung di Bank Aceh Syariah

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	40	44.0	44.0	44.0
	2	12	13.2	13.2	57.1
	3	12	13.2	13.2	70.3
	4	21	23.1	23.1	93.4
	5	6	6.6	6.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.15, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 40 orang (44,0%), tidak setuju sebanyak 12 orang (13,2%), kurang setuju sebanyak 12 orang (13,2%), setuju sebanyak 21 orang

(23,1%) dan sangat setuju sebanyak 6 orang (6,6%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan menabung di Bank Aceh Syariah.

Tabel 4.16 Saya menabung di Bank Aceh Syariah untuk memotivasi keluarga

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	26.4	26.4	26.4
	2	32	35.2	35.2	61.5
	3	15	16.5	16.5	78.0
	4	9	9.9	9.9	87.9
	5	11	12.1	12.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.16, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 24 orang (26,4%), tidak setuju sebanyak 32 orang (35,2%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 9 orang (9,9%) dan sangat setuju sebanyak 11 orang (12,1%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan menabung di Bank Aceh Syariah untuk memotivasi keluarga.

Tabel 4.17 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena dapat dipercaya

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.2	2.2	2.2
	2	29	31.9	31.9	34.1
	3	17	18.7	18.7	52.7
	4	29	31.9	31.9	84.6
	5	14	15.4	15.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.17, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), tidak setuju sebanyak 29 orang (31,9%), kurang setuju sebanyak 17 orang (18,7%), setuju sebanyak 29 orang (31,9%) dan sangat setuju sebanyak 14 orang (15,4%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju menabung di Bank Aceh Syariah karena dapat dipercaya.

Tabel 4.18 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karyawannya mempunyai pengalaman yang baik

X4.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	8.8	8.8	8.8
2	48	52.7	52.7	61.5
3	15	16.5	16.5	78.0
4	4	4.4	4.4	82.4
5	16	17.6	17.6	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.18, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang (8,8%), tidak setuju sebanyak 48 orang (52,7%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 4 orang (4,4%) dan sangat setuju sebanyak 16 orang (17,6%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju menabung di Bank Aceh Syariah karyawannya mempunyai pengalaman yang baik.

Tabel 4.19 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena lebih mudah dan praktis dalam pelayanan

X4.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	13.2	13.2	13.2
2	26	28.6	28.6	41.8
3	17	18.7	18.7	60.4
4	23	25.3	25.3	85.7
5	13	14.3	14.3	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.19, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang (13.2%), tidak setuju sebanyak 26 orang (28,6%), kurang setuju sebanyak 17 orang (18,7%), setuju sebanyak 23 orang (25,3%) dan sangat setuju sebanyak 13 orang (14,3%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju menabung di Bank Aceh Syariah karena lebih mudah dan praktis dalam pelayanan.

Tabel 4.20 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena yakin dan terjamin
X4.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	22.0	22.0	22.0
	2	38	41.8	41.8	63.7
	3	19	20.9	20.9	84.6
	4	2	2.2	2.2	86.8
	5	12	13.2	13.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.20, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 20 orang (22,0%), tidak setuju sebanyak 38 orang (41,8%), kurang setuju sebanyak 19 orang (20,9%), setuju sebanyak 2 orang (2,2%) dan sangat setuju sebanyak 12 orang (13,2%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju menabung di Bank Aceh Syariah karena yakin dan terjamin.

Tabel 4.21 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karyawannya mempunyai dedikasi yang baik
X4.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	37	40.7	40.7	40.7
	2	27	29.7	29.7	70.3
	3	14	15.4	15.4	85.7
	4	9	9.9	9.9	95.6
	5	4	4.4	4.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.21, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 37 orang (40.7%), tidak setuju sebanyak 27 orang (29,7%), kurang setuju sebanyak 14 orang (15,4%), setuju sebanyak 9 orang (9,9%) dan sangat setuju sebanyak 4 orang (4,4%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju menabung di Bank Aceh Syariah karyawannya mempunyai dedikasi yang baik.

Tabel 4.22 Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena dekat dengan rumah saya

X4.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	37	40.7	40.7	40.7
2	27	29.7	29.7	70.3
3	14	15.4	15.4	85.7
4	9	9.9	9.9	95.6
5	4	4.4	4.4	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.22, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 37 orang (40.7%), tidak setuju sebanyak 27 orang (29,7%), kurang setuju sebanyak 14 orang (15,4%), setuju sebanyak 9 orang (9,9%) dan sangat setuju sebanyak 4 orang (4,4%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju menabung di Bank Aceh Syariah karena dekat dengan rumah saya.

e. Pernyataan mengenai Pengambilan Keputusan (Y)

Tabel 4.23 Karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik tentang bank

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	40	44.0	44.0	44.0
2	12	13.2	13.2	57.1
3	12	13.2	13.2	70.3
4	21	23.1	23.1	93.4
5	6	6.6	6.6	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.23, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 40 orang (44,0%), tidak setuju sebanyak 12 orang (13,2%), kurang setuju sebanyak 12 orang (13,2%), setuju sebanyak 21 orang (23,1%) dan sangat setuju sebanyak 6 orang (6,6%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju karena karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik tentang bank.

Tabel 4.24 Dorongan dari pihak lain (keluarga dan teman)

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	26.4	26.4	26.4
	2	32	35.2	35.2	61.5
	3	15	16.5	16.5	78.0
	4	9	9.9	9.9	87.9
	5	11	12.1	12.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.24, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 24 orang (26,4%), tidak setuju sebanyak 32 orang (35,2%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 9 orang (9,9%) dan sangat setuju sebanyak 11 orang (12,1%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju karena dorongan dari pihak lain (keluarga dan teman).

Tabel 4.25 Bank Aceh Syariah melakukan iklan atau promosi yang menarik

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.2	2.2	2.2
	2	29	31.9	31.9	34.1
	3	17	18.7	18.7	52.7
	4	29	31.9	31.9	84.6
	5	14	15.4	15.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.25, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), tidak setuju sebanyak 29 orang (31,9%), kurang setuju sebanyak 17 orang (18,7%), setuju sebanyak 29 orang (31,9%) dan sangat setuju sebanyak 14 orang (15,4%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju karena Bank Aceh Syariah melakukan iklan atau promosi yang menarik.

Tabel 4.26 Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan produk dan Layanan dari Bank Aceh Syariah

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	8.8	8.8	8.8
2	48	52.7	52.7	61.5
3	15	16.5	16.5	78.0
4	4	4.4	4.4	82.4
5	16	17.6	17.6	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.26, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang (8,8%), tidak setuju sebanyak 48 orang (52,7%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,5%), setuju sebanyak 4 orang (4,4%) dan sangat setuju sebanyak 16 orang (17,6%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju karena puas menggunakan produk dan layanan dari Bank Aceh Syariah.

Tabel 4.27 Pegawai Bank Aceh Syariah bersikap sopan kepada nasabah

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	13.2	13.2	13.2
2	26	28.6	28.6	41.8
3	17	18.7	18.7	60.4
4	23	25.3	25.3	85.7
5	13	14.3	14.3	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.27, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang (13.2%), tidak setuju sebanyak 26 orang (28,6%), kurang setuju sebanyak 17 orang (18,7%), setuju sebanyak 23 orang (25,3%) dan sangat setuju sebanyak 13 orang (14,3%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju karena Pegawai Bank Bank Aceh Syariah bersikap sopan kepada nasabah.

Tabel 4.28 Pegawai Bank Bank Aceh Syariah merespon setiap masalah yang dihadapi nasabah

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	22.0	22.0	22.0
2	38	41.8	41.8	63.7
3	19	20.9	20.9	84.6
4	2	2.2	2.2	86.8
5	12	13.2	13.2	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.28, terlihat di atas bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 20 orang (22.0%), tidak setuju sebanyak 38 orang (41,8%), kurang setuju sebanyak 19 orang (20,9%), setuju sebanyak 2 orang (2,2%) dan sangat setuju sebanyak 12 orang (13,2%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah setuju karena Pegawai Bank Bank Aceh Syariah merespon setiap masalah yang dihadapi nasabah.

5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a) Uji Validitas

Pengertian validitas menurut (Suryabrata, 2011) adalah derajat fungsi pengukuran suatu tes atau derajat kecermatan ukurnya sesuatu tes. Validitas suatu tes mempermasalahkan apakah tes tersebut benar-benar mengukur atap yang hendak diukur.

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 kuisisioner. Apabila setiap pertanyaan bernilai $> 0,30$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (sah). Hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa:

Tabel 4.29 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	71.41	653.577	.793	.	.970
X1.2	70.95	659.919	.729	.	.970
X1.3	71.67	649.779	.806	.	.970
X1.4	71.56	654.694	.794	.	.970
X2.1	71.77	670.268	.720	.	.970
X2.2	71.81	654.398	.845	.	.970
X2.3	70.81	670.509	.619	.	.971
X2.4	71.45	654.317	.790	.	.970
X2.5	71.03	660.143	.724	.	.970
X3.1	71.67	649.779	.806	.	.970
X3.2	71.56	654.694	.794	.	.970
X3.3	70.76	674.630	.573	.	.971
X3.4	71.33	674.001	.528	.	.972
X3.5	71.03	660.143	.724	.	.970
X4.1	71.67	649.779	.806	.	.970
X4.2	71.56	654.694	.794	.	.970
X4.3	70.76	674.630	.573	.	.971
X4.4	71.33	674.001	.528	.	.972
X4.5	71.03	660.143	.724	.	.970
X4.6	71.59	657.733	.793	.	.970
X4.7	71.95	657.008	.858	.	.970
X4.8	71.95	657.008	.858	.	.970
Y1	71.67	649.779	.806	.	.970
Y2	71.56	654.694	.794	.	.970
Y3	70.76	674.630	.573	.	.971
Y4	71.33	674.001	.528	.	.972
Y5	71.03	660.143	.724	.	.970
Y6	71.59	657.733	.793	.	.970

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.29 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).

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. Dinyatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek sama

diperoleh hasil yang tidak berbeda. Uji ini dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan yang sudah valid.

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 kostruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.971	.971	28

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.30 terlihat diatas, terdapat *cronbach's alpha* sebesar 0,971 yang mana nilai lebih besar > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa kostruk pertanyaan yang telah disajikan pada responden yang terdiri dari 28 item, baik didalam variabel Variabel Faktor budaya (X1), Faktor sosial (X2), Faktor pribadi (X3) dan Faktor psikologis (X4), serta Variabel pengambilan keputusan (Y) adalah *reliable* atau bisa dikatakan handal.

6. 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.

1) Uji Normalitas

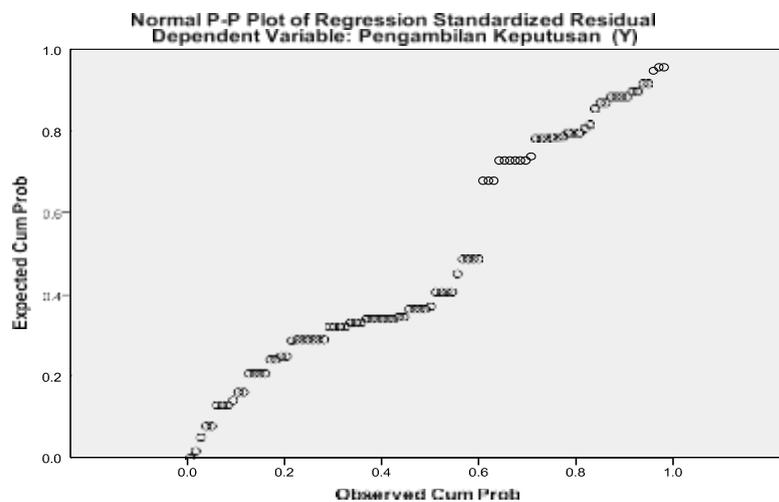
Uji normalitas bertujuan menguji apakah layak digunakan regresi berganda, seperti diketahui bahwa uji-t mengasumsikan bahwa nilai residual

mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Salah satu uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S).

Pengambilan keputusan:

Signifikan $K-S > \alpha$ 5% Terima H_0 : Residual Normal

Signifikan $K-S < \alpha$ 5% Terima H_a : Residual Tidak Normal



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Gambar 4.1, Terlihat di atas bahwa distribusi dari titik-titik pada variabel Faktor budaya (X1), Faktor sosial (X2), Faktor pribadi (X3) dan Faktor psikologi (X4) serta Variabel pengambilan keputusan (Y) menyebar disekitar garis diagonal yang dapat disimpulkan bahwa data yang disajikan dapat dikatakan normal.

2) Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolonearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIP* (*Variance Inflation Facor*) melalui program SPSS. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance* < 1.00 atau nilai *VIP* > 1.00, maka tidak terjadi *multikoloneritas*.

Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinieritas

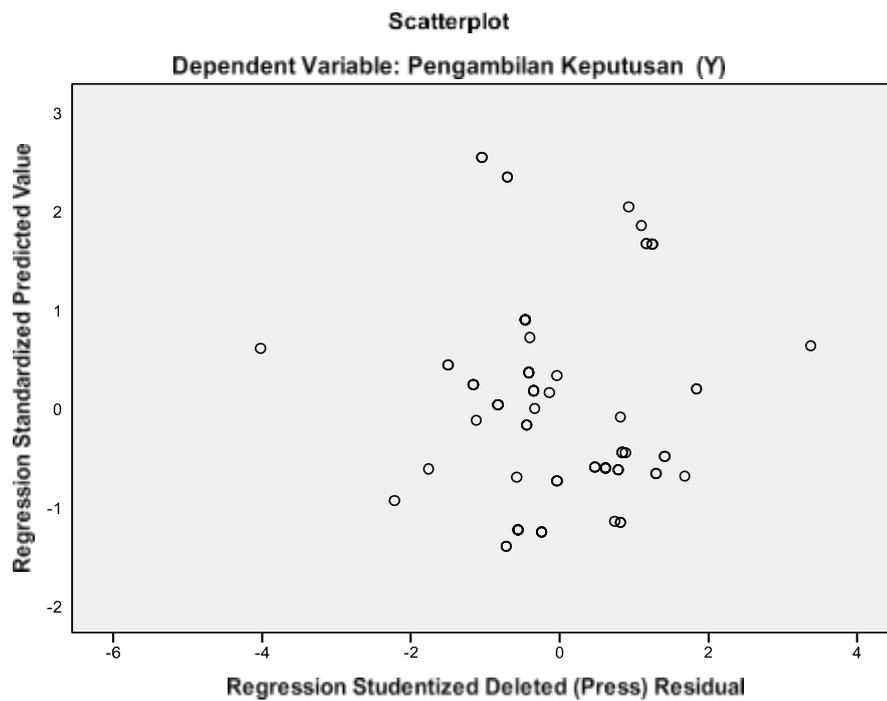
Model	Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	Correlations			Tolerance	VIF
	Zero-order	Partial	Part		
1 (Constant)					
Faktor Budaya (X1)	.880	-.296	-.023	.138	7.230
Faktor Sosial (X2)	.892	-.152	-.011	.182	5.483
Faktor Pribadi (X3)	.990	.830	.112	.031	32.639
Faktor Psikologis (X4)	.988	.785	.095	.045	22.257

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)
 Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.31 terlihat diatas bahwa rata-rata angka VIF lebih besar dari 1,00 dan nilai tolerance rata-rata angka diatas lebih kecil dari 1,00, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan atau *multikolinieritas*.

3) Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskesdisitas 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 4.2 terlihat di atas titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai untuk prediksi pengambilan keputusan berdasarkan simpulan variabel.

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

7. Analisis dan Evaluasi

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

Tabel 4.32 Hasil *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Pengambilan Keputusan (Y)	16.19	5.629	91
Faktor Budaya (X1)	10.51	4.670	91
Faktor Sosial (X2)	13.23	4.964	91
Faktor Pribadi (X3)	13.76	4.617	91
Faktor Psikologis (X4)	20.34	7.726	91

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.32 terlihat di atas, nilai rata-rata dari variabel Kualitas Pengambilan Keputusan (Y) adalah 16.19 dengan standar deviasinya adalah 5.629. Untuk variabel variabel Faktor Budaya (X1) adalah 10.51 dengan standar deviasinya adalah 4.670. dan Faktor Sosial (X2) adalah 13.23 dengan standar deviasinya adalah 4.964, Faktor Pribadi (X3) adalah 13.75 dengan standar deviasinya adalah 4.617. dan Faktor Psikologis (X4) adalah 20.34 dengan standar deviasinya adalah 7.726 dan jumlah responden (N) adalah 91.

9. Pengujian Hipotesis

1) 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

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$, artinya secara bersama-sama pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi dan Faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan (*variable dependent*).

$H_1 : \text{Minimal } 1 \neq 0$, artinya secara bersama-sama (serempak) tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi dan Faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan (*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 $Sig F < \alpha 5\%$

Tabel 4.33 Hasil Uji Simultan (Uji – F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2835.832	4	708.958	3812.465	.000 ^a
	Residual	15.992	86	.186		
	Total	2851.824	90			

a. Predictors: (Constant), Faktor Psikologis (X4), Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3)

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Pada Tabel 4.33 terlihat diatas, bahwa uji statistic F menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 3812.465 dengan tingkat signifikan 0,00. Karena F_{hitung} 3812.465 $> F_{tabel}$ 2,48 dan probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00 $<$ 0,05, maka model regresi dapat dikatakan bahwa variabel Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi dan Faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan.

Tabel 4.34 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.057	.171	
	Faktor Budaya (X1)	-.075	.026	-.063
	Faktor Sosial (X2)	-.030	.021	-.027
	Faktor Pribadi (X3)	.777	.056	.637
	Faktor Psikologis (X4)	.326	.028	.448

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.34 terlihat diatas, diperoleh persamaan regresinya adalah $Y = 0,057 + -0,075 X_1 + -0,030 X_2 + -0,777 X_3 + -0,326 X_4$

Konstanta sebesar 0,057 menyatakan jika tidak ada variabel bebas (bernilai 0) maka variabel terikat tetap sebesar 0,057, sedangkan Faktor Faktor budaya (X1) sebesar -0,07, Faktor sosial (X2) sebesar -0.030, Faktor pribadi (X3)

sebesar 0,777 dan Faktor psikologis (X4) sebesar 0,326, maka regresi dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima.

2) Uji parsial (Uji - t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh setiap variabel nyata atau tidak.

Tabel 4.35 Hasil Uji-t

Model		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
B	Std. Error				
1	(Constant)	.057	.171	.333	.740
	Faktor Budaya (X1)	-.075	.026	-2.879	.005
	Faktor Sosial (X2)	-.030	.021	-1.422	.159
	Faktor Pribadi (X3)	.777	.056	13.812	.000
	Faktor Psikologis (X4)	.326	.028	11.756	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)
 Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

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

a) Uji Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Pengambilan Keputusan

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh negatif dari Faktor Budaya Terhadap Pengambilan Keputusan.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh negatif dari Faktor Budaya Terhadap Pengambilan Keputusan.

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 4.35 diatas variabel Faktor Budaya nilai $t_{hitung} - 2.879 < t_{tabel} 1.987$ dengan signifikan $0.005 < 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh negatif dari Faktor Budaya Terhadap Pengambilan Keputusan, maka disimpulkan hipotesis 2 diterima.

b) Uji Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh negatif dari Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh negatif dari Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan..

Kriteria pengambilan keputusan:

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

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

Berdasarkan Tabel 4.35 diatas variabel Faktor Sosial nilai $t_{hitung} - 1.422 < t_{tabel} 1.987$ dengan signifikan $0.159 > 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh negatif dari Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan, maka disimpulkan hipotesis 2 diterima.

c) Uji Pengaruh Faktor pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan.

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 4.35 diatas variabel Faktor pribadi nilai t_{hitung} 13.812 $> t_{tabel}$ 1.987 dengan signifikan 0.000 $< 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan, maka disimpulkan hipotesis 1 diterima.

d) Uji Pengaruh Faktor psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan.

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 4.35 diatas variabel Faktor psikologis nilai t_{hitung} 11.756 $> t_{tabel}$ 1.987 dengan signifikan 0.000 $< 0,05$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Faktor psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan, maka disimpulkan hipotesis 1 diterima.

3) Uji Koefisien determinan (R^2)

Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.36 Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.997 ^a	.994	.994	.431

a. Predictors: (Constant), Faktor Psikologis (X4), Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3)

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Sumber: Pengolahan SPSS Versi 19.00, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.36 terlihat di atas bahwa besarnya *adjusted R square* sebesar 0,994 hal ini berarti 99.4% variasi Pengambilan Keputusan yang bisa dijelaskan dengan variabel independen variabel Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi dan Faktor psikologis ($100\% - 99,4\% = 6\%$) sedangkan sisanya (6%) dapat dijelaskan dengan variabel independen lainnya.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis mencoba untuk melakukan pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil SPSS pengaruh faktor budaya terhadap Pengambilan Keputusan diperoleh t hitung (-2.879) < t tabel ($1,987$) maka disimpulkan hipotesis 2 diterima. Dengan demikian bahwa faktor budaya (X1) berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan (Y).

Faktor budaya merupakan sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen.

Pemasaran harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya-budaya, sub-budaya, dan kelas sosial. Budaya mengacu pada gagasan, simbol-simbol yang memiliki makna untuk berkomunikasi, nilai, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya dapat dilihat dari kepercayaan, pandangan dan kebiasaan konsumen terhadap suatu produk. Semakin tinggi kepercayaan terhadap produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan.

2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil SPSS pengaruh faktor sosial terhadap Pengambilan Keputusan diperoleh t hitung $(-1.422) < t$ tabel $(1,987)$ sehingga disimpulkan hipotesis 2 diterima. Dengan demikian bahwa faktor sosial (X_2) berpengaruh negatif terhadap Pengambilan Keputusan (Y).

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri, baik secara formal dan informal. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Kelompok referensi memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang. Kelas sosial kadang-kadang berupa suatu system kasta dimana anggota dari kasta yang berbeda untuk peranan-peranan tertentu dapat mengubah keanggotaan kasta mereka, termasuk dalam pembelian suatu produk.

Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan.

3. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil SPSS pengaruh faktor pribadi terhadap Pengambilan Keputusan diperoleh t hitung (13.812) > t tabel (1,987) sehingga Hipotesis 1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan (Y).

Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak, dasar seseorang, terutama karakteristik dominan mereka. Meskipun kepribadian adalah salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis-jenis dan merek-merek produk yang dibeli.

Kepribadian seseorang terbentuk disebabkan oleh bermacam-macam indikator, seperti pekerjaan orang tua, keadaan ekonomi dan gaya hidup. Semakin tinggi jabatan orang tua dalam bekerja, mapan dari segi ekonomi dan gaya hidup yang semakin meningkat, maka semakin tinggi keputusannya untuk membeli suatu produk. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.

4. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil SPSS pengaruh faktor psikologis terhadap Pengambilan Keputusan diperoleh t hitung (11.756) > t tabel (1,987) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan (Y).

Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dalam mengambil tindakan. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Motivasi seseorang memiliki beberapa kebutuhan pada suatu waktu, bisa biogenik, yaitu muncul dari ketegangan fisiologis, seperti lapar, dahaga, kenyamanan, kebutuhan psikogenik, yaitu muncul dari ketegangan psikologis, seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri dan merasa terhina di lingkungan masyarakat. Semakin tinggi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.

5) Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Pengambilan Keputusan secara Bersama-sama.

Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Samuel, 2007) yang menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Berdasarkan hasil SPSS dengan menggunakan uji F

diperoleh nilai F hitung (3812.465) > F tabel (2,48). Pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen (Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari uraian diatas dan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh negatif faktor budaya terhadap pengambilan keputusan secara parsial dari nilai $t_{hitung} -2.879 < t_{tabel} 1.987$ dengan signifikan $0.005 < 0,05$, maka dapat disimpulkan ada pengaruh negatif secara parsial dari faktor budaya terhadap pengambilan keputusan.
2. Ada pengaruh negatif faktor Sosial dari nilai $t_{hitung} -1.422 < t_{tabel} 1.987$ dengan signifikan $0.159 > 0,05$, maka dapat disimpulkan ada pengaruh negatif secara parsial dari faktor Sosial terhadap pengambilan keputusan.
3. Ada pengaruh positif faktor pribadi terhadap pengambilan keputusan dari nilai $t_{hitung} 13.812 > t_{tabel} 1.987$ dengan signifikan $0.000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif secara parsial dari faktor pribadi terhadap pengambilan keputusan.
4. Ada pengaruh positif faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan dari nilai $t_{hitung} 11.756 > t_{tabel} 1.987$ dengan signifikan $0.000 > 0,05$, maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif secara parsial dari faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan.
5. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan. Maka berdasarkan hasil SPSS dengan menggunakan uji F diperoleh nilai F hitung (3812.465) $>$ F tabel ($2,48$). Pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen

(Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis) secara serempak/simultant berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Analisis Perilaku Konsumen (Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi dan Faktor psikologis) Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menabung Di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan, maka penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Dari segi faktor budaya, agar perusahaan menjaga citra atau pandangan yang baik terhadap perusahaan dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dan menjaga mutu produk dengan kualitas yang baik pula.
2. Dari segi faktor sosial, jika ada nasabah yang ingin menabung bisa meminta pegawai memberikan informasi yang jelas.
3. Dari segi faktor pribadi, dalam memberikan kemudahan administrasi dan besarnya bunga pinjaman hendaknya disesuaikan dengan kemampuan nasabah.
4. Dari segi psikologis, bisa dilakukan dengan menjaga citra perusahaan dan melalui iklan yang menarik sehingga menimbulkan motivasi dan menambah pengetahuan konsumen.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempengaruhi perilaku konsumen, hendaknya di PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan betul-betul memperhatikan faktor tersebut supaya nasabah bisa terus meningkat, sesuai dengan target yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Arikunto, S. (2012). *Statiska Untuk Penelitian*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2014). *Perilaku Konsumen* (6th ed.). Solo, Indonesia: Binarupa Aksara.
- Freud, S. (2010). *Pengantar Umum Psikoanalisis*. Indonesia: Magnum Opus.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Kasiram. (2011). *Metodologi Penelitian*. UIN Malang Pers. Malang: Universitas IslamNegeri.
- Kussudyarsana, H., & Dharmmesta, B. S. (2011). *Azas Azas Marketing*. Yogyakarta, Indonesia: Liberty.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (2014). *Perilaku Konsumen Konsep Dan Aplikasi* (4th ed.). Jakarta, Indonesia: McGraw-Hill Irwin.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Simon, H. A. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Bahasa Indonesia ed.). Jakarta, Indonesia: Pearson Education Asis Pte. Ltd & PT. Prenhallindo.
- Simamora, B. (2010). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Jakarta: Alfabeta.
- Soetojo, S. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (7th ed.). Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Solomon, M. R. (2010). *Consumer Behavior, Buying, Having and Being* (6th ed.). New Jersey: Pearson.
- Suryabrata, S. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta, Indonesia: PT Raja Grafindo Persada.

JURNAL :

- Adil, E., Nasution, M. D. T. P., Samrin, S., & Rossanty, Y. (2017). *Efforts to Prevent the Conflict in the Succession of the Family Business Using the Strategic Collaboration Model*. *Business and Management Horizons*, 5(2), 49-59
- 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.
- Ardian, N. (2019). *Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB*. *JEPa*, 4(2), 119-132.
- Aspan, H., Fadlan, dan E.A. Chikita. (2019). "Perjanjian Pengangkutan Barang Loose Cargo Pada Perusahaan Kapal Bongkar Muat". *Jurnal Soumatara Law Review*, Volume 2 No. 2, pp. 322-334.
- Daulay, M. T. (2019). *Effect of Diversification of Business and Economic Value on Poverty in Batubara Regency*. *KnE Social Sciences*, 388-401.
- Fauzi, M. (2008). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Bank Perkreditan Rakyat Bali Maju jaya Mandiri Tulangan Sidoarjo*. Program Studi Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Febrina, A. (2019). *Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak Di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek)*. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(1), 55-
- Hidayat, R. (2018). *Kemampuan Panel Auto Regressiv Distributed Lag Dalam Memprediksi Fluktuasi Saham Property And Real Estate Indonesia*. *JEPa*, 3(2), 133-149.
- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., ... & Tarigan, A. S. P. (2019, March). *UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index*. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing.
- Irawan. (2008). *Analisis Faktor- Faktor Minat Nasabah Menabung Dalam Memutuskan Memilih Sistem Bagi Hasil Produk Funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*. Program Studi Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana. Medan: Universitas Sumatera Utara
- Malikhah, I. (2019). *Pengaruh Mutu Pelayanan, Pemahaman Sistem Operasional Prosedur Dan Sarana Pendukung Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi*. *Jumant*, 11(1), 67-80.
- 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).
- Pramono, C. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Harga Obligasi Perusahaan Keuangan Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 8(1), 62-78.

- Pulungan, A. (2009). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Menggunakan Produk Jasa PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Syariah Medan*. Program Studi Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Ritonga, H. M., Hasibuan, H. A., & Siahaan, A. P. U. (2017). *Credit Assessment in Determining The Feasibility of Debtors Using Profile Matching*. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(1), 73079.
- Samuel, H. (2007). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)*. Program Studi Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana. Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala.
- Sari, M. M. (2019). *Faktor-Faktor Profitabilitas Di Sektor Perusahaan Industri Manufaktur Indonesia (Studi Kasus: Sub Sektor Rokok)*. *Jumant*, 11(2), 61-68.
- Siregar, N. (2018). *Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampong Deli Medan*. *JUMANT*, 8(2), 87-96.
- Wahab, A. (2012). *Pengaruh Psikologis Dan Rasionalis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Hijrah Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Malang*. Program Studi Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Yanti, E. D., & Sanny, A. *The Influence of Motivation, Organizational Commitment, and Organizational Culture to the Performance of Employee Universitas Pembangunan Panca Budi*.

ANGKET

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK MENABUNG DI PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG S. PARMAN MEDAN

Petunjuk:

1. Mohon untuk mengisi jawaban pertanyaan dengan kondisi yang sebenarnya untuk pertanyaan isian.
2. Berikan tanda silang (x) untuk pilihan jawaban yang tersedia yang menurut bapak/ibu paling sesuai.
3. Jawaban kuesioner ini hanya untuk tujuan penelitian dan tidak akan dipublikasikan.

1. Identitas Responden:

Nama :

Usia :

Departemen :

Pendidikan :

a. Akademi/ DIII

b. Sarjana

c. Pascasarjana

Lama Bekerja : a. 2 tahun

b. 3-5 tahun c. > 5 tahun

2. Isilah jawaban berikut sesuai dengan pendapat Anda, dengan cara memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda dalam kolom adalah sebagai berikut:

I. Pernyataan mengenai Faktor Budaya (X1)

NO	PERNYATAAN	PILIH JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Dengan menabung di Bank Aceh Syariah dapat meningkatkan rasa solidaritas terhadap teman-teman dan lingkungan					
2	Dengan menabung di Bank Aceh Syariah, dapat mencerminkan kesejahteraan dan kemakmuran hidup saya dalam bermasyarakat.					
3	lingkungan yang memiliki tingkat menabung yang tinggi akan mensejahterakan masa depan					
4	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena sudah menjadi hal yang harus dipenuhi untuk masa depan keluarga.					

II. Pernyataan mengenai Faktor Sosial (X2)

NO	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena rekomendasi dari kelompok-kelompok dimana saya sering berinteraksi					
2.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena orang tua atau salah satu dari anggota keluarga saya juga menabung di sana.					
3.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena adanya pengaruh dari teman-teman saya.					
4	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena sering memberikan informasi					
5	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena saya orang aceh					

IV. Pernyataan mengenai Faktor Pribadi (X3)

NO	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah memperhatikan kondisi keuangan pribadi saya					
3.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena kebutuhan hidup dimasa yang akan datang					
4.	Saya Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan selera saya					
5	Saya Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena pengaruh kebutuhan di masa yang akan datang					

IV. Pernyataan mengenai Faktor Psikologis (X4)

NO	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan menabung di Bank Aceh Syariah					
2.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah untuk memotivasi keluarga					
3.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena dapat dipercaya					
4.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karyawannya mempunyai pengalaman yang baik					
5	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena lebih mudah dan praktis dalam pelayanan					
6	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena yakin dan terjamin					
7	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karyawannya mempunyai dedikasi yang baik					
8	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena dekat dengan rumah saya					

IV. Pernyataan mengenai Pengambilan Keputusan (Y)

NO	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik tentang bank.					
2.	Dorongan dari pihak lain (keluarga dan teman)					
3.	Bank Aceh Syariah melakukan iklan atau promosi yang menarik					
4	Saya puas dengan keputusan saya ntuk menggunakan produk dan Layanan dari Bank Aceh Syariah					
5	Pegawai Bank Bank Aceh Syariah bersikap sopan kepada nasabah					
6	Pegawai Bank Bank Aceh Syariah merespon setiap masalah yang dihadapi nasabah					