



**PENGARUH KELAS SOSIAL, GAYA HIDUP, DAN KEPRIBADIAN  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN)**

**PROPOSAL**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**OLEH**

**REKI PADLY  
NIM. 13 220 0168**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**PADANGSIDUMPUAN**

**2020**



**PENGARUH KELAS SOSIAL, GAYA HIDUP, DAN  
KEPRIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**OLEH**

**REKI PADLY**  
NIM. 13 220 0168

**PEMBIMBING I**

**Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag**  
NIP. 19750103 200212 1 001

**PEMBIMBING II**

**Arti Damisa, M.E.I**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. Reki Padly  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 21 Juli 2020  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Reki Padly** yang berjudul "**Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup, Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidimpuan)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag**  
NIP. 19750103 200212 1 001

**PEMBIMBING II**

**Arti Damisa, M.E.I**

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.  
Saya yang bertandatangan di bawah ini :

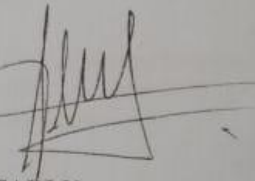
Nama : Reki Padly  
NIM : 13 220 0168  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/PS-4  
Judul Skripsi : Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup, Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidempuan)

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Juni 2020  
Saya yang menyatakan,



  
**REKI PADLY**  
NIM. 13 220 0168

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reki Padly  
Nim : 13 220 0168  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup, Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidempuan)**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : Juni 2020  
Yang Menyatakan



REKI PADLY  
NIM. 13 220 0168



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : REKI PADLY  
NIM : 13 220 0168  
FAKULTAS/JURUSAN : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah (PS-4)  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

Ketua

Drs. Kamaluddin, M.Ag  
NIP. 19651102199103 1 001

Sekretaris

Nofinawati, SEL, MA  
NIP. 19821116 201101 2 0003

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag  
NIP. 19651102199103 1 001

Nofinawati, SEL, MA  
NIP. 19821116 201101 2 0003

Muhammad Isa, S.T., MM  
NIP. 19800605 201101 1 003

Dr. Rukiah Lubis, S.E., M.SI  
NIP. 19760324 200604 2 002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah  
Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Selasa/ 21 Juli 2020  
Pukul : 08.00 WIB s/d 11.00 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus/ (B)  
Index Prestasi Kumulatif : 3,30  
Predikat : AMAT BAIK



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

## PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup, Dan  
Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank  
Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Islam lain Padangsidimpuan)

NAMA : REKI FADLY  
NIM : 13 220 0168

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 15 Juli 2020



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.SI  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama** : Reki Padly  
**NIM** : 13 220 0168  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

Masih sering terjadi permasalahan pada Bank Syariah ketika suatu produk kurang diminati oleh konsumen. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan). Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan).

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu ekonomi makro dan perbankan syariah. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah serta bagian-bagian ilmu tertentu dari keilmuan tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Teknik analisa data menggunakan metode regresi linier berganda, dengan uji normalitas, asumsi klasik, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Proses pengolahan data dengan menggunakan program komputer yaitu SPSS versi 22.00.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelas sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3,140,  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,140 > 1,290$ ) maka  $H_{a1}$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial kelas sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Pada variabel gaya hidup memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 5,432  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,432 > 1,290$ ) maka  $H_{a2}$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Pada variabel kepribadian memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,142  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,142 > 1,290$ ) maka  $H_{a3}$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial kepribadian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 51,230 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,14 sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,230 > 2,14$ ) maka  $H_{a4}$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah.

**Kata Kunci** : Kelas Sosial, Gaya Hidup, Kepribadian, Keputusan



## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Syukur *Alhamdulillah* peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, yang senantiasa mencurahkan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam peneliti sanjungkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat kelak.

Untuk menyelesaikan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, maka penyusunan skripsi merupakan salah satu tugas akhir yang harus diselesaikan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah, Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)”**.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun immaterial, akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang,

- M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Drs. Kamaluddin, M. Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid. M.A., selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
  3. Ibu Nofinawati, S.E,I, M.A., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
  4. Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, selaku pembimbing I, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
  5. Ibu Arti Damisa, M.E.I. selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa keluarga tercinta, Ayahanda tercinta Ahmad Baki Harahap dan Ibunda tersayang Rusmatia yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah Bapak/Ibu dan Saudara-saudari berikan amat sangat berharga, peneliti mungkin tidak dapat membalasnya dan tanpa kalian semua peneliti bukan siapa-siapa. Semoga Allah SWT dapat memberi imbalan dari apa yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti, sehingga peneliti masih perlu mendapat bimbingan serta arahan dari berbagai pihak demi untuk kesempurnaan penulisan ilmiah ini.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Padangsidempuan, Juni 2020  
Peneliti

**REKI PADLY**  
**NIM. 13 220 0168**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.



### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dommah</i>	U	U

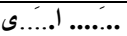


### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

### c. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
	<i>dommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

## 2. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

### a. Ta marbutah hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 3. *Syaddah (Tsaydid)*

*Syaddah* atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### 4. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## 5. *Hamzah*

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## 6. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## 7. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.



## 8. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL/SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>BERITA ACARA MUNAQSAH</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>I</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>II</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah .....	8
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Kegunaan Penelitian .....	10
H. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori.....	13
1. Keputusan.....	13
a. Pengertian Keputusan.....	13
b. Proses Pengambilan Keputusan.....	14
c. Keputusan Pembelian menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	17
2. Kelas Sosial .....	20
a. Pengertian Kelas Sosial .....	20
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial.....	21
c. Karakteristik Tujuh Kelas Sosial Versi Amerika .....	23
3. Gaya Hidup.....	25
a. Pengertian Gaya Hidup .....	25
b. Pengukuran Gaya Hidup .....	26
c. Definisi Gaya Hidup Menurut Perspektif Islam.....	27
4. Kepribadian .....	28
a. Pengertian Kepribadian .....	28
b. Faktor-Faktor Penentu Kepribadian .....	29
c. Mengukur Kepribadian .....	30
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Pikir.....	32
D. Hipotesis.....	34

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel .....	37
1. Populasi .....	37
2. Sampel.....	37
D. Sumber Data.....	38
1. Data Primer.....	38
2. Data Sekunder .....	38
E. Instrument Pengumpulan Data.....	39
1. Kuesioner.....	39
2. Dokumentasi.....	41
3. Studi Kepustakaan.....	41
F. Analisis Data .....	41
1. Uji Validitas .....	42
2. Uji Reliabilitas.....	42
3. Uji Normalitas .....	43
4. Uji Linieritas.....	43
5. Uji Asumsi Klasik .....	44
a. Uji <i>Multikolinearitas</i> .....	44
b. Uji <i>Heterokedastisitas</i> .....	44
6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
7. Uji Regresi Berganda .....	45
8. Uji Hipotesis.....	46
a. Uji t.....	46
b. Uji F.....	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 48	
1. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan .....	48
B. Analisis Data .....	49
1. Uji validitas dan Uji Reliabilitas .....	49
a. Uji validitas.....	49
b. Uji Reliabilitas.....	51
2. Asumsi Dasar .....	52
a. Uji Normalitas .....	52
b. Uji Linieritas.....	54
c. Uji Multikolinearitas .....	56
d. Uji Heteroskedastisitas.....	57
e. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
f. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
3. Uji Hipotesis .....	61
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	61
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	63

C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
D. Keterbatasan Peneliti .....	67
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	
B. Saran .....	

**Daftar Pustaka**  
**Lampiran**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan dunia perbankan syariah di Indonesia saat ini semakin ketat, bukan hanya antar bank syariah bahkan dengan bank konvensional dari berbagai produk perbankan yang memberikan banyak kemudahan dan fasilitas kepada nasabah yang bertujuan untuk meyakinkan nasabah agar bersedia menempatkan dananya di bank. Dalam keadaan seperti ini bank harus membentuk strategi yang tepat untuk menarik minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Berikut ini adalah data perkembangan jumlah kantor Perbankan Syariah di Indonesia:

**Tabel I.1**  
**Perkembangan Jumlah**  
**Kantor Perbankan Syariah Periode 2016 - 2018**

<b>Indikator</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Bank Umum Syariah			
- Jumlah Bank	13	13	14
- Jumlah Kantor	1869	1825	1,875
- Total Aset	254,184	288,027	316,691
Unit Usaha Syariah			
- Jumlah Bank	332	344	354
- Jumlah Kantor	21	21	20
- Total Aset	102,32	136.154	160,636
BPRS			
- Jumlah Bank	166	167	167
- Jumlah Kantor	453	441	495

Sumber. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Setelah melihat perkembangan pertumbuhan kantor Perbankan Syariah pada tabel di atas, masih sering terjadi permasalahan pada Bank Syariah

ketika suatu produk kurang diminati calon nasabah karena calon nasabah memiliki kebudayaan atau kepribadian yang berbeda-beda.

Seharusnya Perbankan Syariah yang berlandaskan konsep Syariah sangat diminati oleh masyarakat Indonesia yang mayoritasnya beragama Islam. Namun pada kenyataannya masih seringkali terjadi pemahaman yang berbeda dari kalangan internal pemeluk agama Islam maupun masyarakat pada umumnya. Konsumen dapat mengambil keputusan yang cermat atas dasar pertimbangan yang matang.<sup>1</sup>

Salah satu nasabah perbankan di Indonesia adalah mahasiswa. Sekarang ini mahasiswa semakin selektif dalam memilih bank syariah untuk tempat mereka menabung. Suatu bank syariah harus memiliki keunikan, daya tarik dan keunggulan yang dianggap penting oleh mahasiswa sesuai dengan kebutuhan mereka untuk memutuskan memilih suatu bank tersebut.

Berbagai macam faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih bank ada banyak seperti faktor kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. Kelas sosial mempengaruhi tempat pendidikan dan tempat berlibur dari seorang konsumen. Konsumen juga sering memiliki persepsi mengenai kaitan antara satu jenis produk atau sebuah merek dengan kelas sosial konsumen.<sup>2</sup>

Gaya hidup yang berpola modern ini sangat besar pengaruhnya, sebab gaya hidup tersebut serba praktis dan menyenangkan. Minat manusia

---

<sup>1</sup>Umar, Husein, *Manajemen Resiko Bisnis Pendekatan Finansial dan Nonfinansial* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm 25

<sup>2</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), hlm 203.

terhadap berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidup dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Gaya hidup merupakan faktor yang perlu diperhatikan oleh para marketing dalam memasarkan produknya. Gaya hidup seseorang berbeda-beda antara orang yang satu dengan yang lainnya, ada orang yang cepat mengikuti perubahan gaya hidup atau trend masa kini dan ada juga orang yang tidak terlalu memperhatikan hal tersebut.<sup>3</sup>

Kepribadian adalah organisasi dari faktor-faktor biologis, psikologis, dan sosiologi yang mendasari perilaku individu.<sup>4</sup> Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku.<sup>5</sup>

Kepribadian merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya, dengan memahami karakteristik kepribadian konsumen akan sangat bernilai bagi produsen. Kepribadian dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, ketaatan dan kemampuan bersosialisasi.

Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan adalah salah satu perguruan tinggi di kota Padangsidempuan yang memiliki banyak mahasiswa. Adapun jumlah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri

---

<sup>3</sup>Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 201.

<sup>4</sup>Moh. Roqib dan Nurfuadi, *Kepribadian Guru* (Purwokerto: STAIN Press, 2011), hlm. 15.

<sup>5</sup>Swastha, Basu & Irawan, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Liberty, 2008), hlm. 112

Padangsidempuan mencapai 6.201 mahasiswa yang di dalamnya terdapat beberapa fakultas, salah satunya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjumlah 2.528 dimana jumlah mahasiswa program studi ekonomi syariah sebanyak 1.236 mahasiswa dan untuk jumlah mahasiswa program studi perbankan syariah sebanyak 1.292.<sup>6</sup>

Mahasiswa merupakan sasaran yang tepat bagi Perbankan Syariah untuk memperbesar pertumbuhan tabungan. Tabungan sangat dibutuhkan di kalangan mahasiswa, tidak hanya mahasiswa berasal dari dalam kota Padangsidempuan saja melainkan juga berasal dari luar kota. Salah satu jasa tabungan yang banyak dibutuhkan oleh mahasiswa perantauan atau luar kota adalah tabungan untuk menyimpan uang bulanan.

Pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh melalui jalur pendidikan formal dan informal. Dalam pendidikan formal pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh dalam bentuk mata pelajaran atau mata kuliah tentang perbankan dan lembaga keuangan. Meskipun sudah mengetahui tentang perbankan syariah namun pada kenyataannya minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan masih dominan menabung di bank konvensional dari pada di bank syariah.

Berdasarkan hasil wawancara saya dengan beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN padangsidempuan. Dimana, wawancara peneliti kepada Muhammad Ilham Siregar, Program Studi Perbankan Syariah semester 11, ia menyatakan sikap dan perilaku karyawan

---

<sup>6</sup>Hasil Wawancara dengan Bapak Mukti Ali (Kasubbag Akademik Kemahasiswaan), Pada Tanggal 3 September 2018, Pukul 15.00 WIB



menjadikan dia memutuskan menabung di bank konvensional. Sedangkan Purnama Sari, Program Studi Perbankan Syariah semester 7, menyatakan bahwa ia memutuskan untuk menjadi nasabah bank syariah, karena sesuai dengan agama yang dianut. Selanjutnya May Chairani, Program Studi Perbankan Syariah semester 7, Menyatakan bahwa dia memiliki tabungan di bank syariah dan juga bank konvensional, karena sejak dahulu hanya menabung di bank konvensional dan dia tidak ada minat menabung di bank syariah. Namun karena adanya syarat magang untuk menabung di bank tersebut, maka dia membuat buku tabungan di bank syariah. Selanjutnya, Riska Hartika, Program Studi Perbankan Syariah semester 11, menyatakan bahwa dia hanya memiliki tabungan di bank konvensional alasannya adalah bank konvensional sudah ada lebih dulu dan tidak merugikan masyarakat, serta fiturnya lebih lengkap. Kebanyakan dari mereka memaparkan bahwa menabung di bank syariah maupun di bank konvensional sama saja. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa masih kurang keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan dalam menabung di bank syariah.

Beberapa penelitian mengenai topik sejenis telah banyak dilakukan diantaranya Amritaningsih, dengan menggunakan variabel pengaruh keadaan ekonomi, gaya hidup, dan tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Salatiga, menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan secara simultan

variabel keadaan ekonomi, gaya hidup, dan tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

Sedangkan pada penelitian lainnya yaitu Annisa Tinthia Fitri, menggunakan variabel analisis pengaruh harga, promosi, lokasi, kelas sosial, peran dan status serta konsep diri konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada chandra super store mall boemi kedaton bandar lampung, menyebutkan bahwa hasil penelitian terbukti bahwa ada pengaruh harga, promosi, lokasi, kelas sosial, peran dan status serta konsep diri konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Chandra Super Store Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Fenomena ini sangat menarik untuk dikaji lebih mendalam melalui sebuah penelitian untuk mengetahui apakah faktor kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Bank Syariah, atas dasar itulah penulis melakukan penelitian dengan mengangkat judul “**Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Terjadi penurunan pada perkembangan jumlah kantor Perbankan Syariah

2. Masih sering terjadi permasalahan pada Bank Syariah ketika suatu produk kurang diminati oleh konsumen.
3. Konsumen sering memiliki persepsi mengenai kaitan antara satu jenis produk atau sebuah merek dengan kelas sosial konsumen .
4. Minat manusia terhadap berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidup dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut.
5. Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya.

### **C. Batasan Masalah**

Untuk membatasi masalah yang ada agar tidak terlalu meluas, maka penulis memberikan batasan yaitu hanya terbatas pada permasalahan yang menyangkut pada pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah. Untuk responden pada penelitian ini lebih difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

### **D. Definisi Operasional Variabel**

Variabel adalah objek penelitian atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Dimana dalam penelitian ini ada lima variabel yang terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Yang menjadi fokus peneliti untuk diamati. Sesuai dengan judul penelitian ini maka variabel tersebut, yaitu:

**Tabel I.2**  
**Definisi Operasional**

No	Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala pengukuran
1	Kelas Sosial (X1)	Sekelompok manusia yang menempati lapisan sosial berdasarkan kriteria ekonomi dalam mencerminkan tingkat kesejahteraan	a. Pekerjaan b. Pendapatan c. Kekayaan	Ordinal
2	Gaya hidup (X2)	Pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang	a. Pandangan pendidikan b. Diri sendiri c. Gengsi/ isu sosial d. Trend produk	Ordinal
3	Kepribadian (X3)	Karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama	a. Kemampuan beradaptasi b. Bersosialisasi c. Kepercayaan diri	Ordinal
4	Keputusan Menabung (Y)	Keputusan Nasabah adalah orang yang memperoleh fasilitas uang atau tagihan yang dipersamakan, berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Keputusan adalah seleksi terhadap pilihan nasabah dalam menggunakan produk yang ditawarkan bank.	a. Kebutuhan atau pengenalan nasabah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku sesudah pembelian	Ordinal

### **E. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kelas sosial terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan) ?

2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan) ?
3. Apakah terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan) ?
4. Apakah terdapat pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan) ?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kelas sosial terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)
3. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)

4. Untuk mengetahui pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)

### **G. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi peneliti yaitu untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam penelitian.
2. Sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya khususnya yang membahas hal yang sama dengan judul penelitian ini.
3. Penelitian ini juga diharapkan berguna bagi IAIN pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

### **H. Sistematika Pembahasan**

Demi kemudahan pemahaman dalam pembahasan penelitian ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

Pada BAB I dalam kajian pendahuluan terdapat latar belakang masalah, dalam latar belakang masalah menjelaskan atau memaparkan masalah yang ada sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut. Dan dilanjutkan pada bagian identifikasi masalah, dalam bagian identifikasi masalah membahas masalah atau merangkum masalah yang sudah dipaparkan pada latar belakang. Sesudah dibuat identifikasi masalah dilanjutkan pada pembatasan masalah dari masalah yang ada di identifikasi masalah dibatasi untuk menjadi fokus penelitian. Kemudian dibuat definisi operasional variabel guna menjelaskan tentang variabel yang ada. Lanjut

pada pembuatan rumusan masalah yang diambil dari batasan masalah dijadikan sebuah pertanyaan. Kemudian diberi jawaban pada tujuan penelitian. Kemudian dicantumkan pada siapa saja kegunaan penelitian tersebut.

Pada BAB II dalam landasan teori terdapat bagian-bagian yaitu, kerangka teori, dalam kerangka teori terdapat penjelasan-penjelasan dari sub bab yang akan dibahas dari judul yang diangkat untuk penelitian. Kemudian dicantumkan penelitian-penelitian yang berkaitan pada penelitian yang akan dilaksanakan sebagai acuan pada penelitian sebagai pembeda. Selanjutnya dibuat suatu rencana yang menyatakan hubungan atau yang lainnya, yang disebut kerangka pikir. Kemudian dilanjutkan pada bagian hipotesis sebagai jawaban sementara dari kerangka pikir tersebut.

Pada BAB III dalam metodologi penelitian mencakup adanya lokasi penelitian dimana penelitian akan dilaksanakan guna melihat kejelasan dari penelitian yang akan dilaksanakan, sesudah ada tempat maka diperlukan juga waktu yang menjadi patokan peneliti untuk menyelesaikan penelitian. Selanjutnya ditentukan populasi sebagai jumlah responden yang akan diteliti dan dibatasi dalam bentuk sampel sebagian dari populasi. Kemudian dicantumkan apa-apa saja alat dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti, sehingga jelas arah penelitian yang dilakukan. kemudian dilanjutkan pada pengujian datanya.

Pada BAB IV menjelaskan tentang hasil dan pembahasan penelitian yaitu: tentang gambaran umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, analisis hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Pada BAB V bagian penutup terdapat hasil dari penelitian dalam pernyataan yang jelas apakah terdapat pengaruh atau tidak. Dan dibuat saran-saran yang dilihat dari kesimpulan.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Keputusan**

###### **a. Pengertian Keputusan**

Keputusan adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Menurut Richard L. Daft keputusan adalah pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Sedangkan pengambilan keputusan adalah proses identifikasi permasalahan dan peluang. Kemudian menyelesaikannya. Pengambilan keputusan melibatkan usaha sebelum dan setelah pilihan aktualnya.<sup>7</sup>

Sedangkan keputusan pembelian menurut Schiffman & Kanuk adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.<sup>8</sup>

Berdasarkan definisi dari para pakar di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata.

---

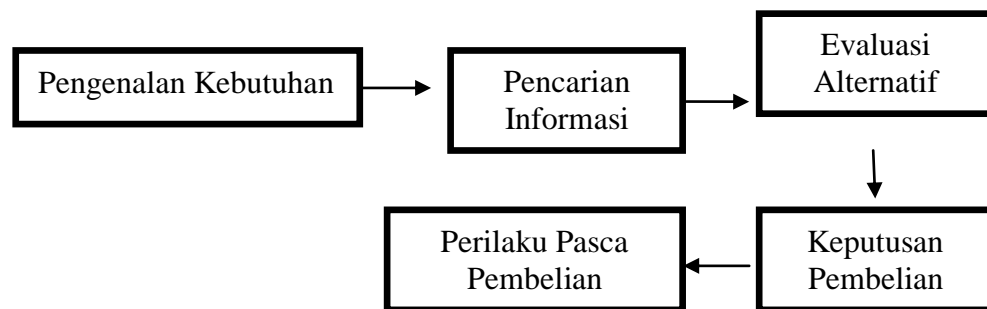
<sup>7</sup>Richard L Daft, *Manajemen*, diterjemahkan dari “*Management*” Oleh Edward Tanujaya dan Shirly Tiolina (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hlm. 401.

<sup>8</sup>Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Indeks, 2004), hlm. 547.

## b. Proses Pengambilan Keputusan

Proses psikologi dasar ini memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Para pemasar harus memahami setiap sisi perilaku konsumen. Para konsumen dalam sebuah keputusan melewati lima tahap, yaitu:<sup>9</sup>

**Gambar II.1**  
**Tahap Keputusan Konsumen**



### 1) Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan pada hakikatnya bergantung pada berapa banyak ketidaksesuaian yang ada diantara keadaan aktual (yaitu, situasi konsumen sekarang). Dan keadaan yang diinginkan (yaitu, situasi yang konsumen inginkan). Ketika ketidaksesuaian ini melebihi tingkat atau ambang tertentu, kebutuhan pun dikenali. Sebagai contoh, seorang konsumen sekarang ini merasa lapar (keadaan aktual) ingin menghilangkan perasaan ini (keadaan yang

<sup>9</sup>Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV Yrama Widya, 2011), hlm. 49.

diinginkan) akan mengalami pengenalan kebutuhan seandainya ketidaksesuaian diantara kedua keadaan cukup besar.

## 2) Pencarian Informasi

Segera sesudah pengenalan kebutuhan terjadi maka selanjutnya, konsumen mungkin kemudian terlibat pencarian akan pemuas kebutuhan yang potensial. Pencarian informasi tahap kedua dari proses pengambilan keputusan dapat didefinisikan sebagai aktivasi termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan di dalam ingatan atau pemerolehan informasi dari lingkungan. Definisi ini mengesankan bahwa pencarian dapat bersifat internal atau eksternal. Pencarian internal melibatkan pemerolehan kembali pengetahuan dari ingatan, sementara pencarian eksternal terdiri atas pengumpulan informasi di pasar.

## 3) Evaluasi Alternatif

Membahas tahap ketiga dari proses pengambilan keputusan oleh konsumen yaitu evaluasi alternatif. Artinya adalah proses dimana suatu pilihan alternatif pilihan dievaluasi dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. pencarian informasi dan evaluasi alternatif memiliki hubungan yang rumit selama pengambilan keputusan. Pemerolehan informasi produk dari lingkungan, misalnya, biasanya akan menghasilkan evaluasi yang kemudian menuntut pencarian sesudahnya.

Kompleksitas dari evaluasi alternatif akan bervariasi secara dramatis bergantung pada proses khusus yang diikuti konsumen dalam mengambil keputusan konsumsi mereka. Ketika keputusan diambil berdasarkan kebiasaan, maka evaluasi yang terjadi membentuk niat konsumen membeli produk seperti yang sebelumnya. Dan ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan maka akan mendengarkan saran yang disampaikan pihak lain. Contoh saran apoteker dalam membeli obat.

#### 4) Keputusan Pembelian

Kaidah keputusan konsumen yang sering disebut *heuristic* merupakan prosedur yang digunakan oleh konsumen untuk memudahkan pemilihan merek (atau yang berhubungan dengan konsumsi lainnya). Kaidah ini mengurangi beban untuk membuat keputusan yang kompleks dengan memberikan garis pedoman atau menjadikannya kebiasaan sehingga menjadikannya proses yang tidak memberatkan.

Dalam mengikuti kaidah keputusan pengimbang, konsumen menilai pilihan merek dari sudut setiap sifat yang relevan dan menghitung skor yang diberi bobot dan dijumlahkan untuk setiap merek. Skor yang dihitung menggambarkan manfaat merek sebagai pilihan konsumsi yang potensial. Asumsinya adalah

konsumen/nasabah akan memilih merek yang mempunyai skor tertinggi diantara pilihan alternatif lainnya.<sup>10</sup>

#### 5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian/konsumsi sudah dilakukan oleh konsumen maka itu bukanlah akhir dan kepastian akan tetap menggunakan produk dan jasa yang sama di masa depan. Karena pembeli akan mengevaluasi alternatif sesudah pembelian seperti halnya sebelum pembelian. Jika keterlibatan tinggi, bukan tidak lazim pembeli mengalami periode yang seketika dan sementara berupa penyesalan atau keraguan sesudah keputusan. Ini akan menimbulkan dampak pada pembeli apakah pembeli bersangkutan merasa puas atau tidak puas dengan transaksinya. Keyakinan dan sikap yang terbentuk pada tahap ini akan langsung mempengaruhi niat pembelian di masa mendatang.<sup>11</sup>

#### c. Keputusan Pembelian menurut Perspektif Ekonomi Islam

Keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang pada surat *An-Nisa*': ayat 29 yang berbunyi:

---

<sup>10</sup>Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Op. Cit.*, hlm. 501.

<sup>11</sup>James F. Angel, dkk. *Perilaku Konsumen* ( Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995), hlm. 209.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا  
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>12</sup>

Ayat tersebut pada dasarnya melarang orang-orang beriman untuk melakukan usaha ekonomi kemudian memakan dan menikmati hasilnya dengan cara-cara yang batil. Adapun yang dimaksud dengan cara-cara yang batil adalah cara-cara usaha ekonomi yang diharamkan agama misalnya praktik riba, perjudian, penipuan dan Allah hanya membolehkan orang-orang beriman untuk melakukan usaha ekonomi dengan cara yang halal serta dilakukan atas dasar saling rela antara para pihak yang melakukan transaksi jual beli.<sup>13</sup>

### 1) Mashlahah dalam Perilaku Konsumen Islami

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahterannya. Pola konsumsi pada masa kini lebih

<sup>12</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV asy-syifa, 1998) hlm. 83

<sup>13</sup>Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi: Teks, Terjemah, dan Tafsir* (Jakarta: Amzah, 2015), hlm.160-161.

menekankan aspek pemenuhan keinginan material dari pada aspek kebutuhan yang lain.<sup>14</sup> Perilaku konsumsi Islami berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.<sup>15</sup>

Akibat dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualisme dan *Self interest*, maka keseimbangan umum tidak dicapai. Yang terjadi adalah munculnya sebagai ketimpangan dalam berbagai persoalan sosial ekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama (*mashlahah*).<sup>16</sup>

## 2) Kebutuhan dan Keinginan

Imam Al-Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan (*syahwat*) dan kebutuhan (*hajat*). Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.

Lebih jauh Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna dan

---

<sup>14</sup>Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2010) hlm. 61.

<sup>15</sup>*Ibid*, hlm. 60.

<sup>16</sup>*Ibid*, hlm. 63.

steril. Konsumsi dilakukan rangka beribadah kepada Allah. Pandangan ini tentu sangat berbeda dari dimensi yang melekat pada konsumsi konvensional. Pandangan konvensional yang materialitas melihat bahwa konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga, barang, pendapatan dan lain-lain tanpa memperdulikan pada dimensi spiritual karena hal itu di anggapnya berada diluar wilayah otoritas ilmu ekonomi.<sup>17</sup>

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu *mampu* menambah *mashlahah* atau tidak mendatangkan *mudharat*.

---

<sup>17</sup>*Ibid*, hlm. 70.



## 2. Kelas Sosial

### a. Pengertian Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda. Perbedaan kelas atau strata akan menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilikan harta benda, gaya hidup, nilai-nilai yang dianut. Kelas sosial akan memengaruhi jenis produk, jenis jasa, dan merek yang dikonsumsi konsumen. Kelas sosial juga memengaruhi pemilihan toko, tempat pendidikan, dan tempat berlibur dari seorang konsumen. Konsumen juga sering memiliki persepsi mengenai kaitan antara satu jenis produk atau sebuah merek dengan kelas sosial konsumen.<sup>18</sup>

Kelas sosial adalah faktor sosio-kebudayaan lain yang dapat mempengaruhi pandangan dan tingkah laku pembeli yang dikelompokkan menjadi tiga golongan yang didasari dengan tingkat pendapatan, macam perumahan, dan lokasi tempat tinggal.<sup>19</sup>

Ukuran kelas sosial dari konsumen yang dapat diterima secara luas dan merupakan ukuran kelas sosial terbaik terlihat dari pekerjaan, pendidikan dan penghasilan. Kehidupan seseorang akan terlibat dalam beberapa kelompok baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya: keluarga, tempat pendidikan dan organisasi.

---

<sup>18</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm.219.

<sup>19</sup> Swastha, Basu & Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008) hlm. 107.

Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat diartikan sebagai peranan dan status.

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kelas sosial antara lain:<sup>20</sup>

1) Variabel ekonomi , meliputi:

a) Status pekerjaan

Prestasi yang diraih oleh seseorang dalam pekerjaannya akan menentukan kelas sosial.

b) Pendapatan

Pendapatan akan menentukan daya beli seseorang yang selanjutnya akan mempengaruhi pola konsumsinya.

c) Harta benda.

Pendapatan yang tinggi biasanya diikuti oleh pemilikan harta benda yang banyak.

2) Variabel interaksi

a) Prestis individu

Seseorang memiliki prestis pribadi apabila ia dihormati oleh orang lain dan orang-orang disekelilingnya.

b) Asosiasi

Kelas sosial seseorang dapat diketahui dengan mengidentifikasikan dengan siapa ia berkomunikasi dan bergaul dalam kehidupan sehari-hari.

---

<sup>20</sup> Rini Dwi Astuti, *ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: UB Press, 2012), hlm. 108

c) Sosialisasi

Sebuah proses dimana seseorang belajar berbagai ketrampilan, membentuk sikap dan kebiasaan dalam menjalani kehidupan masyarakat.

3) Variabel politik

a) Kekuasaan

Kemampuan seseorang untuk mempengaruhi dan memimpin orang lain.

b) Kesadaran kelas

Kesadaran seseorang terhadap kelas sosial dimana ia berada.

c) Mobilitas

Merupakan perubahan seseorang dari kelas sosial satu ke status sosial yang lain.

**c. Karakteristik Tujuh Kelas Sosial Versi Amerika**

1) Kelas Atas Tinggi

Adalah kelas elite sosial yang hidup dari kekayaan warisan dan mempunyai latar belakang keluarga terkenal. Mereka memberikan sumbangan dalam jumlah besar, memengaruhi lebih dari satu rumah, pesta dan lain-lain.

2) Kelas Atas Bawah

Mempengaruhi penghasilan tinggi atau kekayaan lewat kemampuan yang luar biasa dalam profesi atau bisnis.

Mereka cenderung aktif dalam kegiatan sosial dan sipil, serta membeli sendiri dan anak-anak mereka simbol seperti mobil mahal, dan rumah.

### 3) Kelas Menengah

Tidak memiliki status keluarga maupun kekayaan, mereka terutama memikirkan “karier”. Mereka memperoleh posisi sebagai profesional, manajer perusahaan, dan pengusaha independen. Maka mereka mengandalkan pendidikan, keterampilan profesional, dan administratif.

### 4) Kelas Pekerja

Terdiri dari mereka yang menjadi panutan, berapa pun pendapatan mereka, apa pun latar belakang pendidikannya, atau pun pekerjaannya.

### 5) Kelas Bawah Tinggi

Kelas bawah tinggi itu bekeja, walaupun standar kehidupan mereka hanya sedikit di atas garis kemiskinan. Mereka melakukan tugas tidak membutuhkan keterampilan dengan upah yang amat rendah walaupun mereka berusaha untuk pindah ke kelas yang lebih tinggi.

#### 6) Kelas Bawah Rendah

Kelas bawah rendah hidup tergantung pada tunjangan sosial, kemiskinan tampak nyata dan biasanya mereka menganggur.<sup>21</sup>

### 3. Gaya Hidup

#### a. Pengertian Gaya Hidup

Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Memahami sikap konsumen tidaklah lengkap jika tidak memahami konsep gaya hidup.

Menurut Ujang Sumarwan, gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan sikap. Gaya hidup di definisikan sebagai pola dimana orang hidup menggunakan waktu serta uangnya.<sup>22</sup>

Gaya hidup menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.<sup>23</sup> Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang atau seluruh pola dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang

---

<sup>21</sup>Nugroho J. Setiadi. *Perilaku konsumen* (Jakarta: PT Kencana Putra Utama, 2013) hlm. 241.

<sup>22</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm.67.

<sup>23</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm.192.

menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

#### **b. Pengukuran Gaya Hidup**

Konsep yang terkait dengan gaya hidup adalah psikografik. Psikografik adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografis menurut Sumarwan adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografis analisis biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar. Analisis psikografis juga diartikan sebagai suatu riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal kehidupan mereka, pekerjaan dan aktifitas lainnya. Psikografis berarti menggambarkan (graph) psikologis konsumen (psyco). Psikografis adalah pengukuran kuantitatif gaya hidup, kepribadian dan demografik konsumen. Psikografis sering diartikan sebagai pengukuran AIO (activity, interest, opinion), yaitu pengukuran kegiatan, minat dan pendapat konsumen.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 58

Gaya hidup akan berkembang pada masing-masing dimensi (aktivitas, interest, opini) seperti telah diidentifikasi oleh Plummer yang terjadi pada table berikut :<sup>25</sup>

**Tabel. II.1**  
**Dimensi Gaya Hidup**

<b>Aktifitas</b>	<b>Interest</b>	<b>Opini</b>
Bekerja	Keluarga	Diri mereka sendiri
Hobby	Rumah	Masalah-masalah sosial
Peristiwa sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Komunitas	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Anggota klub	Pakaian	Pendidikan
Komunitas	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Prestasi	Budaya

### c. Definisi Gaya Hidup Menurut Perspektif Islam

Menurut Setiadi, gaya hidup menggambarkan kegiatan dan ketertarikan opini, individu dan keyakinan. Gaya hidup berkaitan dengan konsep diri dan dapat merupakan sumber informasi yang kompleks yang berbeda yang dipegang oleh seseorang tentang dirinya. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang berkaitan dengan standar hidup yang diperlukan seseorang bagi kehidupannya untuk memperoleh dan mempertahankan sesuatu yang dia perjuangkan secara sah.<sup>26</sup>

Dalam perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan pada bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, memilih produk

<sup>25</sup> Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsume* (Jakarta: Kencana, 2010) hlm. 149

<sup>26</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*, (Yogyakarta: IKAPI, 1995) hlm. 53.

atau jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam suatu kategori jenis produk yang ada.<sup>27</sup> Gaya hidup konsumen merupakan gambaran perilaku seseorang bagaimana dia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Dalam Islam bagaimana seseorang hidup, menggunakan uang, dan memanfaatkan waktu telah diatur dalam Al-Quran dan Sunnah. Gaya Hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara berpakaian, cara kerja, konsumsi serta mengisi kesehariannya. Menurut Piliang gaya hidup adalah sebuah pola, artinya sesuatu yang dilakukan atau tampil secara berulang-ulang atau biasa disebut dengan kebiasaan.

Dengan gaya hidup inilah seorang individu menjaga tindakan-tindakannya dalam batas dan kemungkinan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan gaya hidup konsumen muslim adalah cara hidup atau kebiasaan seseorang dilihat dari menjalankan kehidupan, memilih produk atau jasa dan memanfaatkan waktu berdasarkan ajaran Islam.

#### **4. Kepribadian**

##### **a. Pengertian Kepribadian**

Kepribadian merupakan salah satu kajian psikologi yang lahir berdasarkan pemikiran, kajian atau temuan-temuan (hasil praktik penanganan kasus) para ahli, objek kajian kepribadian adalah “human

---

<sup>27</sup>Tatik suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: graha ilmu, 2008) hlm. 73



behavior”, perilaku manusia yang pembahasannya terkait dengan ada, mengapa, dan bagaimana perilaku tersebut.<sup>28</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk kepribadian adalah sifat dalam diri atau kejiwaan yaitu kualitas sifat pembawaan kemampuan mempengaruhi orang dan peragai kusus yang membedakan satu individu dengan yang lainnya.<sup>29</sup>

#### **b. Faktor-Faktor Penentu Kepribadian**

Faktor-faktor yang dapat membentuk dan menentukan kepribadian seseorang:

##### 1) Keturunan

Keturunan merujuk pada faktor-faktor yang ditentukan sejak lahir atau faktor genetika seorang individu.

##### 2) Lingkungan

Faktor lingkungan merujuk pada kebudayaan tempat di mana seseorang dibesarkan, pengkondisian dini, norma- norma diantara keluarga, teman-teman, kelompok-kelompok sosial, serta pengaruh-pengaruh lain yang seseorang alami.

##### 3) Situasi

Kepribadian seseorang walaupun pada umumnya mantap dan konsisten, akan berubah dalam situasi yang berbeda. Tuntunan yang berbeda dari situasi yang berlainan memunculkan aspek-aspek yang berlainan dari kepribadian seseorang.

---

<sup>28</sup>Yusuf, Syamsu dan Nurihsan, Juntika, *Teori Kepribadian*. (Bandung: Rosda, 2007) hlm.1.

<sup>29</sup>Leon Schiffman dan Leslie L. Kanuk, *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Alih bahasa oleh Zoelkifli Kasip (Jakarta: PT Indeks.2008), hlm.107.

### c. Mengukur Kepribadian

Melakukan pengukuran terhadap kepribadian seseorang bertujuan untuk dapat mengetahui corak kepribadian secara pasti dan terinci. Dengan mengetahui corak atau tipe kepribadian seseorang, berarti pengenalan kita terhadap dirinya menjadi lebih sempurna, sehingga proses pendidikannya dapat disesuaikan dan lebih lancar.

Cara mengukur/menyelidiki kepribadian ada bermacam-macam, antara lain:<sup>30</sup>

#### 1. Observasi

Menilai kepribadian dengan cara mengganti/memperhatikan langsung tingkah laku serta kegiatan yang dilakukan oleh yang bersangkutan, terutama sikapnya, caranya, bicara, kerja, dan juga hasilnya.

#### 2. Wawancara (Interview)

Menilai kepribadian dengan mengadakan tatap muka dan berbicara dari hati ke hati dengan orang yang dinilai. Agar diperoleh hasil yang murni, sebaiknya wawancara dilakukan secara santai, karena dengan cara ini suasananya menjadi akrab, pembicaraan saling terbuka, sehingga sesuatu yang diperlihatkan dan dikatakan orang yang di interview adalah murni

#### 3. Inventory

Inventory adalah sejenis kuesioner (pertanyaan tertulis) yang harus dijawab oleh responden secara ringkas, biasanya mengisi kolom jawaban

---

<sup>30</sup>Koswara. *Teori-teori Kepribadian: Psikoanalisis, Behaviorisme, Humanistik* (Bandung: Eresco. 1991) hlm. 10.

dengan tanda cek. Inventory yang terkenal dan banyak digunakan untuk menilai kepribadian seseorang. Alat tes yang digunakan EPPS, 16 PF

#### 4. Teknik Proyektif

Cara lain mengukur/menilai kepribadian dengan menggunakan tehnik proyektif. Si anak/orang yang dinilai akan memproyeksikan pribadinya melalui gambar atau hal-hal lain yang dilakukannya.

#### 5. Biografi dan Autobiografi

Riwayat hidup yang ditulis orang lain (biografi) dan ditulis sendiri (authobiografi) dapat juga untuk menilai kepribadian. Sejenis authobiografi yang paling sederhana dapat dibuat oleh murid-murid dengan judul tulisan pengalaman yang tak terlupakan atau cita-citaku setelah tamat sekolah dan lain sebagainya.

#### 6. Catatan Harian

Catatan harian seseorang berisikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan sehari-hari, dapat juga dianalisis dan dijadikan bahan penelitian kepribadian seseorang.

### **B. Penelitian Terdahulu**

Maksud dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah mendukung isi penelitian ini adapun penelitian terdahulu dan hasil hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel II.2**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>NO</b>	<b>Penulis</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil</b>
<b>1.</b>	Amritaningsih, 2016, (Skripsi) IAIN	Pengaruh Keadaan Ekonomi, Gaya Hidup,	Secara simultan variabel keadaan ekonomi gaya

	Salatiga.	Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Salatiga	hidup tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah
2.	Annisa Tinthia Fitri, 2017. (Jurnal) Universitas Lampung	Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelas Sosial, Peran Dan Status Serta Konsep Diri Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Chandra Super Store Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung	Terbukti bahwa ada pengaruh harga, promosi, lokasi, kelas sosial, peran dan status serta konsep diri konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Chandra Super Store Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung
3.	Idak, 2018, (Skripsi) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Study Kasus Pada Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)	Secara simultan ada pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan beberapa peneliti terdahulu di atas, antara lain:

- 1) Amritaningsih (2016) persamaannya penelitian ini adalah sama-sama menggunakan keputusan menabung sebagai variabel Y dan gaya hidup sebagai salah satu variabel X, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan variabel X lainnya, dimana penelitian Amritaningsih berlokasi di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Salatiga.
- 2) Annisa Tinthia Fitri (2017) persamaannya penelitian ini adalah sama-sama menggunakan keputusan menabung sebagai variabel Y dan kelas sosial sebagai salah satu variabel X, perbedaannya terletak pada lokasi

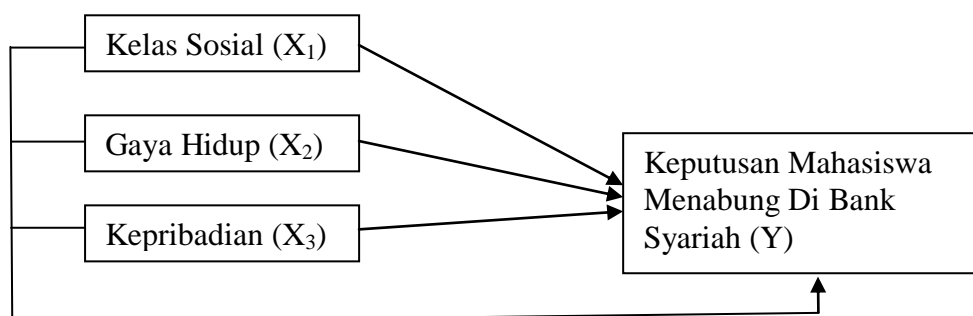
penelitian dan variabel X lainnya, dimana penelitian Amritaningsih berlokasi di Chandra Super Store Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

- 3) Idak (2018) persamaannya penelitian ini adalah sama-sama menggunakan keputusan menabung sebagai variabel Y dan sosial sebagai salah satu variabel X, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan variabel X lainnya, dimana penelitian Amritaningsih berlokasi di Study Kasus Pada Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah.

### C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan latar belakang dan teori yang mendukung, selanjutnya akan diteliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah. Adapun gambaran atau kerangka pikir tentang arah penelitian adalah sebagai berikut:

**Gambar II.2**  
**Kerangka Berpikir**



Keterangan:

→ : Mempengaruhi

Ada berbagai macam faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih bank ada banyak seperti faktor kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. Pengaruh dari adanya kelas sosial terhadap perilaku konsumen begitu tampak dari keputusan pembelian akan kebutuhan untuk sehari-hari, bagaimana seseorang dalam membeli akan barang kebutuhan sehari-hari baik yang primer ataupun hanya sebagai penghias dalam kelas sosial begitu berbeda. Untuk kelas sosial dari status yang lebih tinggi akan memilih tempat pendidikan yang sesuai dengan kelasnya, ditempat yang khusus dan memiliki biaya yang cukup mahal sesuai dengan kehidupan mereka sehari-hari agar tidak dipandang sebelah mata oleh kelompok sosialnya. Sedangkan untuk kelas sosial dari status yang lebih rendah kebalikanya.

Gaya hidup merupakan konsep yang sangat penting dalam menganalisis tingkah laku gaya hidup pasar sasaran. Gaya hidup dimulai dengan mengidentifikasi tingkah laku (behavior) tentang minat, hasrat, dan pendapat para pasar sasaran. Kasalli menyatakan bahwa gaya hidup akan mempengaruhi keinginan seseorang untuk berperilaku dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang.<sup>31</sup>

Kepribadian merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

---

<sup>31</sup>Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm.225.

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya, dengan memahami karakteristik kepribadian konsumen akan sangat bernilai bagi produsen.

#### D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri dari akar kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dari dan *thesis* berarti pendapat. Dengan demikian, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat, jawaban atau dugaan yang bersifat sementara dari suatu persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan lebih lanjut.<sup>32</sup>

Di dalam penelitian ini peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>a1</sub>= Terdapat pengaruh kelas sosial terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

H<sub>a2</sub>= Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

H<sub>a3</sub>= Terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

---

<sup>32</sup>Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi, Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), hlm. 58.

$H_{a4}$ = Terdapat pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di IAIN Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berada Jalan T.Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang Padangsidimpuan. Waktu penelitian ini dilakukan dari Maret 2019 sampai Juli 2020.

##### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.<sup>33</sup> Menurut Abdurrahmat Fathoni “penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah yang mempunyai dukungan pencapaian validitas yang tinggi reliabilitasnya”.<sup>34</sup>

Penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai pengaruh motivasi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, variabel X dalam penelitian ini adalah motivasi sedangkan yang menjadi variabel Y adalah keputusan menabung.

---

<sup>33</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 13.

<sup>34</sup>Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 60.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Suliyanto “populasi merupakan keseluruhan subjek yang karakteristiknya hendak diteliti”.<sup>35</sup> Kemudian menurut Sudarwan Danim “populasi adalah *universum*, dimana *universum* itu dapat berupa orang, wilayah, atau benda yang ingin diketahui oleh peneliti”.<sup>36</sup> Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan menjadi sumber data penelitian.

Populasi peneliti dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang berjumlah 2.438 mahasiswa.

### 2. Sampel

Menurut Mudrajad Kuncoro “sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi”.<sup>37</sup> Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.<sup>38</sup> Jadi, sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sampel aksidental (*convenience sampling*) yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan

---

<sup>35</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 96.

<sup>36</sup>Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 173.

<sup>37</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013) hlm. 122.

<sup>38</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013) hlm. 174.

bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel, atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja.<sup>39</sup>

Ukuran pengambilan sampel yang saya gunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut:<sup>40</sup>

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

Keterangan:

n = Besaran Sampel

N = Besaran Populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (10%)

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

$$n = \frac{2.438}{1+2.438(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.438}{1+2.438(0,01)}$$

$$n = \frac{2.438}{1+24,38}$$

$$n = \frac{2.438}{25,38} = 96,0598 = 96$$

Berdasarkan keterangan di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

#### D. Sumber Data

Sumber data dilihat dari cara mengambil atau memperoleh data.

Adapun sumbernya berupa data primer, data sekunder.

1. Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk

<sup>39</sup> Syofian Siregar, *Statistic Parametrik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013) hlm. 60.

<sup>40</sup> Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Yogyakarta: Liberty, 2008), hlm.78.

dimanfaatkan.<sup>41</sup> Jadi data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner ataupun observasi. Metode pengumpulan data dapat diperoleh dari sejumlah Mahasiswa/Nasabah, Kasubbag Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan pihak-pihak yang terkait.<sup>42</sup>

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Selain itu data sekunder dapat diperoleh dari Kasubbag Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, literatur-literatur kepustakaan seperti buku, dokumen-dokumen, internet dan kepustakaan lain yang berkaitan dan yang ada relevansinya dengan skripsi ini.

### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Menurut Husein Umar “teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan

---

<sup>41</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), hlm. 138.

<sup>42</sup> Wawancara dengan Bapak Mukti Ali (Kasubbag Akademik Kemahasiswaan), Pada Tanggal 3 September 2018, Pukul 15.00 WIB

daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas pertanyaan tersebut”.<sup>43</sup> Menurut Bambang Prasetyo “kuesioner (angket) merupakan sebuah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang diketahui”.<sup>44</sup> Jadi, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup dengan menyediakan alternatif jawaban bagi responden. Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu skala *likert*. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan negatif yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif. Pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 49.

<sup>44</sup>Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 110.

<sup>45</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 308

**Tabel III.1**  
**Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner**

Skor Sifat Pernyataan Positif	Skor Sifat Pernyataan Negatif	Kategori Jawaban
5	1	Sangat Setuju (SS)
4	2	Setuju (S)
3	3	Kurang Setuju (KS)
2	4	Tidak Setuju (TS)
1	5	Sangat Tidak Setuju (STS)

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Dokumen dapat berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan dan lain-lain. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

## 3. Studi Kepustakaan

Dalam studi pustaka, peneliti mencatat dan mengumpulkan data atau literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yang diperoleh dari buku, majalah, artikel serta laporan lain yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti.

## 3. Analisis Data

Menurut Bambang Prasetyo: “Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data”.<sup>46</sup> Sehingga data tersebut dapat

---

<sup>46</sup>Bambang Prasetyo, *Op.Cit.*, hlm.184.

memberikan suatu kesimpulan atau memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data. Maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah metode SPSS Versi 22. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yang dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.<sup>47</sup> Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.<sup>48</sup> Hasil validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *corrected item total correlation*. Jika ditemukan  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka item tersebut dikatakan valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

*Reliabilitas* menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah

---

<sup>47</sup>Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 51.

<sup>48</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Op. Cit.*, hlm. 172.

ketepatan.<sup>49</sup> Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* > 0,600.

### c. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi lebih besar dari 10 persen atau 0,1.

- a. Apabila sig > 0,1 maka distribusi data bersifat normal.
- b. Apabila sig < 0,1 maka distribusi data tidak normal.

### d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian linearitas melalui SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Deviation for Linearity) > 0,1.<sup>50</sup> Uji linearitas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika hendak melakukan

---

<sup>49</sup>*Ibid.*, hlm. 175.

<sup>50</sup>Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2008), hlm. 36.



perhitungan regresi linear sederhana atau berganda antar variabel yang diteliti.

**e. Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji *Multikolinearitas***

*Multikolinearitas* adalah adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari model regresi berganda.<sup>51</sup> Suatu model regresi dinyatakan bebas dari *multikolinearitas* adalah jika nilai *Variance Inflation Factor*  $VIF < 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,1$ .

**2) Uji *Heterokedastisitas***

*Heterokedastisitas* yaitu jika kondisi variansi errornya (atau Y) tidak identik.<sup>52</sup> *Heterokedastisitas* keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan-pengamatan lain. Uji *heterokedastisitas* dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur ( bergelombang melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi *heterokedastisitas*.

---

<sup>51</sup> Setiawan Dan Dwi Endah Kursini, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm. 82.

<sup>52</sup> *Ibid.*, hlm 103.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heterokedastisitas*.

#### f. Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Untuk menentukan sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji R<sup>2</sup> dilakukan untuk menilai seberapa besar kemampuan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model dan fungsi semakin naik artinya makin besar R<sup>2</sup> tersebut.<sup>53</sup>

*Adjusted R square* adalah *R square* yang telah disesuaikan. *Adjusted R square* biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel bebas.<sup>54</sup>

#### g. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kelas sosial (X<sub>1</sub>), gaya hidup (X<sub>2</sub>) dan Kepribadian (X<sub>3</sub>) terhadap satu variabel tak bebas yaitu keputusan mahasiswa menabung di bank syariah (Y). dan persamaan regresinya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KPTS = a + b_1KS + b_2GH + b_3KP + e$$

Dimana:

KP = keputusan mahasiswa

---

<sup>53</sup> Agus Irianto, *Statistik, Konsep Dasar, Aplikasi Dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 130

<sup>54</sup> *Ibid.*, hlm. 131.

a	= konstanta
$b_1 b_2 b_3 b_4$	= koefisien korelasi
KS	= Kelas Sosial
GH	= Gaya Hidup
KRD	= Kepribadian
e	= <i>standart error</i>

## h. Uji Hipotesis

### 1) Uji t

Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan tertentu.<sup>55</sup> Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa menabung di bank syariah. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa maka digunakan tingkat signifikan 0,1. Kriteria ujinya adalah:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 2) Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X (*independen*) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y (*dependen*). Pengujian dengan uji F variansnya adalah dengan membandingkan  $F_{hitung}$  ( $F_h$ ) dengan  $F_{tabel}$  ( $F_t$ ).

---

<sup>55</sup> Syofian Siregar, *Op.Cit.*, hlm. 194.

- a. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.
- b. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Padangsidimpuan berdiri pada tahun 2012. FEBI berdiri bersamaan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan peraturan Presiden NO 52 Tahun 2013 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Peraturan presiden ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsuddin pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122.<sup>56</sup>

Tindak lanjut perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia NO 93 Tahun 2013 tentang Menteri Agama Tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM, Amir Syamsuddin pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat fakultas, Yaitu Fakultas Ekonomi Dan

---

<sup>56</sup>Panduan Akademik IAIN Padangsidimpuan 2014, hlm. 1

Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi (FDIK), dan satu prodi program Pasca Sarjana IAIN Padangsidempuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan Intergrasi dan Interkoneksi dan menghilangkan dikotomi Ilmu Pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu social dan humaniora. FEBI merupakan fakultas termuda dari segi pengalaman meskipun keempat fakultas sama lainnya, sebab (tiga) merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.<sup>57</sup>

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN padangsidempuan hingga saat ini masih memiliki Program Studi yaitu perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah, dan Manajemen Zakat dan Wakaf. Program Studi Perbankan Syariah telah ada pada tahun 2012. Saat ini Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 2.438.

## **B. Analisis Data**

### **1. Uji validitas dan Uji Reliabilitas**

#### **c. Uji validitas**

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Dimana  $r_{hitung}$  ( $r_{hitung}$  terlampir) dengan taraf signifikansi 10% dan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  = jumlah

---

<sup>57</sup> Ibid., hal. 15

sampel, jadi  $df = 96 - 2 = 94$ , maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,168. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Keputusan 1	0,598	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=94$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,168$ .	Valid
Keputusan 2	0,754		Valid
Keputusan 3	0,692		Valid
Keputusan 4	0,696		Valid
Keputusan 5	0,794		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari tabel IV.1 di atas menunjukkan bahwa nilai *Total Correlation* masing-masing item pertanyaan menunjukkan angka yang melebihi dari  $r_{tabel}$  0,168. Hal tersebut berarti masing-masing item pertanyaan dapat dikatakan valid.

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Kelas Sosial**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kelas Sosial 1	0.815	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=94$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,168$ .	Valid
Kelas Sosial 2	0,791		Valid
Kelas Sosial 3	0,651		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa nilai *Total Correlation* masing-masing item pertanyaan menunjukkan angka yang melebihi dari  $r_{tabel}$  0,168. Hal tersebut berarti masing-masing item pertanyaan dapat dikatakan valid.

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas Gaya Hidup**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Gaya Hidup 1	0,806	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=94$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,168$ .	Valid
Gaya Hidup 2	0,720		Valid
Gaya Hidup 3	0,708		Valid
Gaya Hidup 4	0,671		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa nilai *Total Correlation* masing-masing item pertanyaan menunjukkan angka yang melebihi dari  $r_{tabel}$  0,168. Hal tersebut berarti masing-masing item pertanyaan dapat dikatakan valid.

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Kepribadian**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kepribadian 1	0,843	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=94$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,168$ .	Valid
Kepribadian 2	0,871		Valid
Kepribadian 3	0,719		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari tabel IV.4 di atas menunjukkan bahwa nilai *Total Correlation* masing-masing item pertanyaan menunjukkan angka



yang melebihi dari  $r_{\text{tabel}}$  0,168. Hal tersebut berarti masing-masing item pertanyaan dapat dikatakan valid.

#### d. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak. Jika *Cronbach Alpha*  $>$  0,60 maka dapat dikatakan reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.5**  
**Hasil uji Reliabilitas Keputusan**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	5

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari keterangan tabel IV.5 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha*  $>$  0,60. Dengan demikian variabel keputusan dapat dikatakan reliabel.

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kelas Sosial**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	3

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari keterangan tabel IV.6 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha*  $>$  0,60. Dengan demikian variabel kelas sosial dapat dikatakan reliabel.

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	4

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari keterangan tabel IV.7 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel gaya hidup dapat dikatakan reliabel.

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kepribadian**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	3

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari keterangan tabel IV.8 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel kepribadian dapat dikatakan reliabel.

## C. Asumsi Dasar

### 1. Uji Normalitas

Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS 22 dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* (KS) pada taraf signifikansi 0,1. Hasil perhitungan Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.13528601
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	.049
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Dari hasil tabel di atas IV.9 dapat diketahui nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) dari variabel kelas sosial ( $X_1$ ), gaya hidup ( $X_2$ ) dan kepribadian ( $X_3$ ) terhadap keputusan ( $Y$ ) sebesar 0,200, yang mana nilai Signifikansi variabel lebih besar dari 0,1 maka dinyatakan asumsi normalitas terpenuhi, sehingga data bisa dikatakan normal.

## 2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel *terikat* mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*)  $< 0,1$ .

### a. Uji Linieritas Kelas Sosial dengan Keputusan

Adapun hasil uji linieritas kelas sosial dengan keputusan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Linieritas Kelas Sosial dengan Keputusan**  
**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TKPTS * TKS	Betwee (Combined)	164.236	5	32.847	18.164	.000
	n Groups Linearity	160.622	1	160.622	88.821	.000
	Deviation from Linearity	3.613	4	.903	.499	<b>.736</b>
Within Groups		162.754	90	1.808		
Total		326.990	95			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Tabel IV.10 diperoleh kesimpulan bahwa nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,736. Jadi, dapat disimpulkan nilai *Deviation from Linearity*  $> 0,1$  ( $0,736 > 0,1$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kelas sosial dengan variabel keputusan adalah linier.

**b. Uji linieritas Gaya Hidup dengan Keputusan**

Adapun hasil uji linieritas gaya hidup dengan keputusan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Linieritas Gaya Hidup dengan Keputusan**  
**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TKPTS * TGH	Betwee (Combined)	195.367	6	32.561	22.01	.000
	n Groups Linearity	183.631	1	183.631	124.1	.000
	Deviation from Linearity	11.736	5	2.347	1.587	.172

Within Groups	131.622	89	1.479		
Total	326.990	95			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Tabel IV.11 diperoleh kesimpulan bahwa nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,172. Jadi, dapat disimpulkan nilai nilai *Deviation from Linearity*  $> 0,1$  ( $0,172 > 0,1$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel gaya hidup dengan variabel keputusan adalah linier.

### c. Uji linieritas Kepribadian dengan Keputusan

Adapun hasil uji linieritas kepribadian dengan keputusan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Linieritas Kepribadian dengan Keputusan**  
**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TKPTS * TKP	Between Groups	22.409	7	3.201	.925	.491
	Linearity	9.398	1	9.398	2.715	.103
	Deviation from Linearity	13.011	6	2.168	.627	.709
	Within Groups	304.581	88	3.461		
	Total	326.990	95			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Tabel IV.12 diperoleh kesimpulan bahwa nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,709. Jadi, dapat disimpulkan nilai nilai *Deviation from Linearity*  $> 0,1$  ( $0,709 > 0,1$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kepribadian dengan variabel Keputusan adalah linier.

### 3. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* >0,1) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF <10). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.910	1.599		.569	.570		
TKS	.479	.152	.302	3.140	.002	.440	2.273
TGH	.650	.120	.521	5.432	.000	.442	2.262
TKP	.179	.084	.137	2.142	.035	.992	1.008

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Tabel IV.13 diperoleh kesimpulan bahwa nilai *Tolerance* dari variabel kelas sosial adalah  $0,440 > 0,1$ , variabel gaya hidup adalah  $0,442 > 0,1$ , variabel kepribadian adalah  $0,992 > 0,1$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari keempat variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* > 0,1) sehingga bebas dari multikolinearitas.

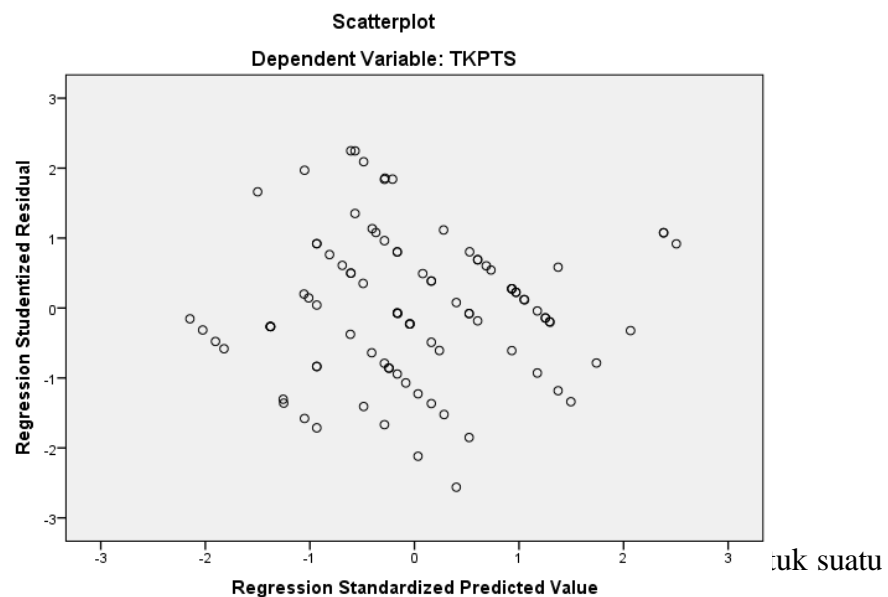
Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel kelas sosial adalah  $2,273 < 10$ , variabel gaya hidup adalah  $2,262 < 10$ , variabel kepribadian adalah  $1,008 < 10$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF

dari keempat variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

**Gambar IV. 1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

#### 5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran, yang terdiri dari

unsur pengetahuan ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), dan religiusitas ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Langga Payung). Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	.910	1.599
TKS	.479	.152
TGH	.650	.120
TKP	.179	.084

a. Dependent Variable: TKPTS

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Tabel IV.14 diperoleh kesimpulan bahwa pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KPTS = a + b_1KS + b_2GH + b_3KP + e$$

$$KPTS = 0,910 + 0,479 KS + 0,650 GH + 0,179 KP + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,910 , artinya apabila variabel kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian dianggap konstan atau 0 maka keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan) sebesar 0,900.
- b. Koefisien regresi variabel pengetahuan sebesar 0,479, artinya apabila tingkat nilai kelas sosial meningkat 1 satuan maka



keputusan mahasiswa menabung di Perbankan Syariah adalah meningkat sebesar 47,9%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kelas sosial dengan keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan), semakin naik jumlah/nilai kelas sosial maka semakin meningkat keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan).

- c. Koefisien regresi variabel gaya hidup sebesar 0,650, artinya apabila tingkat nilai gaya hidup meningkat 1 satuan maka keputusan mahasiswa menabung di Perbankan adalah meningkat sebesar 65%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara gaya hidup dengan keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan), semakin naik nilai gaya hidup maka semakin meningkat keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)
- d. Koefisien regresi variabel kepribadian sebesar 0,179, artinya apabila tingkat nilai kepribadian meningkat 1 satuan maka keputusan mahasiswa menabung di Perbankan Syariah meningkat sebesar 17,9 %. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepribadian dengan keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN

Padangsidempuan), semakin naik nilai kepribadian maka semakin meningkat keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan).

## 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian.

**Tabel IV.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 <sup>a</sup>	.626	.613	1.154

a. Predictors: (Constant), TKP, TGH, TKS

b. Dependent Variable: TKPTS

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Tabel IV.15 diperoleh kesimpulan bahwa nilai  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,613. Menunjukkan bahwa 61,3% variabel kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian mempengaruhi keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan). Sedangkan 38,7% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	t	Sig.
1 (Constant)	.569	.570
TKS	3.140	.002
TGH	5.432	.000
TKP	2.142	.035

a. Dependent Variable: TKPTS

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Tabel IV.13 diperoleh kesimpulan bahwa nilai Untuk  $t_{tabel}$  dicari pada  $\alpha = 10\%$  dengan derajat kebebasan (df)=n-k-1, dimana n=jumlah sampel dan k=jumlah variabel independen, jadi df=96-3-1=92. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi=0,1), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.290.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa pada variabel kelas sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3,140,  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (3,140 > 1,290) maka  $H_{a1}$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,002 sehingga nilai Sig. < 0,1 (0,002 < 0,1) maka  $H_{a4}$  diterima Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial kelas sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan).

Pada variabel gaya hidup memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 5,432  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,432 > 1,290$ ) maka  $H_{a2}$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig.  $< 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ) maka  $H_{a2}$  diterima Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan).

Pada variabel kepribadian memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,142  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,142 > 1,290$ ) maka  $H_{a3}$  diterima dan selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,035 sehingga nilai Sig.  $< 0,1$  ( $0,035 < 0,1$ ) maka  $H_{a3}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial kepribadian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)

#### **b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_{a4}$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,1$  maka  $H_{a4}$  diterima.

**Tabel IV.14**  
**Hasil U Signifikansi Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204.547	3	68.182	51.230	.000 <sup>b</sup>
	Residual	122.443	92	1.331		
	Total	326.990	95			

a. Dependent Variable: TKPTS

b. Predictors: (Constant), TKP, TGH, TKS

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020).

Nilai  $F_{\text{tabel}}$  untuk signifikansi  $\alpha = 0,1$  dengan *regression*  $df_1 = k - 1$  atau  $4 - 1 = 3$  (k adalah jumlah variabel) dan *residual*  $df_2$  adalah 92 ( $df_2 = n - k - 1$ ) atau  $96 - 3 - 1 = 92$  (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,14.

Hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 51,230 sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,14 sehingga  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $51,230 > 2,14$ ) maka  $H_{a4}$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai  $\text{Sig.} < 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ) maka  $H_{a4}$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini berjudul pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan). Dari hasil

analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 diketahui bahwa:

### **1. Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah**

Pada variabel kelas sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3,140,  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,140 > 1,290$ ) maka  $H_{a1}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kelas sosial terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan).

Penelitian ini sesuai dengan teori Swastha, Basu & Irawan bahwa kelas sosial adalah faktor sosio-kebudayaan lain yang dapat mempengaruhi pandangan dan tingkah laku pembeli.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Annisa Tinthia Fitri bahwa kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Chandra Super Store Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan kelas sosial yang dimiliki mahasiswa akan menimbulkan keputusan memilih bank syariah

### **2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah**

Pada variabel gaya hidup memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 5,432  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,432 > 1,290$ ) maka  $H_{a2}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup

terhadap keputusan memilih bank syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

Penelitian ini sesuai dengan teori Kotler bahwa gaya menjadi pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Amritaningsih bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Salatiga.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan gaya hidup yang dimiliki mahasiswa akan menimbulkan keputusan memilih bank syariah

### **3. Pengaruh Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah**

Pada variabel kepribadian memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,142  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,142 > 1,290$ ) maka  $H_{a3}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

Penelitian ini sesuai dengan teori Swastha, Basu & Irawan bahwa kepribadian adalah faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan perilaku konsumen.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Idak bahwa kepribadian berpengaruh terhadap keputusan kelas sosial,

peran dan status serta konsep diri konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Chandra Super Store Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

Hal ini menunjukkan bahwa dengan kepribadian yang dimiliki mahasiswa akan menimbulkan keputusan memilih bank syariah

#### **4. Pengaruh Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah**

Secara simultan variabel pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,230 > 2,14$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig.  $< 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ) maka  $H_{a4}$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan).

#### **E. Keterbatasan Peneliti**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaannya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Di antara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:



- a. Dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab semua pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
- b. Penulis juga tidak mampu mengontrol semua responden dalam menjawab angket yang saya berikan, apakah responden memang menjawab sendiri atau hanya asal menjawab.

Walaupun demikian, penulis berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel kelas sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3,140,  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,140 > 1,290$ ) maka  $H_{a1}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kelas sosial terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)
2. Pada variabel gaya hidup memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 5,432  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,432 > 1,290$ ) maka  $H_{a2}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)
3. Pada variabel kepribadian memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,142  $t_{tabel}$  sebesar 1,290. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,142 > 1,290$ ) maka  $H_{a3}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)
4. Secara simultan variabel kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap terhadap keputusan memilih bank syariah dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51,230 > 2,14$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. <

0,1 ( $0,000 < 0,1$ ) maka  $H_{a4}$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan memilih bank syariah” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak perbankan syariah di kota padangsidimpuan harus lebih giat lagi memberikan informasi dan pengetahuan perbankan Syariah dan mensosialisasikan bahwa bunga adalah riba dan bagi hasil adalah halal dengan gencar.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi pengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah lain faktor kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian.
3. Bagi pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Agus Irianto, *Statistik, Konsep Dasar, Aplikasi Dan Pengembangannya* Jakarta: Kencana, 2004.
- Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: MediaKom, 2008.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV YRAMA WIDYA, 2011.
- Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Irawan & Wijaya, Farid, *Pemasaran Prinsip dan Kasus. Edisi Kedua*, BPFE: Yogyakarta. 2000.
- James F. angel, dkk. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1998.
- Karsidi, *Ibadah dan Bisnis di BPR Syariah*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018.
- Kotler & Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*, Jakarta, 2001.
- Kotler, Philip , *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Prehallindo, 2002.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia. 2005
- Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Indeks, 2004.
- Mudrajad Kuncoro, *Manajemen perbankan: Teori dan aplikasi*, Yogyakarta: BPFE, 2011.
- \_\_\_\_\_, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013.

- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi, Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999.
- Muhammad Umer Chapra, *Sistem Moneter Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- Richard L Daft, *Manajemen*, Diterjemahkan Dari “*Management*” Oleh Edward Tanujaya dan Shirly Tiolina Jakarta: Salemba Empat, 2003.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2003.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis.*, Yogyakarta : Andi Yogyakarta, 2013.
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk, *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Alih bahasa oleh Zoelkifli Kasip, Jakarta: PT Indeks. 2008.
- Setiawan Dan Dwi Endah Kursini, *Ekonometrika*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- \_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003
- Swastha, Basu & Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern* , Yogyakarta: LIBERTY, 2008.
- Swastha, Basu & Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LIBERTY, 2008.
- Swastha, Basu & Irawan., *Menejemen Pemasaran*, Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.

Umar, Husein, *Manajemen Resiko Bisnis Pendekatan Finansial dan Nonfinansial*., Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.

[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Yusuf, Syamsu dan Nurihsan, Juntika, *Teori Kepribadian*. Bandung: Rosda, 2007

Yusuf, Syamsu dan Nurihsan, Juntika, *Teori Kepribadian*. Bandung: Rosda, 2007.

# DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Reki Fadly  
Tempat, Tgl lahir : Padangsidempuan, 25 Maret 1995  
Jenis kelamin : Laki - Laki  
Status : Lajang  
Alamat : Padangsidempuan  
Telepon : 0852-6164-7174

Menerangkan dengan sebenarnya

## Pendidikan

2001 - 2007	SDN 1 Padangmatinggi
2007 - 2010	SMP Negeri 5 Padangsidempuan
2010 - 2013	SMA Negeri 3 Padangsidempuan

Saya yang bersangkutan,

(REKI FADLY)

## Lampiran 2

## Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INFLASI	36	2,79	4,45	3,5125	,44440
PEMBIAYAAN	36	5744534,00	9084467,00	7381907,1389	965195,58555
LB	36	6460,00	213179,00	97412,2778	65164,98259
Valid N (listwise)	36				

## Lampiran 3

## Hasil Uji Normalitas

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,07904603
Most Extreme Differences	Absolute	,119
	Positive	,119
	Negative	-,077
Test Statistic		,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>



## Lampiran 4

### Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PEMBIAYAAN	INFLASI	LB
N		36	36	36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	7381607,1389	3,5125	97412,2778
	Std. Deviation	965185,58555	,44440	55164,98259
Most Extreme Differences	Absolute	,118	,135	,082
	Positive	,118	,135	,082
	Negative	-,103	-,088	-,073
Test Statistic		,118	,135	,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>	,093 <sup>e</sup>	,200 <sup>c,d</sup>

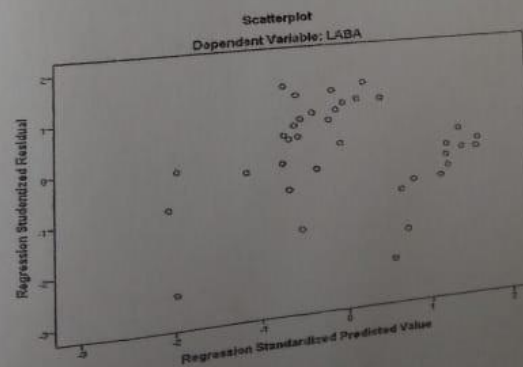
### Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	INFLASI	,837	1,194
	PEMBIAYAAN	,837	1,194

a. Dependent Variable: LABA

### Hasil Uji Heteroskedastisitas



QUESTION 1

Method 1: Trial and Error

Year	Revenue	Expenses	Profit
2018	1000	600	400
2019	1200	700	500
2020	1500	800	700
2021	1800	900	900
2022	2000	1000	1000
Total	7500	4000	3500

1. Revenue (Total) = 7500  
2. Expenses (Total) = 4000

Method 2:

Year	Revenue	Expenses	Profit
2018	1000	600	400
2019	1200	700	500
2020	1500	800	700
2021	1800	900	900
2022	2000	1000	1000
Total	7500	4000	3500

1. Revenue (Total) = 7500  
2. Expenses (Total) = 4000

Method 3:

Year	Revenue	Expenses	Profit
2018	1000	600	400
2019	1200	700	500
2020	1500	800	700
2021	1800	900	900
2022	2000	1000	1000
Total	7500	4000	3500

1. Revenue (Total) = 7500  
2. Expenses (Total) = 4000

## Lampiran 6

Tabel t (Pada Taraf Signifikansi 5%)  
1 Sisi (0,05) dan 2 Sisi (0,025)

DF	Signifikansi		DF	Signifikansi		DF	Signifikansi	
	0,05	0,025		0,05	0,025		0,05	0,025
1	6,314	12,706	34	1,691	2,032	67	1,668	1,996
2	2,920	4,303	35	1,690	2,030	68	1,668	1,996
3	2,353	3,182	36	1,688	2,028	69	1,667	1,995
4	2,132	2,776	37	1,687	2,026	70	1,667	1,994
5	2,015	2,571	38	1,686	2,024	71	1,667	1,994
6	1,943	2,447	39	1,685	2,023	72	1,666	1,994
7	1,895	2,365	40	1,684	2,021	73	1,666	1,993
8	1,860	2,306	41	1,683	2,020	74	1,666	1,993
9	1,833	2,262	42	1,682	2,018	75	1,665	1,992
10	1,813	2,228	43	1,681	2,017	76	1,665	1,992
11	1,796	2,201	44	1,680	2,015	77	1,665	1,991
12	1,782	2,179	45	1,679	2,014	78	1,665	1,991
13	1,771	2,160	46	1,679	2,013	79	1,664	1,991
14	1,761	2,145	47	1,678	2,012	80	1,664	1,990
15	1,753	2,131	48	1,677	2,011	81	1,664	1,990
16	1,746	2,120	49	1,677	2,010	82	1,664	1,989
17	1,740	2,110	50	1,676	2,009	83	1,663	1,989
18	1,734	2,101	51	1,675	2,008	84	1,663	1,989
19	1,729	2,093	52	1,675	2,007	85	1,663	1,988
20	1,725	2,086	53	1,674	2,006	86	1,663	1,988
21	1,721	2,080	54	1,674	2,005	87	1,663	1,988
22	1,717	2,074	55	1,673	2,004	88	1,662	1,987
23	1,714	2,069	56	1,673	2,003	89	1,662	1,987
24	1,711	2,064	57	1,672	2,003	90	1,662	1,987
25	1,708	2,060	58	1,672	2,002	91	1,662	1,986
26	1,706	2,056	59	1,671	2,001	92	1,662	1,986
27	1,703	2,052	60	1,671	2,000	93	1,661	1,986
28	1,701	2,048	61	1,670	2,000	94	1,661	1,986
29	1,699	2,045	62	1,670	1,999	95	1,661	1,985
30	1,697	2,042	63	1,669	1,998	96	1,661	1,985
31	1,696	2,040	64	1,669	1,998	97	1,661	1,985
32	1,694	2,037	65	1,669	1,997	98	1,661	1,985
33	<b>1,692</b>	2,035	66	1,668	1,997	99	1,660	1,984

## Lampiran 7

		F Table				
		df untuk pembilang (D1)				
df untuk penyebut (D2)	1	2	3	4	5	
3	161	199	216	225	230	
4	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	
5	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	
6	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	
7	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	
8	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	
9	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	
10	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	
11	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	
12	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	
13	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	
14	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	
15	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	
16	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	
17	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	
18	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	
19	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	
20	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	
21	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	
22	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	
23	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	
24	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	
25	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	
26	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	
27	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	
28	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	
29	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	
30	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	
31	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	
32	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	
33	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	
34	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	
35	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	
36	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	