

**ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MELAKUKAN PINJAMAN DI  
KOPERASI KREDIT SENTOSA**



**SKIRIPSI**

**Di Susun Oleh:  
FADILA**

**(13190088)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG  
2018**



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir E.4

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

Nama : Fedila  
Nim/Jurusan : 13190088/ Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Dalam Melakukan Pinjaman dikoperasi Kredit Sentosa.

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal

PANITIA UJIAN SKRIPSI

|         |                  |                                        |
|---------|------------------|----------------------------------------|
| Tanggal | Pembimbing Utama | : Maya Pancama, SE.M.Si, Ph.D<br>t.t : |
| Tanggal | Pembimbing Kedua | : Erdah Litriani, SE,M EC.Dev<br>t.t : |
| Tanggal | Penguji Utama    | : Mufli Fiandi, M/Ag<br>t.t :          |
| Tanggal | Penguji Kedua    | : Zuul Fitriani Umari, M.H.I<br>t.t :  |
| Tanggal | Ketua            | : Titin Harini, SE,M, Si<br>t.t :      |
| Tanggal | Sekretaris       | : Erdah Litriani, SE,M EC.Dev<br>t.t : |

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fadhila

NIM : 13190088

Jenjang : S1 Ekonomi Islam

Menyatakan, bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Maret 2018

Saya yang menyatakan,



Fadhila

NIM: 13190088

**NOTA DINAS**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah  
Palembang

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ANGGOTA  
DALAM MELAKUKAN PINJAMAN DI KOPERASI KREDIT SENTOSA**

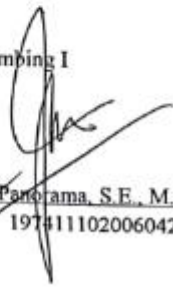
Yang ditulis oleh :

Nama : Fadila  
Nim : 13190088  
Program : S1 Ekonomi Islam

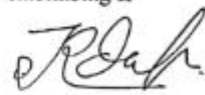
Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam sidang *Munawazah* ujian Skripsi.

Wasalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I

  
Maya Pararajama, S.E., M.Si, Ph.D  
NIP. 197411102006042002

Palembang, Januari 2018  
Pembimbing II

  
Erdah Litriani, S.E., M.EC, Dev  
NIK.1605061721



UIN  
RADEN FATAH  
PALEMBANG  
Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

**PENGESAHAN**

**Skripsi Berjudul : Analisis factor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota  
dalam melakukan pinjaman di koperasi kredit sentosa.**

**Ditulis Oleh : Fadila**

**NIM : 13190088**

**Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi  
(S.E).**

**Palembang, April 2018**

**Dekan,**



**Dr. Qodariah Barkah, M.H.I**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

"Berangkatlah penuh dengan keyakinan bertajarliah dngan keikhlasan istiqomah dalam menghadapi cobaan jadilah seperti karang dilautan yang kuat dihantam ombak dan kerjalah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain,karena hidup hanyalah sekali, ingat hanya pada Allah SWT apapun dan di manapun kita berada kepada dia-lah tempat meminta dan memohon."

### PERSEMBAHAN :

Bismillahirrahmanirrahim

- Dengan Rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih Dan Penyayang...
- Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk (Alm) Ayah terimah kasih atas limpahan do'a kasih sayang dan dukunganmu semasa hidupmu dan memberikan rasa rindu yang sangat berarti untukku.
- Ibu terimah kasih atas do'a dan kasih sayangmu yang tak pernah terhenti dan selalu memberikan yang terbaik.
- terimah kasih syuk dan kakakku ( Eva Azizah, Ita Elizah,skep,Ns dan Habibie ST.) terimah kasih telah memberikan dukungan,motivasi serta mengerti meskipun aku belum memberikan yang terbaik buat kalian.
- yang terkasih dan tersayang keponakanku ,Elia Saputri, Rafael, Juriah maisyah, fajri rahmadan, isma, Eka Saputri,Eko Saputra,Eki jonatan,rahmat, kalianlah telah mengisi dan mewai hidupku dengan penuh cinta, canda,tawa agar selalu ceria.
- teman-teman seperjuangan dan sepenanggungan ( Filza Izazah,S.E, Fitri Diana,S.E Hidayatun,S.E, Gita Anjani,S.E, Hilda Sakina,S.E, ,terimah kasih atas gelak tawa dan membuat hari-hari semasa kuliah kita lebih

x

berarti, semoga tak ada lagi duka nestapa di dada tapi suka dan bahagia juga tawa dan canda, kenangan manis dan pahit yang telah mengukir selamah ini .

- Buat teman-teman ekonomi bisnis islam [ Eki 3 ], seangkatan 2013 yang seperjuangan terimakasih kita telah bersama- sama menyelesaikan studi S1 kita sama-sama.
- dan semua keluarga dan teman yang menyemangiku dalam pembuatan skiripsiku terimah kasih.

## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala Puji syukur bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di kredit sentosa.”** Alhamdulillah dapat terselesaikan dengan baik.

Sholawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Atas perjuangan beliau kita dapat merasakan kehidupan yang lebih bermanfaat dengan kemajuan ilmu pengetahuan yang didasarkan pada iman dan Islam.

Selanjutnya dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan banyak terimakasih dalam proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sirozi, P.Hd selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
3. Titin Hartini, SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

4. Ibu Maya panoramaM,Si.Ph.D dan Ibu Erdah litrianti.SE.,M.EC.Dev selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan konstribusi tenaga dan pikiran, guna memberikan bimbingan dan petunjuk serta pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam juga bapak, ibu guru yang telah mendidik mulai dari SD, SMP, SMA dan kuliah yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
6. Kedua orang tua yang kucintai dan kusayangi ayahanda imran yang tidak dapat melihat dan menghapingiku terimah kasih atas jasa mu aku bisa seperti sekarang dan Ibuda tercinta sudah. terimakasih atas kasih sayangmu, perhatian, pengorbananmu, keikhlasanmu dan do'a mu yang menyertai jalanku sehingga aku bisa selesaikan dengan baik.
7. Ketiga saudara kandung aku, terimah kasih ayuk dan kakakku (Eva Azizah, Ita Elizah,skep,Ns dan Habibie ST.) yang telah memberikan dukungan, dan motivasi dan semua hal yang telah kalian berikan kepada ku serta mengerti meskipun aku belum memberikan yang terbaik baut kalian.ku.
8. Teman Seperjuangan (Gita Anjani, Filza Izzati , Fitri Diana, Hilda Sakina,Hidayatun.Heni Purnama sari) Sahabat-sahabat terimah kasih yang selalu ada memberikan dukungan dan semangatnya
9. Seluruh teman-teman seperjuangan, khususnya Ekonomi Islam angkatan 2013.  
Terimah kasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua,akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua ,orang-orang yang saya sayangi dan

semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu  
pengetahuan di masa yang datang Aamiin yaa robbal 'alamiin.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Palembang, 13 maret 2018

Penulis



Fadila  
NIM 12190088

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi berjumlah 170 orang dan yang dijadikan sampel sebanyak 63 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan penyebaran kuesioner atau angket. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi linier berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS dan Eviews. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di Koperasi Kredit Sentosa.

Hasil dari penelitian berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologi dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui pengaruh dari keempat variabel independen (Faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dinyatakan dalam nilai  $R^2$  yaitu sebesar 0,612 atau 61,2%, artinya variabel keputusan bisa dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam penelitian faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologi dan sosial secara bersama-sama. Sedangkan 38,8% sisanya dijelaskan oleh keputusan yang lain diluar model penelitian ini.

**Kata kunci :** *Keputusan Pembelian, Sosial, Budaya, Pribadi, Psikologi*

## DAFTAR ISI

|                                                            |              |
|------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                 | <b>i</b>     |
| <b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>                          | <b>ii</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>                   | <b>iii</b>   |
| <b>NOTA DINAS .....</b>                                    | <b>iv</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                       | <b>v</b>     |
| <b>TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>                  | <b>vi</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                 | <b>ix</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                    | <b>xii</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                  | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                  | <b>xviii</b> |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>                             | <b>1</b>     |
| A. Latar Belakang Masalah .....                            | 1            |
| B. Rumusan Masalah .....                                   | 7            |
| C. Batasan Masalah .....                                   | 7            |
| D. Tujuan Penelitian .....                                 | 7            |
| E. Manfaat Penelitian .....                                | 8            |
| F. Sistematika Penelitian .....                            | 8            |
| <b>BAB 2 Tinjauan Pustaka .....</b>                        | <b>11</b>    |
| A. Keputusan Pembelian .....                               | 11           |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian .....                    | 11           |
| B. Faktor Faktor yg mempengaruhi keputusan Pembelian ..... | 14           |
| 1. Faktor Budaya .....                                     | 14           |
| 2. Faktor Sosial .....                                     | 15           |
| 3. Faktor Pribadi .....                                    | 16           |

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4. Faktor Psikologis .....                                                             | 16 |
| C. Tahapan Keputusan Pembelian .....                                                   | 17 |
| 1. Pengenalan Masalah .....                                                            | 17 |
| 2. Pencarian Informasi .....                                                           | 18 |
| 3. Evaluasi Alternatif .....                                                           | 19 |
| D. Pihak pihak yang berperan dalam Keputusan Pembelian .....                           | 21 |
| E. Konsumen .....                                                                      | 22 |
| 1. Pengertian Konsumen .....                                                           | 22 |
| 2. Perilaku Konsumen .....                                                             | 23 |
| 3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....                                         | 24 |
| 4. Pelayanan Jasa .....                                                                | 24 |
| F. Penelitian Terdahulu .....                                                          | 25 |
| G. Pengembangan Hipotesis Pengaruh Hubungan Keputusan Anggota Dengan<br>Pinjaman ..... | 31 |
| H. Kerangka Pemikiran .....                                                            | 34 |
| I. Hipotesis .....                                                                     | 35 |
| J. Definisi Operasional .....                                                          | 36 |
| BAB 3 Metode Penelitian .....                                                          | 37 |
| A. Setting Penelitian .....                                                            | 37 |
| B. Desain Penelitian .....                                                             | 37 |
| C. Sumber dan Jenis Data .....                                                         | 37 |
| 1. Jenis Data .....                                                                    | 37 |
| 2. Sumber Data .....                                                                   | 37 |
| D. Populasi Sampel Penelitian .....                                                    | 38 |
| 1. Populasi .....                                                                      | 38 |
| 2. Sampel .....                                                                        | 38 |
| E. Metode Pengumpulan Data .....                                                       | 39 |
| F. Teknis Analisi Data .....                                                           | 39 |
| 1. Uji Validitas .....                                                                 | 40 |
| 2. Uji Rehabilitas .....                                                               | 41 |
| G. Teknik Analisis Data .....                                                          | 42 |
| 1. Uji Asumsi Klasik .....                                                             | 43 |

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2. Uji Normalitas .....                               | 43 |
| 3. Uji Multikolineritas .....                         | 43 |
| 4. Uji Heterokedastisitas .....                       | 44 |
| H. Analisis Regresi Linier Berganda .....             | 45 |
| 1. Koefisien Determinasi (R) .....                    | 46 |
| 2. Uji signifikan Simultan (uji F) .....              | 47 |
| 3. Uji Signifikan Parameter Individual ( Uji T) ..... | 49 |
| BAB 4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....           | 50 |
| A. Karakteristik reponden .....                       | 50 |
| 1. Jenis Kelamin Responden .....                      | 51 |
| 2. Usia Responden .....                               | 51 |
| 3. Pendidikan terakhir responden .....                | 52 |
| 4. Pekerjaan Responden .....                          | 52 |
| B. Data Penelitian .....                              | 53 |
| C. Uji Validitas dan Rehabilitas Instrumen .....      | 55 |
| 1. Uji Validitas .....                                | 55 |
| 2. Uji Rehabilitas .....                              | 56 |
| D. Uji Asumsi Klasik .....                            | 57 |
| 1. Uji Normalitas .....                               | 58 |
| 2. Uji Multikolineritas .....                         | 59 |
| 3. Uji Heterokedastisitas .....                       | 60 |
| 4. Uji Linieritas .....                               | 60 |
| E. Analisis Regresi Linier Berganda .....             | 61 |
| F. Uji Hipotesis .....                                | 62 |
| 1. Uji F .....                                        | 63 |
| 2. Uji T .....                                        | 64 |
| 3. Uji R .....                                        | 65 |
| G. Pembahasan Hasil Penelitian .....                  | 67 |
| BAB 5 Kesimpulan Dan Saran .....                      | 68 |
| A. Kesimpulan .....                                   | 70 |
| B. Saran .....                                        | 71 |
| 1. Akademis .....                                     | 71 |

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| 2. Perusahaan ( Koperasi Kredit Sentosa ) ..... | 71 |
| Daftar Pustaka .....                            | 72 |
| Lampiran .....                                  | 75 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Pada saat sekarang ini negara kita sedang melaksanakan pembangunan nasional di segala bidang. Di sektor ekonomi untuk mencapai kelancaran dalam membangunnya pemerintah berusaha memecahkan masalah yang dihadapi yang timbul dari adanya pembangunan di bidang perekonomian. Ketimpangan ekonomi yang terjadi di masyarakat menjadi sasaran pemerintah dalam menyelesaikannya.<sup>1</sup> Dengan adanya pemerataan pembangunan di segala bidang khususnya bidang ekonomi diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Sedangkan arah pembangunan dalam garis besar haluan negara adalah untuk mempercepat pembangunan pedesaan dalam rangka pemberdayaan masyarakat terutama petani melalui penyediaan prasarana pembangunan sistem agribisnis, industri kecil, kerajinan rakyat, pengembangan kelembagaan penguasaan teknologi dan pemanfaatan sumber daya alam. Dalam aktivitas perekonomian, permodalan merupakan salah satu unsur utama yang dapat menggerakkan roda perekonomian. Terdapat 2 jenis modal yaitu yang berasal dari modal sendiri atau dari pihak lain (pinjaman). Pada masyarakat pedesaan khususnya yang mempunyai tingkat ekonomi yang

---

<sup>1</sup> Hendrojogi. Koprasi, asas-asas, teori dan praktek. 2002. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta : halm 34

rendah, masalah modal merupakan masalah yang menghambat kemajuan ekonomi. Pada umumnya masyarakat tersebut tidak memiliki kesempatan mendapat kredit dari lembaga-lembaga keuangan, padahal sangat kurang modal untuk menjalankan usahanya. Dari permasalahan tersebut, Koperasi ikut berusaha dalam memecahkan masalah tersebut dengan memberikan kredit pada masyarakat.

Pada pasal 33 UUD 1945 mengandung pengertian demokrasi ekonomi yang bertujuan sebagai usaha bersama untuk kesejahteraan bersama. Perekonomian disusun dan dilaksanakan bukan untuk kesejahteraan orang perorangan karena berdasar atas azas kekeluargaan. Hal ini sangat cocok dengan koperasi yang berlandaskan atas azas kekeluargaan dan untuk kesejahteraan bersama. Pembangunan koperasi diarahkan benar benar menerapkan prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi sehingga dapat semakin berperan dalam perekonomian nasional.<sup>2</sup>

Sesuai dengan tujuan pembangunan perekonomian, koperasi berusaha meningkatkan kesejahteraan hidup anggota dan masyarakat banyak. Oleh karena itu dalam era otonomi, pembangunan daerah perlu dikembangkan dalam upaya terciptanya demokrasi ekonomi. Koperasi adalah suatu wadah ekonomi rakyat, berusaha menegakkan demokrasi ekonomi dan diharapkan dapat mengurangi ketimpangan ekonomi karena disusun sebagai usaha bersama<sup>3</sup>. Selain itu diharapkan pula mengurangi kemiskinan,

---

<sup>2</sup> Sugiyarso Gervasius. Akutansi Koperasi ( sisitem, metode, analisa laporan keuangan). 2011. PT buku seru. Jakarta. Halm 26-27

<sup>3</sup> Sudarsono, edilius. Koprasi (dalam teori praktik). 2002. PT Rineka Cipta. Jakarta. Halm 112

menciptakan pemerataan dan menyediakan keperluan masyarakat secara menyeluruh.

Koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia sebenarnya memiliki arti yang sangat penting dalam membangun perekonomian masyarakat. Dimana prinsip-prinsip dalam koperasi sangat sesuai dengan citacita perekonomian nasional. Koperasi sangat diharapkan dapat ikut mendukung perekonomian nasional dengan demokrasi ekonomi yang memiliki tujuan untuk kesejahteraan masyarakat. Sebagai wujud dari kedaulatan rakyat yang mendasari ekonomi dan demokrasi, koperasi harus berusaha mengembangkan diri sebagai suatu usaha bersama untuk kesejahteraan masyarakat<sup>4</sup>. Dengan demikian koperasi akan menjadi organisasi ekonomi yang mantap, demokratis, otonom, partisipatif, dan berwatak sosial.

Untuk itu koperasi dalam usahanya juga memberikan kredit dengan syarat yang tidak berbelit-belit dan bunga yang lunak kepada anggotanya khususnya dan membantu masyarakat pada umumnya. Koperasi merekomendasikan bahwa dalam pemberian kredit terhadap anggota dalam menjalankan usahanya lebih sederhana, kemudahan, dan bekesinambungan<sup>5</sup>. Bagi anggota yang menjalankan usahanya dengan mengambil kredit dari koperasi, dirasa cukup penting mengingat kebutuhan untuk pembiayaan modal kerja dan investasi diperlukan guna menjalankan usaha dan meningkatkan akumulasi penumpukan modal mereka. Masalah timbul ketika

---

<sup>4</sup> Kartosapoetra, dkk, op.cit. hal 5

<sup>5</sup> Hendrayogi. Koperasi, asas- asas, teori dan praktek. 2014. PT raja grafindo persada. Jakarta hal 10.

pengusaha dihadapkan pada kelengkapan dan birokrasi bank guna memperoleh pinjaman.

fenomena yang sering terjadi pada koperasi kredit sentosa adalah Mereka yang kesulitan untuk memperoleh asset dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi jaminan dan persyaratan. Kondisi ini memberikan peluang bagi pelepas modal untuk memberikan pinjaman dengan bunga yang tinggi. Oleh karena itu untuk mencegah terjadinya masyarakat terjatoh oleh pelepas modal atau lintah darat, maka koperasi mengupayakan kredit dengan syarat yang mudah dan dengan bunga yang rendah pada anggota khususnya dan pada masyarakat pada umumnya.

Berdirinya Koperasi Kredit Sentosa di Kecamatan Sukarame Palembang Masyarakat dan anggotanya ingin membentuk usaha lembaga yang dapat membantu dalam meringankan masyarakat dan tidak terjebak pada rentenir.

Namun koperasi sendiri sekarang mengalami banyak hambatan yang membuat koperasi lambat dalam berkembang, hambatan tersebut berasal baik dari fasilitas koperasi, anggota, masyarakat, lingkungan maupun pengurus koperasi itu sendiri, UKM biasa menghendak baik dari tenaga, adapun masalah yang sering dihadapi koperasi di antaranya.

1. Keterbatasan dana yang di miliki
2. Tingkat pendidikan, keterampilan dan keahlian yang di miliki oleh para anggota terbatas.

3. Partisipasi para anggota masih rendah baik dari RAP maupun kegiatan lainnya yang diberikan.
4. Keterbatasan pengetahuan anggota terhadap pambagian SHU
5. Banyaknya anggota yang tidak mau berkerjasama, bahkan tingkat pengambilan pinjaman yang amat lama sehingga dana/modal koperasi semakin berkurang.
6. Kurangnya fasilitas-fasilitas yang dapat menarik perhatian masyarakat dan perhatian masyarakatnya kurang, karena sebagai masyarakat beranggapan bahwa koperasi kurang menjanjikan.
7. Kurangnya pengawasan dari pengurus koperasi
8. Kekurangnya edukasi tentang keuntungan dari koperasi bagi masyarakat
9. Setidaknya masyarakat untuk berwusaha.

Kondisi dalam koperasi kredit sentosa sangat berperan bagi para anggota maupun masyarakat umum . koperasi kredit sentosa mewajibkan bagi para anggota untuk memberikan simpanan wajib bagi mereka yang akan masuk anggota koperasi. Tetapi dengan adanya simpan maupun pinjam suka rela koperasi kredit sentosa mempunyai modal dari simpanan wajib dan simpan pokok.

Koperasi Kredit Sentosa merupakan koperasi yang melayani kebutuhan anggotanya khusus dan masyarakat umumnya. Seperti simpan pinjam, pelayanan jasa-jasa, dan melakukan kegiatan-kegiatan lainya. Oleh karena itu penulis tertarik meneliti yang berjudul

## **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MELAKUKAN PINJAMAN DI KOPERASI KREDIT SENTOSA ”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat penulis uraikan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di Koperasi Kredit Sentosa ?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di Koperasi Kredit Sentosa ?

### **C. Batasan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang akan dibahas, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya berkaitan dengan Keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di koperasi kredit SENTOSA.
2. Pengamatan dan Keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di koperasi kredit SENTOSA.

### **D. Tujuan penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada, adapun tujuan yang hendaknya dicapai oleh penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di Koperasi Kredit Sentosa.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan simpanan pinjaman di Koperasi Kredit Sentosa.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis.

Hasil penelitian memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerapkan disiplin ilmu yang telah dipelajari semasa perkuliahan kedalam permasalahan nyata yang dihadapi suatu organisasi dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah dipelajari sesama perkuliahan dengan kenyataan yang sebenarnya di Koperasi Kredit Sentosa.

2. Bagi perusahaan atau lembaga.

Sebagai masukan dalam upaya peningkatan kualitas karyawan di Koperasi Kredit Sentosa agar mampu bersaling dengan atau lembaga lain.

3. Bagi akademisi.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sebagai pembandingan untuk penelitian sejenis lainnya yang bisa digunakan yang semestinya bagi rekan-rekan selanjutnya.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada umumnya berisi uraian singkat mengenai pokok-pokok bahasan yang terdapat dalam setiap bab. Untuk memperoleh

pembahasan yang sistematis maka penulis perlu menyusun sistematis sedemikian rupa sehingga hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematis tersebut adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian latar belakang permasalahan, permasalahan dan rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematis penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bagian ini mengkaji teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis dan menjelaskan fenomena hasil penelitian sebelumnya. Dengan menggunakan teori yang telah dikaji dan juga penelitian-penelitian sebelumnya, hipotesis-hipotesis yang ada dapat dikembangkan.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini menjelaskan setting penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas) dan teknik analisis data.

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, analisis data (disesuaikan dengan teknik analisis yang digunakan), hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Implikasi dari penelitian yang menunjukkan kemungkinan penerapannya Kelebihan dan kekurangan, saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagian yang akan datang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Keputusan Pembelian**

##### **1. Pengertian Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli.<sup>6</sup> Menurut Kotler dan Keller mengatakan keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi, konsumen dari preferensi di antara merek di setiap pilihan dan mungkin juga dari niat untuk membeli merek yang paling disukai

Jadi Keputusan pembelian adalah perilaku yang timbul karena adanya rangsangan atau hubungan dari pihak lain. ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu: pengenalan masalah, pencarian masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, berikut penjelasannya:

##### **a. Pengenalan Masalah**

Proses pembelian diawali dengan adanya masalah atau kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Konsumen mempersiapkan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan situasi saat ini guna membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.

---

<sup>6</sup>Philip Kotler dan Amstrong, Alih Bahasa wahana. *Defenisi perilaku konsumen*, jilid 2 ( PT. Prenhalindo, 2009), hlm. 226

## b. Pencarian Informasi

Setelah konsumen merasakan adanya kebutuhan akan suatu barang atau jasa, selanjutnya konsumen cari informasi baik yang disimpan dalam ingatan (internal) maupun informasi yang didapat dari lingkungan (ekternal).

Sumber-sumberinformasi konsumen terdiri dari:

- a. Sumber pribadi: keluarga, tetangga, kenalan
  - b. Sumber niaga/ komersial: iklan, tenaga penjual, kemasan, dan pemajangan
  - c. Sumber umum: media massa dan organisasi konsumen
  - d. Sumber pengalaman: pemeriksaan, penggunaan produk.
- ## c. Evaluasi Alternatif (*evaluation of alternative*)

Setelah informasi diperoleh, konsumen mengevaluasi berbagai alternative pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

## d. Keputusan pembelian (*purchase decision*)

Konsumen yang telah melakukan pilihan terhadap berbagai alternative biasanya membeli produk yang paling disukai, yang membentuk suatu keputusan untuk membeli.

Ada 3 (tiga) faktor yang menyebabkan timbulnya keputusan untuk membeli yaitu:

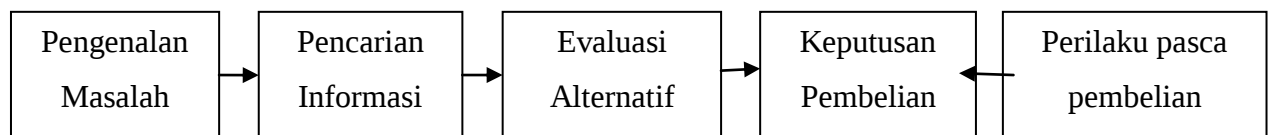
- a) Sikap orang lain: keluarga, tetangga, teman, orangkepercayaan.
- b) Situasi tak terduga: fakrot situasional yang dapat diantisipasi oleh konsumen.

E. Perilaku pasca pembelian (*past purchase behavior*)

Keputusan atau ketidak puasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa akan berhubungan terhadap perilaku pembelian berikutnya. Jika konsumen puas, kemungkinan besar konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang begitu juga sebaliknya.

Model dalam gambar 2.1 menyajikan satu kerangka acuan, karena merebut kisaran perimbangan sepenuhnya yang muncul ketika seseorang konsumen menghadapi pembelian yang baru dengan keterlibatan yang tinggi.

**Gambar 2.1 tahap-tahap proses keputusan pembelian**



Sumber: Kotler dan Keller (2011)

Menurut Kotler dan Armstrong mengatakan, Indikator dari keputusan pembelian adalah sebagai berikut :<sup>7</sup>

a. Pilihan Produk

Pilihan produk oleh pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Pilihan produk seringkali dipengaruhi oleh dorongan-dorongan yang sifatnya psikologis. Produk memang tidak dirancang untuk memenuhi kebutuhan fungsionalnya saja, namun juga memuaskan kebutuhan sosial dan psikologi. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu

---

<sup>7</sup>Kotler dan Armstrong, *principles of marketing*, (edition 14, Person Education, United States of America : 2012), hal. 226

produk yang memiliki atribut dan manfaat tertentu. Keputusan tersebut menyangkut fitur, kemasan, merek, kualitas dan sebagainya.

b. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya, Pembelian dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk yang sesuai dengan keinginan berbeda-beda dari setiap pembelian.

c. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda – beda misalnya: ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali, satu bulan sekali dan sebagainya.

d. Metode Pembayaran

Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli, secara tunai atau kredit.

## **B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian <sup>8</sup>**

Menurut Kotler ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

### **1. Faktor budaya**

a. Kultur

Kultur adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya dituntun oleh

---

<sup>8</sup>Kotler, Management Koperasi. Bandung. 2013. Hlm 143

naluri. Sedangkan manusia, perilaku biasanya dipelajari dari lingkungan sekitarnya.

#### b. Sub-kultur

Tiap kultur mempunyai sub-kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Sub-kultur meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografi. Ketika sub-kultur tumbuh dengan besar dan cukup kaya, perusahaan akan merancang program pemasaran khusus untuk melayani mereka.

#### c. Kelas sosial

Kelas sosial merupakan pengelompokan masyarakat yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hierarki dengan anggota yang memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.<sup>9</sup>

## 2. Faktor sosial

#### a. Kelompok

Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang berpengaruh langsung di dalam mana seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Kelompok yang berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang yang menjadi anggotanya disebut kelompok referensi.

---

<sup>9</sup>Kotler, Management Koperasi. Bandung.2013. Hlm143

#### b. Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok referensi utama yang sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian tau keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh seseorang. Keluarga orientasi adalah keluarga yang terdiri dari orangtua yang memberikan arah dalam hal tuntunan agama, politik, ekonomi, dan harga diri.

#### c. Peran dan status

Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.

### **3. Faktor pribadi**

- a. Usia dan tahap daur hidup
- b. Pekerjaan
- c. Keadaan ekonomi
- d. Gaya hidup
- f. Kepribadian dan Konsep diri

### **4. Faktor psikologis**

- a. Motivasi
- b. Persepsi
- c. Pembelajaran
- d. Kepercayaan dan sikap

Orang yang berasal dari sub-kultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang

menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.

### **C. Tahapan Keputusan Pembelian**

Menurut Chistin terdapat lima tahapan dalam proses keputusan pembelian, yaitu :

#### **1. Pengenalan Masalah**

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Lalu mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memicu minat konsumen. Kebutuhan dibagi menjadi dua. Pertama, kebutuhan Fungsional. Kebutuhan fungsional secara langsung berkaitan dengan kinerja produk tersebut, alasan rasional kenapa konsumen membeli suatu produk. Kedua, kebutuhan Psikologis merupakan motivasi yang dipengaruhi emosi berkaitan dengan perasaan, baik itu hal keindahan maupun gengsi.

#### **2. Pencarian Informasi**

Segara setelah pelanggan mengidentifikasi suatu kebutuhan, mereka mungkin akan mencari informasi tentang ritel atau produk untuk membantu mencukupi kebutuhan mereka.

- 1) Jumlah informasi yang dicari. Secara umum jumlah informasi yang dicari tergantung kepada nilai yang dirasakan diperoleh dari

pencarian dibandingkan dengan ongkos atau biaya pencarian informasi tersebut. Nilai dari pencarian evaluasi berdasarkan pertimbangan bahwa dalam hal bagaimanakah nilai yang dirasakan oleh pelanggan tersebut dapat meningkatkan keputusan belanja konsumen.

- 2) Biaya pencarian informasi meliputi waktu dan biaya. Berkeliling dari satu toko ke toko memerlukan biaya untuk tenaga, bensin dan biaya parkir serta waktu pelanggan yang tersita.
- 3). Sumber-sumber informasi. Pelanggan memiliki dua sumber informasi yaitu internal dan eksternal. Sumber informasi internal adalah informasi dalam memori pelanggan seperti nama, citra dan pengalaman masa lalu dengan toko yang berbeda. Sumber informasi eksternal adalah informasi yang disajikan oleh iklan dan orang lain. Pelanggan melihat ratusan iklan di media cetak dan media elektronik, pelanggan memperhatikan tanda untuk banyak *outlet* ritel tiap hari. Selain itu pelanggan mendapatkan informasi dari para teman dan keluarga.
- 4) Mengurangi pencarian informasi. Tujuan ritel dalam pencarian informasi pada proses belanja adalah untuk membatasi dan mengarahkan agar pelanggan melakukan pencarian informasi ke toko atau situs web secara langsung. Kondisi di mana pelanggan masih terus mencari informasi pada toko yang lain akan

membuka peluang bagi toko lain tersebut untuk membujuk pelanggan untuk melaksanakan transaksi pembelian pada toko tersebut.<sup>10</sup>

### 3. Evaluasi Alternatif

Menurut Engel dalam Christina, bahwa pemilihan suatu toko merupakan fungsi dari empat variabel yang terdiri dari :<sup>11</sup>

#### a. Kriteria evaluasi

Dari kriteria evaluasi inimasih ada bagian-bagian yang harus diketahui oleh konsumen dalam memilih suatu toko yang meliputi lokasi (jarak), luas dan kedalaman produk, harga, promosi, personel toko, pelayanan, dan masih banyak lagi elemen-elemen yang dapat dikatakan sebagai faktor penentu di dalam memberikan pilihan atas sebuah toko.

#### b. Karakteristik toko yang dirasakan

Yang dimaksud karakteristik toko disini diartikan sebagai citra toko, dapat dibagi menjadi beberapa hal seperti lokasi dari toko, keragaman barang yang ditawarkan, harga baran yang dijual, promosi yang dijalankan dalam menarik minat konsumen, pelayanan toko, penerangan toko atau penataan ruangan serta atmosfer di dalam ruangan toko.

---

<sup>10</sup>Christina. Koperasi Pengembangan Ekonomi, (Pekanbaru Suska Press 2009), Hlm28.

<sup>11</sup> Engel, *koperasi pengembangan ekonomi*, (Pekanbaru Suska Press, 2009), hal.30

c. Proses perbandingan

Tahapan ini dilakukan oleh konsumen apabila konsumen sudah melewati tahap pengenalan dan mengenal lebih jauh tentang citra suatu toko dimana pada tahap perbandingan ini, konsumen akan melakukan beberapa perbandingan antar toko yang satu dengan toko lainnya.

d. Toko yang dapat diterima dan toko yang tidak dapat diterima

Sesudah melakukan proses perbandingan, maka konsumen sudah dapat mengambil keputusan toko mana yang menjadi pilihan konsumen tersebut yang memenuhi syarat-syarat yang dikehendaki oleh konsumen.

e. Keputusan Pembelian

Dalam tahapan evaluasi, konsumen membuat perbandingan antar beberapa toko dan mengambil keputusan toko mana yang telah memenuhi syarat-syarat yang diinginkan. Setelah mengetahui toko mana yang menjadi pilihan maka tahap selanjutnya memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, kemudian konsumen akan melakukan transaksi pembelian terhadap produk tersebut.

f. Evaluasi Pasca pembelian

Proses belanja tidak berakhir pada tahap pembelian produk. Setelah melakukan pembelian produk, pelanggan menggunakan produk itu dan kemudian mengevaluasi pengalaman ini

untuk menentukan apakah produk ini memuaskan atau tidak memuaskan. Kepuasan adalah suatu evaluasi pasca konsumsi tentang seberapa baik suatu toko atau produk.

#### **D. Pihak-Pihak yang Berperan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian**

Menurut Bilson Simamora ada lima peran yang dimainkan orang dalam membuat keputusan pembelian, antara lain :

1. Pencetus (*initiator*), yaitu orang yang pertama kali mengusulkan gagasan untuk membeli suatu produk atau jasa tertentu.
2. Pemberi pengaruh (*influencer*) adalah orang yang pandangan atau sarannya dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan akhir konsumen.
3. Pengambil keputusan (*decider*) adalah orang yang sangat menentukan setiap komponen keputusan pembelian, seperti apakah membeli, apa yang akan dibeli, kapan hendak membeli dan dengan cara bagaimana membeli dan dimana akan membeli.
4. Pembeli (*buyer*) adalah orang yang akan melakukan pembelian nyata.
5. Pemakai (*user*) adalah orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tertentu.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Bilson Simamora Mengenal Ekonometrika Pemula, Cetakan Kesatu, (Bandung: Armico 2012) Hlm 113

## **E. Konsumen**

### **1. Pengertian Konsumen**

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Konsumsi, dari bahasa Belanda *consumptie*, ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung.<sup>13</sup>

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali (Jawa: *kulakan*), maka dia disebut pengecer atau distributor. Pada masa sekarang ini bukan suatu rahasia lagi bahwa sebenarnya konsumen adalah raja sebenarnya, oleh karena itu produsen yang memiliki prinsip *holistic marketing* sudah seharusnya memperhatikan semua yang menjadi hak-hak konsumen.

### **2. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas-aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk. Yang termasuk ke dalam perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk atau jasa tersebut. Jika harga suatu produk

---

<sup>13</sup>Sudrajat, *mengenal ekonometrika pemula, cetakan kesatu*, (bandung :armico,2012).  
hal 113

tidak terlalu tinggi, maka konsumen tidak akan terlalu lama membutuhkan waktu untuk memikirkan dan melakukan aktifitas perilaku konsumen. Namun jika harga suatu barang atau jasa tersebut bisa terbilang tinggi, atau mahal, maka konsumen tersebut akan memberikan *effort* lebih terhadap barang tersebut. Pembeli tersebut akan semakin lama melakukan perilaku konsumen, seperti melihat, menanyakan, mengevaluasi, dan mempertimbangkan.

### **3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**

Proses Pengambilan Keputusan Membeli Sebelum membeli suatu produk atau jasa, umumnya konsumen melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Pengambilan keputusan sendiri merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian, pembelian, konsumsi, dan evaluasi alternatif sesudah pembelian (Engel, 1995). Selanjutnya akan dijelaskan mengenai proses pengambilan keputusan membeli yang meliputi pengertian proses pengambilan keputusan membeli, tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan membeli, tingkatan dalam proses pengambilan keputusan membeli serta faktor apa saja yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli.

Pengertian proses pengambilan keputusan membeli Engel (1995) mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan

konsumen tentang apa yang hendak dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, di mana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan. juga mengemukakan bahwa proses keputusan pembelian merupakan tahap-tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan tentang produk dan jasa yang hendak dibeli. Ahli lain menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan.<sup>14</sup>

#### **4. Pelayanan jasa**

Jasa adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen dalam arti jasa yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian yang mengkaji mengenai koperasi adalah:

Gusti Ayu Putu Suarni, Lulup Endah Trupalupi<sup>1</sup>, Iyus Akhmad Haris(2014) analisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada LPD ( lembaga perkreditan desa ) desa pakraman manggissari, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada Lembaga

---

<sup>14</sup>Engel dkk ,manajemen pemasaran, Jakarta:binarupa aksara.hlm 10

Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Manggissari dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Manggissari. Penelitian ini dilaksanakan di LPD Desa Pakraman Manggissari dengan jumlah responden sebanyak 64 orang. Data yang dikumpulkan dengan metode kuesioner, dianalisis dengan analisis faktor melalui Statistical Program Social Science (SPSS) 16.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil kredit pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Manggissari, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi. Besarnya variance explained masing-masing faktor tersebut secara berturut-turut, yaitu kebudayaan sebesar 53,646%, sosial sebesar 22,980%, psikologis sebesar 14,639%, dan pribadi sebesar 8,735%. Faktor kebudayaan menjadi faktor paling dominan yang memiliki variance explained tertinggi yaitu sebesar 53,646%.

Fitri ratna sari (2014) “ analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit”Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor tingkat sukubunga,pelayanan,prosedur penyaluran, jangka waktu pengembalian dan jaminan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah mengambil kredit di bank. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang pernah mengambil kredit di bank. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji

t, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,710, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu tingkat suku bunga, pelayanan, prosedur penyaluran, jangka waktu pengembalian dan jaminan kredit dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 71% dan sisanya sebesar 29% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Hasil pengujian hipotesis dapat diketahui besarnya hitung variabel tingkat suku bunga, pelayanan, prosedur penyaluran, jangka waktu pengembalian dan jaminan kredit secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel tingkat suku bunga, pelayanan, jangka waktu pengembalian dan jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Sedangkan variabel prosedur penyaluran kredit tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Hasil ini juga menunjukkan bahwa faktor jangka waktu pengembalian kredit memiliki pengaruh yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit.

Dwi Puji Yulianti (2012) "analisis faktor yang menentukan pemberian kredit dengan modal diskriminan pada koperasi karyawan departemen kehutanan" dalam hal menjalankan kegiatan usahanya, koperasi hanya dituntut untuk meningkatkan profitabilitas dan kesejahteraan anggotanya, tetapi juga harus menjaga keberlangsungan usahanya (survive). Tujuan keberlanjutan usaha dapat diartikan sebagai maksimasi dari nilai

koperasi, yang merupakan nilai sekarang dari koperasi itu terhadap prospek masa depan nya melalui penyuluran kredit kepada anggotanya. Dalam penyaluran kredit tersebut, koperasi bukan tanpa resiko dan kendala . resiko yang mungkin terjadi adalah kredit macet yang dapat membuat siklus hidup koperasi terganggu.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang menentukan pemberian kredit, dan hasil penelitian didapat dua variabel yang mempengaruhi kelayakan dalam pemberian kredit, yaitu golongan karyawan, dimana rata-rata untuk golongan 1 dan golongan 2 masuk ke kategori kredit lancar. Dan untuk variabel tanggungan, rata-rata debitur dengan jumlah anak 1 sampai 2 orang masuk ke kategori debitur kredit lancar, sedangkan rata-rata debitur dengan jumlah anak di atas 3 orang masuk ke kategori debitur kredit tidak lancar. Dalam penelitian ini diperoleh ketepatan prediksi dari model adalah 97%. Oleh karena jangka ketepatan tinggi, maka model diskriminan dapat digunakan untuk menganalisis layak dan tidaknya pemberian kredit kepada calon debitur.

Nurlela kataren “ faktor yang mempengaruhi keberhasilan koperasi kredit union dalam pemberdayaan masyarakat” Penelitian ini adalah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Credit Union Kerjasama dalam pemberdayaan masyarakat . Masalah dalam penelitian ini adalah apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam Credit Union Kerjasama ” Partisipasi Sukamakmur ” dalam pemberdayaan masyarakat dan bagaimana konsep pemberdayaan masyarakat melalui Credit Union

Kerjasama “Partisipasi Suka makmur ” . Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif . Total populasi adalah seluruh anggota Credit Union Kerjasama atau 204 orang . Jumlah debitur di Credit Union ini adalah 80 orang dan 50 % dari mereka ( 40 orang ) menjadi sampel penelitian ini . Dari 40 orang , peneliti memilih 5 orang yang peneliti berpikir bahwa mereka memiliki pengetahuan yang mendalam dan diperlukan untuk menjadi informan . Pemberdayaan masyarakat melalui Credit Union Kerjasama ” Partisipasi Sukamakmur ” telah dilakukan melalui rata-rata 36,62 % rutin bimbingan ( 91,55 % ) .

Dian pratiwi (2015) “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi anggota untuk melakukan nabung kus sumber dana semarang” Permasalahan penurunan jumlah nasabah baru yang menabung pada koperasi adalah permasalahan utama dari KSU Sumber Dana. Hal ini karena dalam operasional perusahaannya, suatu koperasi menghimpun dana dari masyarakat dan juga menyalurkannya untuk pemberian kredit. Jika terjadi penurunan dari jumlah nasabah baru yang akan menabung dalam KSU Sumber Dana, maka hal ini akan dapat mempengaruhi operasional dan kinerja KSU Sumber Dana secara keseluruhan. Masalah penurunan jumlah nasabah baru ini diduga disebabkan dari faktor produk tabungan, lokasi, promosi, citra koperasi dan bunga tabungan.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh produk tabungan, lokasi, promosi, citra koperasi dan bunga tabungan terhadap keputusan menabung di KSU Sumber Dana. Penelitian ini merupakan jenis penelitian

kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang anggota KSU Sumber Dana dengan menggunakan teknik accidental sampling. Data yang digunakan adalah data primer berdasarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa produk tabungan, promosi, citra koperasi dan bunga tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di KSU Sumber Dana. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSU Sumber Dana.

Sulis Adi pamungkas (2014) “faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memiliki kredit pada bank bmt ahman dahlan di cawas.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem bagi hasil, pelayanan dan keyakinan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di Bank BMT Ahmad Dahlan Kecamatan Cawas Kabupaten Klaten. Dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 50 nasabah. Jenis data dan sumber data yang digunakan adalah dengan data primer yang didapat dari jawaban kuesioner dan data sekunder yang berupa dokumentasi yang didapat dari arsip perusahaan. Uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik yang berupa uji normalitas, uji multikorelasi dan uji heterokedastisitas. Metode analisis berganda digunakan uji F, uji T, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem bagi hasil diperoleh nilai sebesar 2,903, pelayanan diperoleh nilai sebesar 2,339 dan keyakinan/agama

diperoleh nilai sebesar 2,152, sehingga ketiga variabel tersebut ada pengaruh yang signifikan.

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti/judul penelitian                                                                                                                                | Persamaan                                                                | Perbedaan                                                                                                                         |                                                                               |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                               |                                                                          | Peneliti                                                                                                                          | Penulis                                                                       |
| 1. | Gusti Ayu Putu suarni.<br>Analisis yang memengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada LPD (lembaga perkreditan desa) desa pakraman manggissari. | Faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi. | Dependent Variabel. Keputusan anggota dan pinjaman<br>Metode pengambilan data menggunakan Observasi, Kuisisioner, dan Dokumenter. | Dependent Variabel pinjaman<br>Metode pengambilan data menggunakan Kuesioner. |
| 2. | Fitri ratnasari<br>Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit.                                                         | Tingkat suku bunga, pelayanan, prosedur dan penyaluran.                  | Populasi menggunakan 1.000 konsumen, sampelnya 100 orang, Model Regresi Linier Logistik.                                          | Sampel menggunakan 63 orang. Model Regresi Linier Berganda.                   |

|    |                                                                                                           |                                               |                                                            |                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 3. | Dian pratiwi<br>Faktor-faktor yang mempengaruhi anggota untuk melakukan tabungan kus sumber dana semarang | Produk tabungan, promosi, dan bunga tabungan. | Lokasi penelitian di Manado, Menggunakan sampel 150 orang. | Lokasi penelitian di Palembang dan menggunakan sampel 63 orang. |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|

### **G.Pengembangan Hipotesis / Pengaruh Hubungan keputusan anggota dengan pinjaman.**

Menurut Fridayana Yudiaatmaja keputusan anggota dalam Hubungan modal koperasi dengan perolehan sisa hasil usaha juga tergantung pada peran aktif anggotanya untuk tetap mempertahankan untuk menjadi anggota. Artinya setiap anggota tidak akan meninggal koperasinya.oleh karena itu fungsi pendinding bagi anggota harus terus menerus dilakukan untuk mempertahankan mereka mempercayai koperasinya, bahwa pengelolaan koperasi benar-benar sehat organisasi ,sehat usaha maupun sehat mentalnya.

Keputusan anggota adalah Proses Pengambilan Keputusan Membeli Sebelum membeli suatu produk atau jasa, umumnya konsumen melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Pengambilan keputusan sendiri merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian, pembelian, konsumsi, dan evaluasi alternatif sesudah pembelian (Engel,1995). Selanjutnya akan dijelaskan mengenai

proses pengambilan keputusan membeli yang meliputi pengertian proses pengambilan keputusan membeli, tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan membeli, tingkatan dalam proses pengambilan keputusan membeli serta faktor apa saja yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli.

Pengertian proses pengambilan keputusan membeli Engel (1995) mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang hendak dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, di mana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan (Loudon & Bitta, 1993). juga mengemukakan bahwa proses keputusan pembelian merupakan tahap-tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan tentang produk dan jasa yang hendak dibeli. Ahli lain menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan.<sup>15</sup>

Pinjaman adalah suatu jenis hutang yang dapat melibatkan semua jenis benda berwujud walaupun biasanya lebih sering diidentikkan dengan moneter. Jasa ini biasanya diberikan dengan biaya tertentu yang disebut sebagai bunga terhadap hutang. Dan suatu jenis hutang yang dapat melibatkan semua jenis benda berwujud walaupun biasanya lebih sering diidentikkan dengan pinjaman moneter. Seperti halnya instrumen hutang

---

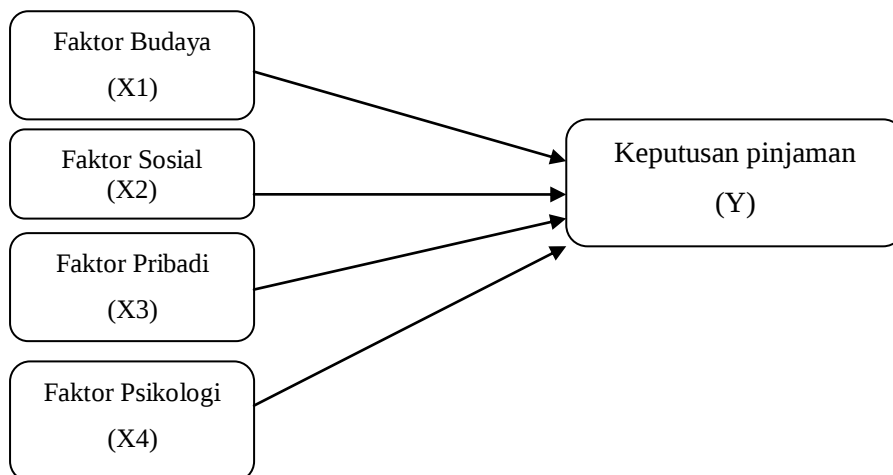
<sup>15</sup> Angel dkk, *manajemen koperasi* (bandung, armico, 1995).

lainnya, suatu pinjaman memerlukan distribusi ulang asset keuangan seiring waktu antara peminjam (terhutang) dan penghutang (pemberi hutang).

#### H. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini terdapat lima variabel yang di indentifikasi sebagai masalah penting, empat variabel independen, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melakukan analisis ini diperlukan adanya alat ukur yang merupakan indikator dari variabel variabel tersebut.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran**



**Sumber: dikembangkan dalam penelitian ini**

## 1. HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relafan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan teori dan konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah:

Dari telah pustaka diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai jawaban sementara atas permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan Anggota dalam meminjam di koperasi kredit sentosa.

H2: faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan Anggota dalam meminjam di koperasi kredit sentosa.

H3: faktor pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan Anggota dalam meminjam di koperasi kredit sentosa.

H4: faktor psikologi berpengaruh positif terhadap keputusan Anggota dalam meminjam di koperasi kredit sentosa.

H5: faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan Anggota dalam meminjam di koperasi kredit sentosa.

## I. Definisi Operasional

**TABEL 2.2**  
**Definisi Operasional**

| No | Variabel         | Pengertian                                                                                                                                                                                                | Dimensi                                                                                                                                                                         | Indikator                                                                                                                                                                                            |
|----|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Faktor Budaya    | Budaya adalah terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih menampakkan indentifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya.                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- kultur</li> <li>- sub-kultul</li> <li>- kelas sosial</li> </ul>                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- nurani</li> <li>- kebangsaan agama, kelompok ras, dan wijaya geografis.</li> <li>- nilai, minat, dan prilaku.</li> </ul>                                    |
| 2. | Faktor sosial    | Social adalah seperti kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau prilaku orang tersebut.                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kelompok</li> <li>- Keluarga</li> <li>- Peran dan status</li> </ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Anggota, ketua</li> <li>-Agama,politik, ekonomi, harga diri</li> <li>- indentitas diri pendapatan</li> </ul>                                                 |
| 3. | Faktor pribadi   | Pribadi adalah keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik tersebut meliputi usaha dan tahap dalam siklus hidup,perkerjaan,keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri dan gaya hidup pembeli. | <ul style="list-style-type: none"> <li>-usia dan tahap daur hidup</li> <li>- perkerjaan</li> <li>-keadaan ekonomi, gaya hidup</li> <li>- kepribadian dan konsep diri</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- indentitas diri</li> <li>- pertambahan usia</li> <li>- kepercayaan dan sikap</li> <li>- motivasi</li> <li>-gaya hidup</li> <li>- keadaan ekonomi</li> </ul> |
| 4. | Faktor psikologi | Psikologi adalah adanya rangsangan pemasaran luar seperti ekonomi, teknologi, politik, budaya. Satu prangkat psikologi berkombinasi dengan karakteristik                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-motivasi</li> <li>- persepsi</li> <li>- pembelajaran</li> <li>- kepercayaan dan sikap</li> </ul>                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebutuhan, kepercayaan</li> <li>- Perhatian selektif distori, selektif</li> <li>- Pengalaman</li> <li>- Keyakinan diri dan sikap</li> </ul>                 |

|  |  |                                                                                            |  |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | kosumen tertentu<br>untuk<br>menghasilkan<br>proses keputusan<br>dan keputusan<br>pembeli. |  |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Setting Penelitian**

Penelitian yang dilakukan mengenai keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di koperasi credit sentosa, dalam penelitian ini mengambil lokasi di Jl. STM Utama Bakti RW.06 RT.27 Kelurahan Sukajaya Kecamatan Sukarami Palembang.

#### **B. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, (*field research*) yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dengan cara membagikan kuisioner ke anggota koperasi kredit sentosa.

#### **C. Sumber dan jenis data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah berupa angka - angka dan analisis menggunakan statistik

##### **2. Sumber Data**

###### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari sumber asli nya.data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.data primer biasanya di peroleh dari survey lapangan

yang menggunakan semua metode pengumpulan data ordinal. Data primer dalam penelitian ini di peroleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada masyarakat.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder yang penelitian peroleh dari dokumen-dokumen mengenai peranan koperasi kredit sentosa dalam mensejahterakan ekonomi masyarakat.

#### **D. Populasi Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generaliasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakterisitik tertentu yang diharapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>15</sup> Populasi dalam penelian ini berjumlah 170 orang, yaitu seluruh anggota koperasi dan pengurus koperasi terlibat langsung dalam koperasi kredit sentosa.

##### **2. Sampel**

Sedangkan sampel adalah suatu bagian anggota dari objek yang tereliti.<sup>16</sup> Populasi penelitian ini adalah ketua koperasi, wakil, bendahara, dan anggota koperasi yang beralamat di jalan STM Utama Bakti Kelurahan Sukajaya Kecamatan Sukarami Kota Palembang, dalam penelian ini sampel yang di ambil sebanyak 10% dari anggota koperasi

yaitu 63 orang yang terdiri dari anggota koperasi dan pengurus bagian sekretaris dan ketua kelompok pada koperasi kredit sentosa.

Misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populsi itu apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Dengan teknik sampling *nonprobabilitas* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang / kesempatan sama bagi siapapun atau anggota populsi untuk dipilih untuk menjadi sample. Dengan cara penarikan sample purpossif ( *purposive sampling* ) merupakan cara penarikan sample yang dilakukan memiliki subjek berdasarkan kriterias pesifik yang di tetapkan penelitian. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan pendekatan rumus slovin.

Dimana :

$n$  =Jumlah sample

$N$  =Jumlahpopulasi

$E$ =Standar error 10%

Maka Jumlah sample

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

$$n = \frac{170}{1 + 170(10\%)^2}$$

$$n = \frac{170}{1 + 170(0.01)}$$

$$n = \frac{170}{2,7} \qquad n = 62,96 = 63$$

Berdasarkan rumus, jumlah, sample dalam penelitian ini dilakukan menjadi 63 orang dengan kesalahan (error) sebesar 10% teknik sample yang digunakan adalah sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sample diambil pada saat penelitian dilakukan terhadap anggotak operasi dan pengurus bagian sekretaris dan ketua kelompok pada kredit sentosa.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang objektif, valid dan ukuran maka penulisan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Dalam menggunakan metode observasi yaitu mengumpulkan data dengan pengamatan langsung ke objek penelitian. Dalam penelitian ini penulisan menggunakan observasi untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan program simpan pinjam koperasi unit Palembang Jl. STM Utama Bakti RW.06 RT..27 Kelurahan Sukajaya Kecamatan Sukarami Palembang dalam mensejahterakan

masyarakat sekaligus mengukur sejauh mana peran koperasi unit dalam membantu perekonomian masyarakat.

## **2. Dokumentasi**

Dokumentasi dapat dilakukan dengan pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan, jurnal ilmiah, koran, majalah, website, dan lain-lain. Dalam penelitian ini dokumentasi didapat dari pihak akademik tentang informasi jumlah mahasiswa Fakultas dihimpun dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **3. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>16</sup> Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner yang bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban kepada beberapa alternatif saja atau pada satu jawaban saja. Pertanyaan dalam

---

<sup>16</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), hlm 203.

kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *Likert* (1-5) yang mempunyai 5 tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi bobot/ skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) : diberi bobot/ skor 2
- c. Kurang Setuju (KS) : diberi bobot/ skor 3
- d. Setuju (S) : diberi bobot/ skor 4
- e. Sangat Setuju (SS) : diberi bobot/ skor 5

#### **F. Variabel- Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>17</sup>

Variabel dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang ada dan keberadaannya memiliki lebih dari satu *label* atau lebih dari satu nilai.<sup>18</sup>

Adapun macam-macam variabel dalam penelitian ini, yaitu:

##### **1. Variabel bebas (*Independen*)**

Variabel bebas adalah variabel yang kemunculannya diasumsikan menjadi sebab munculnya variabel lain<sup>19</sup>. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologi (X4).

---

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. (Bandung, Alfabeta, 2012), hlm. 38

<sup>18</sup>Mohammad Ali, *Memahami Riset Perilaku Dan Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 75

<sup>19</sup>*Ibid.*, hlm 76

## 2. Variabel terikat (*dependen*)

Variabel terikat adalah variabel yang kemunculannya diasumsikan sebagai akibat dari adanya variabel sebab.<sup>20</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y)

### 1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel akan memberikan arah kepada untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas yang terdiri dari faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologi (X4), dan variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y)

**Tabel 3.1 Definisi Operasional variabel**

| No | Variabel            | Sub Variabel                | Indikator                                | Ukuran  |
|----|---------------------|-----------------------------|------------------------------------------|---------|
| 1  | Faktor Budaya (X1)  | Kultur                      | 1. Naluri<br>2. Lingkungan               | Ordinal |
|    |                     | Sub-Kultur                  | 3. Kewarganegaraan                       | Ordinal |
|    |                     | Kelas Sosial                | 4. Gaya Hidup<br>5. Persepsi             | Ordinal |
| 2  | Faktor Sosial (X2)  | Kelompok                    | 1. Pembentuk opini<br>2. Acuan           | Ordinal |
|    |                     | Keluarga                    | 3. Peran<br>4. Pengaruh                  | Ordinal |
|    |                     | Peran dan Status            | 5. Jabatan/kedudukan<br>6. Kelas produk  | Ordinal |
| 3. | Faktor Pribadi (X3) | Usia dan Daur Hidup         | 1. Pertambahan usia                      | Ordinal |
|    |                     | Pekerjaan                   | 2. Jabatan<br>3. Pendapatan              | Ordinal |
|    |                     | Gaya Hidup                  | 4. Aktifitas                             | Ordinal |
|    |                     | Kepribadian dan Kosnep diri | 5. Kepercayaan Diri<br>6. Identitas Diri | Ordinal |
| 4  | Faktor              | Motivasi                    | 1. Kebutuhan                             | Ordinal |

<sup>20</sup>*Ibid.*, hlm 76

|   |                         |                       |                                                                                                                                                                              |         |
|---|-------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|   | psikologi<br>(X4)       |                       | 2. Aktualisasi                                                                                                                                                               |         |
|   |                         | Persepsi              | 3. Perhatian Selektif<br>4. Distorsi Selektif<br>5. Retensi Selektif                                                                                                         | Ordinal |
|   |                         | Pembelajaran          | 6. Pengalaman                                                                                                                                                                | Ordinal |
|   |                         | Kepercayaan dan Sikap | 7. Keyakinan<br>8. Ketertarikan pada objek                                                                                                                                   | Ordinal |
| 5 | Keputusan Pembelian (Y) |                       | 1. Tidak ada pemilihan merek lain<br>2. Informasi tentang kualitas<br>3. Ketertarikan untuk membeli ulang<br>4. Merasa cocok dengan produk<br>5. Kepercayaan terhadap produk | Ordinal |

Sumber, data diolah, 2017

## 2. Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data dengan menggunakan bantuan program *views 9.0* (Ekonometrik *Views*) dan *SPSS 6.0* (*statistical product and serve solution*). Analisis untuk mengetahui yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di koperasi kredit sentosa ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka dalam penyajiannya. Dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2014), hlm.8

### a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrument dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat. Suatu instrument dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut untuk mengukur validitasnya dapat dilakukan dengan korelasi antara skor atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka diterapkan kriteria statistic sebagai berikut<sup>22</sup>.

1. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ , maka variabel tersebut valid.
2. Jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui valid atau tidaknya data tersebut dengan taraf signifikan nya 0,05.

### 3. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah tingkatan keandalan kuesioner, kuesioner yang realibel adalah kuesioner yang apabila dicobakan berulang ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji *reliabilitas* salah satu metodenya adalah *Cronbach Alfa*. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak nya suatu instrument penelitian adalah perbandingan nilai  $r$ -hitung dengan  $r$ -tabel pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5%.

---

<sup>22</sup>Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatifdan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2011), hlm.179

Apabila dilakukan reliabilitas dengan metode Cronbach Alfa maka nilai  $r$  hitung diwakili nilai Alfa.<sup>23</sup> Penelitian ini menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian terhadap Handphone merek Samsung, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi.

### **3. Teknik Analisis Data**

#### **1. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat.<sup>24</sup> Model analisis penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

##### **a) Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui uji  $t$  dan  $F$  mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

---

<sup>23</sup>*Ibid*, hlm. 25

<sup>24</sup>Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. hlm. 20

- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arahgaris diagonal maka mode regresi tidak memenuhi normalitas.<sup>25</sup>

**b). Uji linerlitas**

Salah satu asumsi dari analisis regresi adalah linieritas. Hal ini dimaksudkan apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linier atau tidak. uji ini ditentukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat. Menurut sugiyono, “kalau tidak linier maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan”.<sup>26</sup>

**c). Uji Multikolonieritas**

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah di antara variabel independen terdapat hubungan korelasi pengganggu. Model regresi yang baik adalah regresi yang terjadi korelasi pengganggu di antara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat membuktikan adanya hubungan linear yang sempurna, antara beberapa variabel independen yang menjelaskan variabel dependen dalam model regresi. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *E-Views 9.0 for windows*. Pengambilan keputusan dengan melihat niali *probality*:

1. Tidak terjadi multikolonieritas, jika nilai probability lebih kecil dari 0,9.

---

<sup>25</sup>Kurnia Akbar, *Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung JenisAndroid (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro*, Skripsi, (Diponegoro : Universitas Diponegoro,2013), hlm 43.

<sup>26</sup>Sugiyono, 2007. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, Hlm 265

2. Terjadi multikolonieritas, jika nilai tolerance lebih besar dari 0,9

#### **d). Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.<sup>27</sup> Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dengan metode uji *White* pada program *E-Views 9.0 for windows*. Dasar analisis heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada nilai *probability* *Obs\*R-squared* lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika *probability* *Obs\*R-squared* lebih kecil 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

## **2. Analisis regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable

---

<sup>27</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Program*, Edisi Ketiga (Semarang: BP UNDIP 2009), hlm. 105

dependen (kriterium), bila dua atau lebih variable independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).<sup>28</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

**Keterangan:**

|                |                                                 |
|----------------|-------------------------------------------------|
| Y              | = Keputusan Anggota (dependen)                  |
| a              | = Bilangan konstanta, perpotongan garis sumbu X |
| b <sub>1</sub> | = Koefisiensregresi variable X1                 |
| b <sub>2</sub> | = Koefisiensregresi variable X2                 |
| b <sub>3</sub> | = Koefisiensregresi variable X3                 |
| b <sub>4</sub> | =Koefisiensregresi variable X1                  |

**a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum

---

<sup>28</sup>Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 275.

koefisien determinasi untuk data silang (cross section) relatif mudah karena adanya variasi yang besar antar masing-masing pengamatan.<sup>29</sup>

Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika  $R^2 = 1$ , berarti besarnya persentase sumbangan  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.<sup>30</sup>

#### b. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistika F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.<sup>31</sup>

Kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
2.  $H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

---

<sup>29</sup>Imam Ghazali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hlm 83

<sup>30</sup>Imam Ghazali, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Hlm 125

<sup>31</sup>Dwi Priyanto, 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, Yogyakarta: Mediakom, Hlm.81

3.  $H_a$  akan diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  , artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

### c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistic t)

Uji signifikan t digunakan untuk melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini, responden yang di ambil adalah anggota koperasi Kredit Sentosa Palembang. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan teknik sampling menurut Slovin, yang mendapatkan hasil sampel sebesar 63 orang/ responden. Berdasarkan data dari 63 responden tersebut melalui daftar pernyataan (kuisisioner), maka didapatkan biodata singkat responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan responden. Tujuan dari penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik responden sebagai objek dari penelitian ini.

##### **1. Jenis Kelamin Responden**

Berdasarkan hasil data yang didapat dari kuisisioner, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Persentase</b> |
|----------------------|------------------|-------------------|
| Laki-Laki            | 52               | 82,5%             |
| Perepuan             | 11               | 17,5%             |
| <b>Total</b>         | <b>63</b>        | <b>100%</b>       |

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Karakteristik responden berdasarkan pada tabel 4.1 memperlihatkan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah laki-laki yakni sebanyak 52 orang atau 82,5%. Sedangkan karakteristik perempuan berjumlah 11 orang dengan persentase sebesar 17,5%. Berdasarkan karakteristik data tersebut dapat dikatakan bahwa rata-rata jenis kelamin nasabah dalam penelitian di koperas Kredit Sentosa adalah laki-laki.

## 2. Usia Responden

Kemudian karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| <b>Umur</b>   | <b>Frekuensi</b> | <b>Persentase</b> |
|---------------|------------------|-------------------|
| 20 – 29 tahun | 12               | 19%               |
| 30 – 39 tahun | 22               | 35%               |
| 40 – 49 tahun | 19               | 30%               |
| >50 tahun     | 10               | 16%               |
| <b>Total</b>  | <b>63</b>        | <b>100%</b>       |

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan usia menjelaskan bahwa, usia responden terbesar dalam penelitian ini adalah usia di antara 30-39 tahun yaitu sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 35%, selanjutnya usia responden yang banyak

berkisar antara 40-49 tahun berjumlah 19 orang dengan persentase sebesar 30%. Sedangkan usia responden yang paling sedikit yaitu 50 keatas berjumlah 10 orang dengan persentase sebesar 16%.

### 3. Pendidikan Terakhir Responden

Berdasarkan karakteristik pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| <b>Pendidikan Terakhir</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Persentase</b> |
|----------------------------|------------------|-------------------|
| SD                         | 0                | 0%                |
| SMP                        | 0                | 0%                |
| SMA                        | 37               | 59%               |
| Diploma                    | 18               | 28%               |
| Sarjana                    | 8                | 13%               |
| <b>Total</b>               | <b>92</b>        | <b>100%</b>       |

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir bahwasanya pendidikan terakhir responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah SMA yang berjumlah jumlah 37 orang dengan persentase sebesar 59%. Sedangkan pendidikan terakhir responden yang terkecil yaitu pada tingkat sarjana yang hanya 8 orang saja dengan persentase sebesar 13%. Dapat disimpulkan pendidikan terakhir responden pada penelitian ini terbanyak pada tingkat SMA.

#### 4. Pekerjaan Responden

Karakteristik responden yang terakhir yaitu berdasarkan pada pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>Pekerjaan</b>     | <b>Frekuensi</b> | <b>Persentase</b> |
|----------------------|------------------|-------------------|
| Karyawan Swasta      | 3                | 5%                |
| Wiraswasta/Pengusaha | 44               | 70%               |
| PNS/TNI/POLRI        | 6                | 9%                |
| Dosen/Guru           | 10               | 16%               |
| <b>Total</b>         | <b>63</b>        | <b>100%</b>       |

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan keterangan tabel 4.4 diatas memperlihatkan bahwa sebagian besar sampel yang diambil sebesar 63 orang berkarakteristik berdasarkan pekerjaan yang terbanyak pada pekerjaan wiraswasta/pengusaha sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar 70%. Sedangkan yang pekerjaan responden yang terkecil pada pekerjaan PNS/TNI/POLRI sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 9%. Dari karakteristik tersebut ternyata pekerjaan wiraswasta/pengusaha yang paling banyak responden yang menjadi anggota koperasi Kredit Sentosa Palembang.

## B. Data Penelitian

Variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3), Faktor Psikologi (X4), dan Keputusan Pembelian (Y). Data hasil pengisian kuisioner dari anggota (responden) tersebut yang telah disebar yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Skor Kuisioner**

| Variabel              | Item penelitian | Total SS | %  | Total S | %  | Total R | %  | Total TS | % | Total STS | % |
|-----------------------|-----------------|----------|----|---------|----|---------|----|----------|---|-----------|---|
| Faktor Budaya (X1)    | Budaya 1        | 16       | 25 | 35      | 55 | 11      | 17 | 1        | 1 | 0         | 0 |
|                       | Budaya 2        | 17       | 12 | 34      | 71 | 11      | 16 | 1        | 1 | 0         | 0 |
|                       | Budaya 3        | 12       | 9  | 38      | 62 | 10      | 28 | 2        | 1 | 0         | 0 |
|                       | Budaya 4        | 21       | 15 | 34      | 62 | 7       | 21 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Budaya 5        | 18       | 16 | 34      | 57 | 9       | 25 | 1        | 2 | 0         | 0 |
| Faktor Sosial (X2)    | Sosial 1        | 12       | 19 | 43      | 68 | 7       | 11 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Sosial 2        | 16       | 25 | 33      | 52 | 12      | 19 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Sosial 3        | 14       | 27 | 41      | 65 | 7       | 11 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Sosial 4        | 10       | 16 | 40      | 63 | 13      | 21 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Sosial 5        | 17       | 27 | 33      | 52 | 13      | 21 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Sosial 6        | 20       | 32 | 38      | 60 | 5       | 8  | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Sosial 7        | 12       | 19 | 42      | 67 | 9       | 14 | 0        | 0 | 0         | 0 |
| Faktor Pribadi (X3)   | Pribadi 1       | 19       | 30 | 41      | 65 | 3       | 5  | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Pribadi 2       | 16       | 25 | 38      | 60 | 9       | 14 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Pribadi 3       | 21       | 33 | 40      | 63 | 2       | 3  | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Pribadi 4       | 30       | 48 | 39      | 62 | 5       | 8  | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Pribadi 5       | 17       | 27 | 37      | 59 | 9       | 14 | 0        | 0 | 0         | 0 |
| Faktor Psikologi (X4) | Psikologi 1     | 20       | 32 | 37      | 59 | 6       | 10 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Psikologi 2     | 18       | 28 | 33      | 52 | 12      | 19 | 0        | 0 | 0         | 0 |
|                       | Psikologi 3     | 22       | 35 | 35      | 55 | 6       | 9  | 0        | 0 | 0         | 0 |

|                         |             |    |    |    |    |    |    |   |   |   |   |
|-------------------------|-------------|----|----|----|----|----|----|---|---|---|---|
|                         | Psikologi 4 | 16 | 25 | 27 | 43 | 15 | 24 | 5 | 8 | 0 | 0 |
|                         | Psikologi 5 | 20 | 31 | 32 | 51 | 11 | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|                         | Psikologi 6 | 18 | 28 | 32 | 51 | 10 | 15 | 3 | 5 | 0 | 0 |
|                         | Psikologi 7 | 12 | 19 | 37 | 59 | 14 | 22 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan 1 | 8  | 12 | 39 | 62 | 16 | 25 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|                         | Keputusan 2 | 11 | 17 | 36 | 57 | 16 | 26 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|                         | Keputusan 3 | 14 | 22 | 35 | 55 | 13 | 21 | 1 | 1 | 0 | 0 |
|                         | Keputusan 4 | 12 | 19 | 36 | 57 | 10 | 16 | 5 | 8 | 0 | 0 |
|                         | Keputusan 5 | 9  | 14 | 37 | 59 | 16 | 25 | 3 | 5 | 0 | 0 |
|                         | Keputusan 6 | 13 | 20 | 32 | 51 | 15 | 24 | 3 | 4 | 0 | 0 |

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

### C. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk tingkat validitas dilakukan uji dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Untuk mendapatkan  $r_{tabel}$  menggunakan ketentuan  $(df) = n - 2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel yang berjumlah 63 responden.  $63 - 2 = 61$ . Jadi, dilihat dari  $r_{tabel}$ , nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,2480. Jika  $r_{hitung}$  (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *Total Pearson Correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Maka berdasarkan data yang telah didapatkan dan diolah menggunakan program SPSS 16.0 hasil uji validitas dari data yang diteliti yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

| <b>Variabel</b>       | <b>Item<br/>Pertanyaan</b> | <b>Pearson<br/>Correlation<br/>(<math>r_{hitung}</math>)</b> | <b><math>r_{tabel}</math><br/>(<math>\alpha = 5\%</math>)</b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------|
| Faktor Budaya (X1)    | Budaya 1                   | 0,706                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Budaya 2                   | 0,860                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Budaya 3                   | 0,422                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Budaya 4                   | 0,877                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Budaya 5                   | 0,836                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
| Faktor Sosial (X2)    | Sosial 1                   | 0,708                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Sosial 2                   | 0,694                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Sosial 3                   | 0,704                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Sosial 4                   | 0,790                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Sosial 5                   | 0,722                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Sosial 6                   | 0,688                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Sosial 7                   | 0,439                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
| Faktor Pribadi (X3)   | Pribadi 1                  | 0,533                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Pribadi 2                  | 0,630                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Pribadi 3                  | 0,604                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Pribadi 4                  | 0,654                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Pribadi 5                  | 0,669                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
| Faktor Psikologi (X4) | Psikologi 1                | 0,599                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Psikologi 2                | 0,415                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Psikologi 3                | 0,619                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Psikologi 4                | 0,809                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Psikologi 5                | 0,451                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Psikologi 6                | 0,576                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Psikologi 7                | 0,572                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
| Keputusan Pembelian   | Keputusan 1                | 0.465                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |
|                       | Keputusan 2                | 0.410                                                        | 0,2480                                                        | Valid             |

|     |             |       |        |       |
|-----|-------------|-------|--------|-------|
| (Y) | Keputusan 3 | 0,627 | 0,2480 | Valid |
|     | Keputusan 4 | 0,801 | 0,2480 | Valid |
|     | Keputusan 5 | 0,705 | 0,2480 | Valid |
|     | Keputusan 6 | 0,568 | 0,2480 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 diatas hasil pengolahan data kesemua variabel, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

## 2. Uji Realibilitas

Realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dimana Kuisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari  $> 0,60$  sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $< 0,60$  maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| No | Variabel            | Cronbach Alpha<br>( $\alpha$ ) | Nilai Alpha | Hasil<br>Realibilitas |
|----|---------------------|--------------------------------|-------------|-----------------------|
| 1  | Faktor Budaya (X1)  | 0,791                          | 0,60        | Realibel              |
| 2  | Faktor Sosial (X2)  | 0,797                          | 0,60        | Realibel              |
| 3  | Faktor Pribadi (X3) | 0,743                          | 0,60        | Realibel              |

|   |                         |       |      |          |
|---|-------------------------|-------|------|----------|
| 4 | Faktor Psikologi (X4)   | 0,676 | 0,60 | Realibel |
| 5 | Keputusan Pembelian (Y) | 0,648 | 0,60 | Realibel |

Sumber: Data diolah, 2018

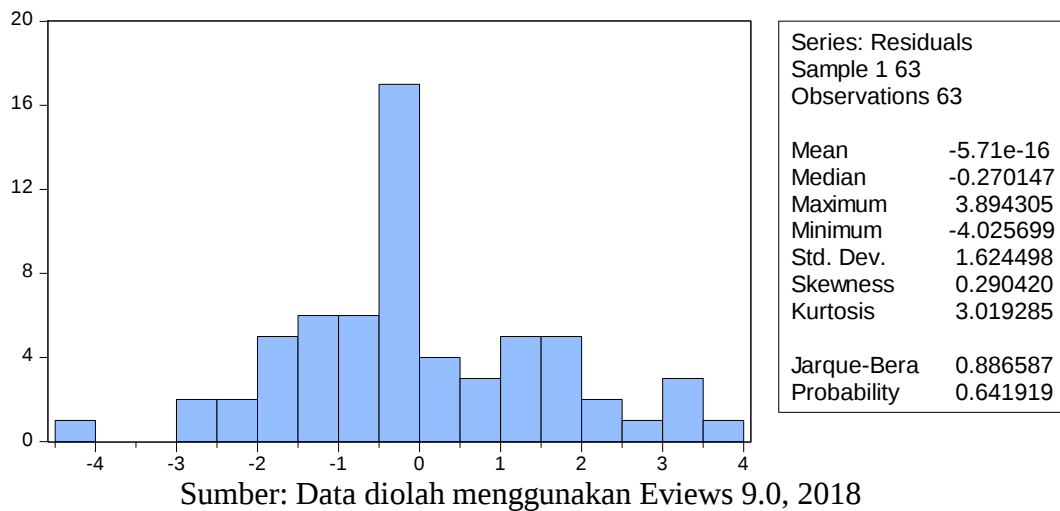
Berdasarkan tabel 4.7 diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Pada Penelitian ini, uji normalitas diukur melalui uji *Histogram Normality Test* pada program *Eviews 9.0 for windows*. Distribusi data dapat dinilai normal jika probabilitas *Jarque-Bera* lebih besar dari tingkat toleransi kesalahan ( $\alpha$ ) 0,05, dengan melihat nilai *probability Histogram Normality Test*. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**



Hasil Uji Normalitas:

- Probabilitas *Jarque-Bera* sebesar 0,641919
- Tingkat toleransi kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05

Dilihat pada gambar 4.3 hasil pengujian *Histogram Normality Test* yang dilakukan menggunakan program *E-Views 9.0*, perbandingan probabilitas *Jarque-Bera* lebih besar dari tingkat toleransi kesalahan ( $\alpha$ ) adalah  $0,641919 > 0,05$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau lulus uji normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pada Penelitian ini, uji multikolinearitas diukur melalui uji VIF (*Variance*

*Inflation Factors*) pada program *Eviews 9.0 for windows* yang dilihat pada nilai *Centered VIF*. Nilai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah dengan nilai  $VIF > 10$ . Dan sebaliknya apabila  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variance Inflation Factors  
Date: 01/07/18 Time: 20:49  
Sample: 1 63  
Included observations: 63

| Variable | Coefficient<br>Variance | Uncentered<br>VIF | Centered<br>VIF |
|----------|-------------------------|-------------------|-----------------|
| C        | 18.99236                | 424.1478          | NA              |
| X1       | 0.008237                | 77.29388          | 1.353886        |
| X2       | 0.005214                | 87.59218          | 1.397980        |
| X3       | 0.014898                | 143.0254          | 1.142373        |
| X4       | 0.008342                | 149.6990          | 1.139809        |

Sumber: Data diolah menggunakan *Eviews 9.0*, 2018  
Dari tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa semua variabel nilai

*Centered VIF (variance Inflation Faktor) < 10*. Maka, dapat disimpulkan bahwa kesemua variabel tidak terjadi multikolinearitas (non-multikolinearitas).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. Penelitian ini, uji heteroskedastisitas diukur dengan metode uji *Heteroskedasticity Test: Glejser* pada program *Eviews 9.0 for windows* yang dilihat pada nilai Probabilitas Chi-Square. Berikut tabel yang disajikan di bawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedasticity Test: Glejser

|                     |          |                     |        |
|---------------------|----------|---------------------|--------|
| F-statistic         | 0.504698 | Prob. F(4,58)       | 0.7324 |
| Obs*R-squared       | 2.119070 | Prob. Chi-Square(4) | 0.7139 |
| Scaled explained SS | 2.124215 | Prob. Chi-Square(4) | 0.7129 |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 9.0, 2018

Hasil Uji Heteroskedastisitas:

- a) Nilai Probabilitas sebesar 0,7139
- b) Tingkat toleransi kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05

Dilihat pada tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari tingkat toleran kesalahan ( $\alpha$ ) adalah  $0,7139 > 0,05$ . Nilai 0,7139 merupakan nilai yang menunjukkan tingkat ketidaksamaan varian antara pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lainnya dalam penelitian ini. Dikarenakan nilai probabilitas (0,7139) lebih besar dari tingkat toleran kesalahan ( $\alpha$ ) 0,05 maka, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi persamaan residual varian pada setiap pengamtannya atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

#### 4. Uji Linieritas

Linieritas adalah untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau secara signifikan. Penelitian ini, uji linieritas diukur menggunakan *Ramsey Reset Test* pada *program Eviews 9.0 for windows* yang diliha t pada nilai Probabilitas F-statistic. Variabel

dikatakan mempunyai hubungan yang *linear* apabila nilai Prob. F hitung lebih besar dari tingkat ( $\alpha$ ) 0,05 (5%).<sup>32</sup> Variabel yang baik jika faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi mempunyai hubungan yang linier dengan variabel keputusan pembelian. Maka hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Linieritas**

Ramsey RESET Test

Equation: UNTITLED

Specification: Y C X1 X2 X3 X4

Omitted Variables: Squares of fitted values

|                  | Value    | Df      | Probability |
|------------------|----------|---------|-------------|
| t-statistic      | 1.152965 | 86      | 0.2521      |
| F-statistic      | 1.329329 | (1, 86) | 0.2521      |
| Likelihood ratio | 1.411195 | 1       | 0.2349      |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 9.0, 2018  
Hasil Uji Linieritas:

- Nilai Probabilitas sebesar 0,2521
- Tingkat toleransi kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05

Dilihat dari tabel 4.10 diatas nilai Prob. F hitung sebesar 0,2521 lebih besar dari tingkat ( $\alpha$ ) 0,05. Artinya, kesemua variabel memiliki hubungan yang linier terhadap keputusan pembelian atau telah memenuhi asumsi linieritas.

<sup>32</sup> Mansuri, *Modul Praktikum Eviews (Analisis Regresi Linier Berganda Menggunakan Eviews)*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur, 2016) h. 40.

### E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh antara Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor Sosial ( $X_2$ ), Faktor Pribadi ( $X_3$ ), dan Faktor Psikologi ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada anggota dalam melakukan pinjaman di koperasi Kredit Sentosa. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.11**

#### Hasil Analisis Linier Berganda

Dependent Variable: Y  
Method: Least Squares  
Date: 01/07/18 Time: 21:26  
Sample: 1 63  
Included observations: 63

| Variable         | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| C                | 7.298811    | 4.358022   | 1.674799    | 0.0994 |
| Faktor Budaya    | 0.190535    | 0.090760   | 2.099316    | 0.0402 |
| Faktor Sosial    | 0.392224    | 0.072210   | 5.431681    | 0.0000 |
| Faktor Pribadi   | 0.246060    | 0.122056   | 2.015957    | 0.0484 |
| Faktor Psikologi | 0.245724    | 0.091337   | 2.690307    | 0.0093 |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 9.0, 2018

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yakni diperoleh persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = 7.298

$b_1 = 0.190$

$$b_2 = 0,392$$

$$b_3 = 0,246$$

$$b_4 = 0,245$$

$X_1$  = Faktor Budaya

$X_2$  = Faktor Sosial

$X_3$  = Faktor Pribadi

$X_4$  = Faktor Psikologi

$e$  = Tingkat Error, tingkat kesalahan

Dari rumus tersebut maka mendapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = 7,298 + 0,190X_1 + 0,392X_2 + 0,246X_3 + 0,245X_4$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda diatas Nilai konstanta sebesar 7,298, artinya: keputusan pembelian adalah sebesar 7,298 satuan jika diakumulasikan variabel Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi (sama dengan nol).

Nilai koefisien parameter regresi untuk variabel faktor budaya ( $b_1$ ) sebesar 0,190, artinya: jika variabel faktor budaya bertambah sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain yang mempengaruhinya tetap (ceteris paribus) maka akan berdampak terhadap keputusan pembelian (karena tandanya positif) sebesar 0,190 satuan.

Nilai koefisien parameter regresi untuk variabel faktor sosial ( $b_2$ ) sebesar 0,392, artinya: jika variabel faktor sosial bertambah sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain yang mempengaruhinya tetap (ceteris paribus) maka akan

berdampak terhadap keputusan pembelian (karena tandanya positif) sebesar 0,392 satuan.

Nilai koefisien parameter regresi untuk variabel faktor pribadi ( $b_3$ ) sebesar 0,246, artinya: jika variabel faktor pribadi bertambah sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain yang mempengaruhinya tetap (ceteris paribus) maka akan berdampak terhadap keputusan pembelian (karena tandanya positif) sebesar 0,246 satuan.

Nilai koefisien parameter regresi untuk variabel faktor psikologi ( $b_4$ ) sebesar 0,245, artinya: jika variabel faktor psikologi bertambah sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain yang mempengaruhinya tetap (ceteris paribus) maka akan berdampak terhadap keputusan pembelian (karena tandanya positif) sebesar 0,245 satuan.

Jadi variabel faktor sosial lebih dominan dibandingkan dengan variabel faktor budaya, variabel Pribadi, dan variabel faktor psikologi, karena variabel faktor sosial lebih besar dibandingkan dengan variabel lain.

## **F. Uji Hipotesis**

### **1. Uji F (Simultan dan Kelayakan Model)**

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor Sosial ( $X_2$ ), Faktor Pribadi ( $X_3$ ), dan Faktor Psikologi ( $X_4$ ) secara bersama/simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Uji F (simultan) merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan

pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>33</sup> Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji F (Uji Simultan)**

|                            |                 |                       |          |
|----------------------------|-----------------|-----------------------|----------|
| Dependent Variable: Y      |                 |                       |          |
| Method: Least Squares      |                 |                       |          |
| Date: 01/07/18 Time: 21:26 |                 |                       |          |
| Sample: 1 63               |                 |                       |          |
| Included observations: 63  |                 |                       |          |
| R-squared                  | 0.637428        | Mean dependent var    | 23.69841 |
| Adjusted R-squared         | 0.612423        | S.D. dependent var    | 2.697878 |
| S.E. of regression         | 1.679582        | Akaike info criterion | 3.951005 |
| Sum squared resid          | 163.6177        | Schwarz criterion     | 4.121095 |
| Log likelihood             | -119.4567       | Hannan-Quinn criter.  | 4.017902 |
| <b>F-statistic</b>         | <b>25.49209</b> | Durbin-Watson stat    | 1.527295 |
| Prob(F-statistic)          | 0.000000        |                       |          |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 9.0, 2018

Hasil Uji F:

- a)  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,76
- b)  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 25,492
- c) Nilai signifikansi yang didapat  $0,0000 < 0,05 (\alpha)$

Uji F dikatakan berpengaruh jika nilai  $F_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $F_{\text{tabel}} > 2,76$  sedangkan apabila nilai  $F_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari  $F_{\text{tabel}} < 2,76$  maka uji F dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{\text{hitung}} 25,492 > F_{\text{tabel}} 2,76$ . Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor Sosial ( $X_2$ ), Faktor Pribadi ( $X_3$ ), dan Faktor Psikologi ( $X_4$ ) secara bersama/simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) anggota dalam melakukan pinjaman di koperasi Kredit Sentosa.

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, h. 48

## 2. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor Sosial ( $X_2$ ), Faktor Pribadi ( $X_3$ ), dan Faktor Psikologi ( $X_4$ ) secara individu/parsial berpengaruh terhadap variabel *Keputusan Pembelian* ( $Y$ ). Uji t dalam penelitian ini dilakukan menggunakan program *evIEWS 9.0*. Uji t dilakukan dengan melihat nilai t hitung pada masing-masing variabel independen, kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel.

Nilai t tabel yang didapat berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

$n$  = jumlah observasi

$k$  = jumlah variabel penelitian

$df = n - k$

$df = 63 - 4 = 59$

Nilai signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0,05. Jadi, nilai dari t tabel yaitu sebesar 2,001. Maka, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji T (Parsial)**

Dependent Variable: Y  
Method: Least Squares  
Date: 01/07/18 Time: 21:26  
Sample: 1 63  
Included observations: 63

| Variable         | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| C                | 7.298811    | 4.358022   | 1.674799    | 0.0994 |
| Faktor Budaya    | 0.190535    | 0.090760   | 2.099316    | 0.0402 |
| Faktor Sosial    | 0.392224    | 0.072210   | 5.431681    | 0.0000 |
| Faktor Pribadi   | 0.246060    | 0.122056   | 2.015957    | 0.0484 |
| Faktor Psikologi | 0.245724    | 0.091337   | 2.690307    | 0.0093 |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 9.0, 2018

Uji T dikatakan berpengaruh jika nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari

$T_{tabel} > 2,001$  sedangkan apabila nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel} < 2,001$

maka uji T dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.14 diatas,

maka dapat dijelaskan masing-masing variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ), Faktor

Sosial ( $X_2$ ), Faktor Pribadi ( $X_3$ ), dan Faktor Psikologi ( $X_4$ ) secara

individu/parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) anggota

dalam melakukan pinjaman di koperasi Kredit Sentosa:

- a. Pengaruh variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ) secara individu/parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ) sebesar = 2,099, hal ini berarti  $t_{hitung} 2,099 > t_{tabel} 2,001$ . Nilai Prob. 0,040 < 0,05. Jadi,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Faktor Budaya ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

- b. Pengaruh variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) secara individu/parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) sebesar = 5,431, hal ini berarti  $t_{hitung} 5,431 > t_{tabel} 2,001$ . Nilai Prob.  $0,000 < 0,05$ . Jadi,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Faktor Sosial ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- c. Pengaruh variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ) secara individu/parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ) sebesar = 2,015, hal ini berarti  $t_{hitung} 2,015 > t_{tabel} 2,001$ . Nilai Prob.  $0,048 < 0,05$ . Maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Faktor Pribadi ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- d. Pengaruh variabel Faktor Psikologi ( $X_4$ ) secara individu/parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel Faktor Psikologi ( $X_4$ ) sebesar = 2,690, hal ini berarti  $t_{hitung} 2,690 > t_{tabel} 2,001$ . Nilai Prob.  $0,009 < 0,05$ . Maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara Faktor Psikologi ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

### 3. Uji Koefisien Determinasi / Adjusted R Square ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan *Adjusted R-Square* dapat dilihat pada output *Model Sumarry*. Pada kolom *Adjusted R-Square* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini:

**Tabel 4.14**

#### **Hasil Uji Adjusted R Square**

Dependent Variable: Y  
Method: Least Squares  
Date: 01/07/18 Time: 21:26  
Sample: 1 63  
Included observations: 63

|                           |                 |                       |          |
|---------------------------|-----------------|-----------------------|----------|
| R-squared                 | 0.637428        | Mean dependent var    | 23.69841 |
| <b>Adjusted R-squared</b> | <b>0.612423</b> | S.D. dependent var    | 2.697878 |
| S.E. of regression        | 1.679582        | Akaike info criterion | 3.951005 |
| Sum squared resid         | 163.6177        | Schwarz criterion     | 4.121095 |
| Log likelihood            | -119.4567       | Hannan-Quinn criter.  | 4.017902 |
| F-statistic               | 25.49209        | Durbin-Watson stat    | 1.527295 |
| Prob(F-statistic)         | 0.000000        |                       |          |

Sumber: Data diolah Eviews 9, 2018

Berdasarkan tabel 4.15 hasil output di atas menunjukkan bahwa pada kolom *Adjusted R-Square* diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,612 atau 61,2%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi) terhadap

variabel terikat (keputusan pembelian) adalah sebesar 61,2%, sedangkan sisanya 38,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial pribadi dan psikologi terhadap keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di koperasi Kredit Sentosa. Dari hasil uji regresi berganda yang digunakan sebagai pedoman pembandingan, terlihat bahwa masing-masing variabel bebas yaitu faktor pribadi, faktor budaya, dan faktor psikologi berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di koperasi Kredit Sentosa. Sedangkan faktor sosial tidak berpengaruh.

### 1. Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian anggota dalam melakukan peminjaman di koperasi Kredit Sentosa.

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel faktor budaya adalah 2,099 yang mengartikan bahwa faktor budaya memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pengambilan kredit. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 2,001. Selain itu, nilai signifikannya adalah sebesar 0,040 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05; sehingga pengaruh Faktor budaya terhadap keputusan pembelian adalah signifikan. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,099 > 2,001$ ) dan nilai signifikan  $0,040 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif signifikan antara faktor budaya terhadap keputusan pembelian. Jika dilihat dari regresi berganda faktor budaya memiliki nilai pengaruh sebesar, 0,190 atau 19%

yang menyatakan faktor budaya mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 19%.

Arah koefisien bertanda positif hal ini berarti peningkatan keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan diterima”.

## **2. Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian anggota dalam melakukan peminjaman di koperasi Kredit Sentosa**

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel faktor sosial adalah 5,431% yang mengartikan bahwa faktor sosial memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pengambilan kredit. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 2,001. Selain itu, nilai signifikannya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05; sehingga pengaruh Faktor sosial terhadap keputusan pembelian adalah signifikan. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,431 > 2,001$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif signifikan antara faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Jika dilihat dari regresi berganda faktor sosial memiliki nilai pengaruh sebesar, 0,392 atau 39% yang menyatakan faktor sosial mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 39%.

Arah koefisien bertanda positif hal ini berarti peningkatan keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan diterima”.

### **3. Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian anggota dalam melakukan peminjaman di koperasi Kredit Sentosa**

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel faktor pribadi adalah 2,015 yang mengartikan bahwa faktor pribadi memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pengambilan kredit. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 2,001. Selain itu, nilai signifikannya adalah sebesar 0,048 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05; sehingga pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian adalah signifikan. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,015 < 2,001$ ) dan nilai signifikan  $0,048 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. Jika dilihat dari regresi berganda faktor pribadi memiliki nilai pengaruh sebesar, 0,246 atau 24% yang menyatakan faktor pribadi mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 24%.

Arah koefisien bertanda positif hal ini berarti kenaikan keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan diterima.

#### 4. Faktor Psikologi terhadap keputusan pembelian anggota dalam melakukan peminjaman di koperasi Kredit Sentosa

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel faktor psikologi adalah 2,690 yang mengartikan bahwa faktor psikologi memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pengambilan kredit. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 2,001. Selain itu, nilai signifikannya adalah sebesar 0,009 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05; sehingga pengaruh Faktor psikologi terhadap keputusan pembelian adalah signifikan. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,690 > 2,001$ ) dan nilai signifikan  $0,009 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif signifikan antara faktor psikologi terhadap keputusan pembelian. Jika dilihat dari regresi berganda faktor psikologi memiliki nilai pengaruh sebesar, 0,245 atau 24,5% yang menyatakan faktor psikologi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 24,5%.

Arah koefisien bertanda positif hal ini berarti peningkatan keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “faktor psikologi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan diterima”

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian hasil skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Dalam Melakukan Pinjaman di Koperasi Kredit Sentosa” berdasarkan rumusan masalahnya maka peneliti mendapatkan hasil yang meliputi:

- 1) Faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pinjaman di Koperasi Kredit Sentosa meliputi faktor budaya ( $X_1$ ), faktor sosial ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologi ( $X_4$ ). suatu pengujian data menggunakan analisis regresi berganda, peneliti melihat adanya suatu pengaruh dari keempat variabel bebas dari faktor budaya ( $X_1$ ), faktor sosial ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologi ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Dari hasil analisis regresi berganda keempat variabel, maka dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Berdasarkan hasil analisis hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai korelasi ( $R$ ) sebesar 0,612 atau 61,2 % yang menunjukkan bahwa variabel dependen dan variabel independen memiliki korelasi yang positif, artinya apabila faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara bersama-sama mengalami peningkatan, maka profitabilitas keputusan

juga akan meningkat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui pengaruh dari keempat variabel independen (Faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dinyatakan dalam nilai  $R^2$  yaitu sebesar 0,612 atau 61,2%, artinya variabel keputusan bisa dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam penelitian faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi secara bersama-sama. Sedangkan 38,8% sisanya dijelaskan oleh keputusan yang lain diluar model penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

### **1. Akademis**

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih banyak (jumlah variabel bebas) serta melakukan penelitian ditempat yang berbeda dari penelitian ini.

### **2. Perusahaan (Koperasi Kredit Sentosa)**

Untuk perkembangan dalam perusahaan Koperasi Kredit Sentosa Palembang sendiri diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan masukan dalam menentukan strategi yang tepat dan kebijakan perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis

## DAFTAR PUSTAKA

- Angel dkk, *manajemen koperasi*, ( Bandung, armico,1995)
- Ali, Mohammad. *Memahami Riset Perilaku Dan Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)
- Kurnia Akbar, *Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung JenisAndroid (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro*, Skripsi, (Diponegoro : Universitas Diponegoro,2013)
- Christina. *Koperasi Pengembangan Ekonomi* (Pekanbary Suska Press 2009).
- Engel, dkk, *manajemen pemasaran*, Jakarta:binarupa aksara.
- Ghozali, Imam. 2005.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Kotler, Philip, Alih Bahasa wahana. *Defenisi perilaku konsumen*, jilid 2 ( PT. Prenhalindo,2009).
- Kotler, *Management Koperasi*. Bandung.2013. Hlm143
- Martono, Nanang. 2014.*Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: MediaKom.

- Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson, *Mengenal Ekonometrika Pemula, Cetakan Kesatu*,  
(Bandung:Armico2012)
- Sugiyono. 2009.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*.Bandung:  
Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*.Bandung: Alfabeta.
- Sudrajat, *mengenal ekonometrika pemula, cetakan kesatu*,( bandung  
:armico,2012)
- Tri, Basuki Agus dan Yuliadi, Imamudin. 2015. *Electronic Data Processing  
(SPSS 15 dan Eviews 7)*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Danisa Media.
- Widarjono. 2013. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan  
Eviews*. Yogyakarta: UPPSTIM YKPN.

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

##### 1. Uji Validitas

###### a. Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ )

| Correlations |                     |          |
|--------------|---------------------|----------|
|              |                     | TOTAL_X1 |
| X1.1         | Pearson Correlation | .706**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X1.2         | Pearson Correlation | .860**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X1.3         | Pearson Correlation | .422**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .001     |
|              | N                   | 63       |
| X1.4         | Pearson Correlation | .877**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X1.5         | Pearson Correlation | .836**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |

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

b. Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ )

| Correlations |                     | TOTAL_X2 |
|--------------|---------------------|----------|
| X2.1         | Pearson Correlation | .708**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X2.2         | Pearson Correlation | .694**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X2.3         | Pearson Correlation | .704**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X2.4         | Pearson Correlation | .790**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X2.5         | Pearson Correlation | .722**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X2.6         | Pearson Correlation | .688**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X2.7         | Pearson Correlation | .439**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |

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

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

c. Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ )

| Correlations |                     | TOTAL_X3           |
|--------------|---------------------|--------------------|
| X3.1         | Pearson Correlation | .533 <sup>**</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000               |
|              | N                   | 63                 |
| X3.2         | Pearson Correlation | .630 <sup>**</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000               |
|              | N                   | 63                 |
| X3.3         | Pearson Correlation | .604 <sup>**</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000               |
|              | N                   | 63                 |
| X3.4         | Pearson Correlation | .654 <sup>**</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000               |
|              | N                   | 63                 |
| X3.5         | Pearson Correlation | .669 <sup>**</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000               |
|              | N                   | 63                 |

<sup>\*\*</sup>. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<sup>\*</sup>. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Variabel Faktor Psikologi (X<sub>4</sub>)

| Correlations |                     | TOTAL_X4 |
|--------------|---------------------|----------|
| X4.1         | Pearson Correlation | .599**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X4.2         | Pearson Correlation | .415**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .001     |
|              | N                   | 63       |
| X4.3         | Pearson Correlation | .619**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X4.4         | Pearson Correlation | .809**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X4.5         | Pearson Correlation | .451**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X4.6         | Pearson Correlation | .576**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |
| X4.7         | Pearson Correlation | .572**   |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000     |
|              | N                   | 63       |

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

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

## e. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| Correlations |                     |         |
|--------------|---------------------|---------|
|              |                     | TOTAL_Y |
| Y1           | Pearson Correlation | .465**  |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000    |
|              | N                   | 63      |
| Y2           | Pearson Correlation | .410**  |
|              | Sig. (2-tailed)     | .001    |
|              | N                   | 63      |
| Y3           | Pearson Correlation | .627**  |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000    |
|              | N                   | 63      |
| Y4           | Pearson Correlation | .801**  |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000    |
|              | N                   | 63      |
| Y5           | Pearson Correlation | .705**  |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000    |
|              | N                   | 63      |
| Y6           | Pearson Correlation | .568**  |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000    |
|              | N                   | 63      |

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

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

## 2. Uji Realibilitas

### a. Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ )

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .791                   | 5          |

### b. Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ )

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .797                   | 7          |

### c. Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ )

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .743                   | 6          |

### d. Variabel Faktor Psikologi ( $X_4$ )

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .676                   | 7          |

## e. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .648             | 6          |

## Lampiran 2

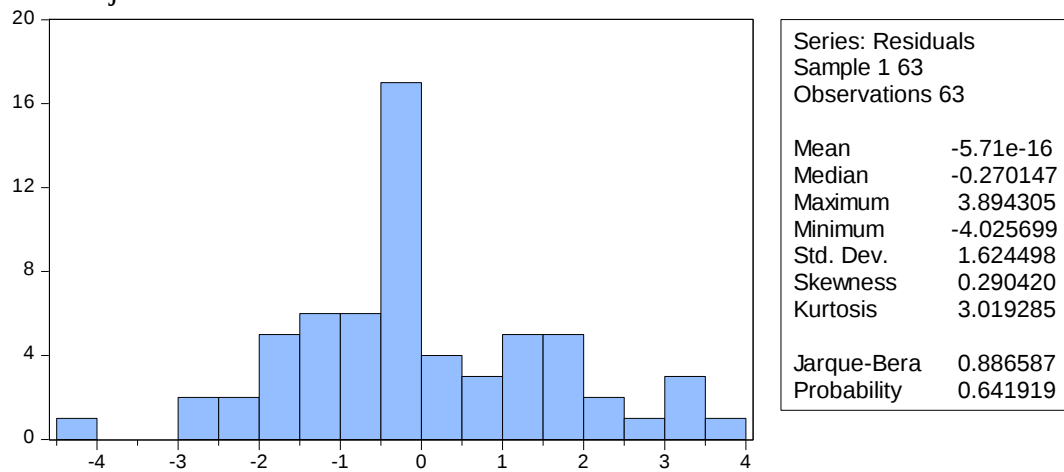
## Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Dependent Variable: Y  
 Method: Least Squares  
 Date: 01/07/18 Time: 21:26  
 Sample: 1 63  
 Included observations: 63

| Variable         | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| C                | 7.298811    | 4.358022   | 1.674799    | 0.0994 |
| Faktor Budaya    | 0.190535    | 0.090760   | 2.099316    | 0.0402 |
| Faktor Sosial    | 0.392224    | 0.072210   | 5.431681    | 0.0000 |
| Faktor Pribadi   | 0.246060    | 0.122056   | 2.015957    | 0.0484 |
| Faktor Psikologi | 0.245724    | 0.091337   | 2.690307    | 0.0093 |

### Lampiran 3

#### Hasil Uji Normalitas



### Lampiran 4

#### Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors  
Date: 01/07/18 Time: 20:49  
Sample: 1 63  
Included observations: 63

| Variable | Coefficient<br>Variance | Uncentered<br>VIF | Centered<br>VIF |
|----------|-------------------------|-------------------|-----------------|
| C        | 18.99236                | 424.1478          | NA              |
| X1       | 0.008237                | 77.29388          | 1.353886        |
| X2       | 0.005214                | 87.59218          | 1.397980        |
| X3       | 0.014898                | 143.0254          | 1.142373        |
| X4       | 0.008342                | 149.6990          | 1.139809        |

## Lampiran 5

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

|                     |          |                     |        |
|---------------------|----------|---------------------|--------|
| F-statistic         | 0.504698 | Prob. F(4,58)       | 0.7324 |
| Obs*R-squared       | 2.119070 | Prob. Chi-Square(4) | 0.7139 |
| Scaled explained SS | 2.124215 | Prob. Chi-Square(4) | 0.7129 |

## Lampiran 6

### Hasil Uji Linieritas

Ramsey RESET Test

Equation: UNTITLED

Specification: Y C X1 X2 X3 X4

Omitted Variables: Squares of fitted values

|                  | Value    | df      | Probability |
|------------------|----------|---------|-------------|
| t-statistic      | 1.152965 | 86      | 0.2521      |
| F-statistic      | 1.329329 | (1, 86) | 0.2521      |
| Likelihood ratio | 1.411195 | 1       | 0.2349      |

## Lampiran 8

### Hasil Uji Hipotesis

#### 1. Hasil Uji F (Simultan) dan Adjusted R-squared

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 01/07/18 Time: 21:26

Sample: 1 63

Included observations: 63

|                    |           |                       |          |
|--------------------|-----------|-----------------------|----------|
| R-squared          | 0.637428  | Mean dependent var    | 23.69841 |
| Adjusted R-squared | 0.612423  | S.D. dependent var    | 2.697878 |
| S.E. of regression | 1.679582  | Akaike info criterion | 3.951005 |
| Sum squared resid  | 163.6177  | Schwarz criterion     | 4.121095 |
| Log likelihood     | -119.4567 | Hannan-Quinn criter.  | 4.017902 |
| F-statistic        | 25.49209  | Durbin-Watson stat    | 1.527295 |
| Prob(F-statistic)  | 0.000000  |                       |          |

## 2. Hasil Uji T (Parsial)

Dependent Variable: Y  
 Method: Least Squares  
 Date: 01/07/18 Time: 21:26  
 Sample: 1 63  
 Included observations: 63

| Variable         | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| C                | 7.298811    | 4.358022   | 1.674799    | 0.0994 |
| Faktor Budaya    | 0.190535    | 0.090760   | 2.099316    | 0.0402 |
| Faktor Sosial    | 0.392224    | 0.072210   | 5.431681    | 0.0000 |
| Faktor Pribadi   | 0.246060    | 0.122056   | 2.015957    | 0.0484 |
| Faktor Psikologi | 0.245724    | 0.091337   | 2.690307    | 0.0093 |



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DAFTAR KONSULTASI

Nama : FADILA  
Nim : 13190088  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam  
Pembimbing II : Erdah Itriani, SE, M. EC, Dev  
Judul skripsi : analisis faktor faktor yang mempengaruhi kepurusan anggota  
untuk melakukan pinjaman di koperasi kredit sentosa

| No. | Hari/Tanggal     | Hal yang dikonsultasikan                                                                                                                                                                      | Paraf              |
|-----|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 1   | 6 Juni : 2017    | - manfaat dan tujuan<br>- Penulisan dan halaman<br>- bahasa ilmiah<br>- Jurnal penelitian<br>- memperbaiki populasi dan sample                                                                | <i>[Signature]</i> |
| 2.  | 9 Agustus : 2017 | - Halaman                                                                                                                                                                                     | <i>[Signature]</i> |
| 3.  | 11 Sep 2017      | - Resume Jurnal<br>teori keputusan pembelian ada apa saja?                                                                                                                                    | <i>[Signature]</i> |
| 4.  | 27 Sep 2017      | - 1. Progres tidak benar dari 10 baris<br>- halaman<br>- Paraf Paraf<br>- Lihat buku panduan cara penulisan<br>- Penulisan daftar pustaka<br>- teori keputusan pembelian<br>- monev pemasaran | <i>[Signature]</i> |
| 5   | 13 Okt 2017      | - Teori Keputusan pembelian<br>- Penulisan terakhir                                                                                                                                           | <i>[Signature]</i> |



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DAFTAR KONSULTASI

Nama : FADILA  
Nim : 13190088  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam  
Pembimbing II : Erdah Iitriani, SE, M.EC, Dev  
Judul skripsi : analisis faktor yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan pinjaman di kud jaya makmur.

| No. | Hari/Tanggal     | Hal yang dikonsultasikan                                              | Paraf              |
|-----|------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 6.  | 27 oktober 2017  | - dari teori cari faktor nya yang mempengaruhi keputusan              | <i>[Signature]</i> |
| 7.  | 03-Nov-2017      | - hipotesis                                                           | <i>[Signature]</i> |
| 8.  | 09-Nov-2017      | - & perbaikan kerangka teori                                          | <i>[Signature]</i> |
| 9.  | 16-Nov-2017      | * definisi operasional                                                | <i>[Signature]</i> |
| 10. | 03 Des 2017      | * Perbaikan Teknik Analisis data                                      | <i>[Signature]</i> |
| 11. | 14 des 2017      | * definisi operasional                                                | <i>[Signature]</i> |
| 12. | 14 des 2017      | * perbaikan populasi                                                  | <i>[Signature]</i> |
| 13. | 25 Januari 2018  | * metode analisis data                                                | <i>[Signature]</i> |
| 14. | 08 Februari 2018 | Ace bab I-II-III<br>Langgutan buat funktioner                         | <i>[Signature]</i> |
| 15. | 22 Februari 2018 | Ace ke pembimbing I<br>Revisi bab IV                                  | <i>[Signature]</i> |
| 16. | 7 Maret 2018     | Revisi bab IV<br>Revisi bab IV<br>Ace bab I-V<br>Sup divisi Manajemen | <i>[Signature]</i> |



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DAFTAR KONSULTASI

Nama : FADILA  
Nim : 13190088  
Fakultas : EkonomidanBisnis Islam/Ekonomi Islam  
Pembimbing I : Maya panorama,S E M Si,Ph,D  
Judul skripsi : analisis faktor faktor yang mempengaruhi kepurusan anggota  
untuk melakukan pinjaman di koperasi kredit sentosa

| No. | Hari/Tanggal       | Hal yang dikonsultasikan                                   | Paraf |
|-----|--------------------|------------------------------------------------------------|-------|
| 1.  |                    | Judul                                                      |       |
| 2.  |                    | Bab 1 - Pembahasan                                         |       |
| 3.  |                    | Bab 2 → teori                                              |       |
| 4.  | 18 Desember : 2017 | Bab 1 → Aze<br>Bab 2 → Aze                                 |       |
| 5.  | 23/1 - 2018        | Bab 3 → Pembahasan<br>Bab 1-3 Aze silsilah<br>lanjut bab 4 |       |
| 6.  | 7/3 - 2018         | Bab 4 Pembahasan                                           |       |
| 7.  | 10/3 - 2018        | Bab 1-5 Aze silsilah<br>daftar ulang                       |       |



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Nip: 19750928200602001

**Formulir D.2**

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Kepada Yth.  
Ibu Wakil Dekan I  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Fadila  
Nim/Jurusan : 13190104/ Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : analisis faktor faktor yang yang mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pinjaman dikoperasi kredit sentosa.

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, april 2018

Penguji Utama

Mufti Fiandi.M.Ag  
NIP.197605252007101005

Penguji Kedua

Zaul Fitriani Umari, M.H.I  
NIP. 198909182018012001

Mengetahui  
Wakil Dekan I

  
Dr. Maftukhatusolikhah M. Ag  
NIP.197509282006042001



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Formulir C

Hal : *Persetujuan Skripsi Untuk Dinji*

Kepada Yth.  
Ketua Program Studi Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Kami menyampaikan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama : Fadila  
NIM/Program Studi : 13190088/ Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan  
Anggota Dalam Melakukan Pinjaman Di Koperasi Kredit  
Sentosa.

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti ujian  
komprehensif dan munaqasyah skripsi.

Demikianlah pemberitahuan dari kami, bersama ini kami lampirkan skripsi  
mahasiswa yang bersangkutan.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Pembimbing I,

M. A. T. Andarmana, M.Si, Ph.D

NIP. 19751102006042002

Palembang, maret 2017

Pembimbing II

Erdah Itriandi, SE, M.EC, Dev

NIK. 1605061721

#### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fadila  
Nim : 13190088  
Tempat /tanggal lahir : desa suangai baung 05 february 1995  
Agama : islam  
Jenis kelamin : perempuan  
Nama orang tua:  
Ayah : imron  
Ibunda : saudah  
Anak ke : 4 (empat ) dari 4 saudara  
Alamat. : jl. Stm Utama Bakti  
Lorong : melati  
Rt.27 rw. 06  
Kelurahan : suka jaya  
Kecamatan : sukarami  
Kota :Palembang  
Tinggi/berat badan :168 cm /55  
Riwayat Pendidikan

- SD NEGERI 1 SUNGAI BAUNG ( 2006-2007)
- MTS AL-manshuryah sungai baung (2009-2010)
- SMK Muhamdiyah singut 1 ( 2012-2013 )