

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMINJAM PADA UED-SP DI DESA RANTAU SIALANG KECAMATAN KUANTAN MUDIK KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Riau*



OLEH

MAYA ASRI
NPM : 135210019

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020**

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMINJAM PADA UED-SP DI DESA RANTAU SIALANG KECAMATAN KUANTAN MUDI K KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

Oleh

Maya Asri

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Adapun pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel penelitian yaitu konsumen yang meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan jumlah 64 responden. Dari hasil rekapitulasi jawaban responden menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi. Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang. Sedangkan faktor pribadi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Kemudian secara simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Variabel yang paling dominan memberikan sumbangan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang yaitu faktor psikologis.

Kata Kunci : Keputusan Konsumen, Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Faktor Pribadi.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Skripsi ini berjudul : **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Meminjam Pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi”**.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu perkenankan pula penulis dengan kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
2. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Ibu Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak berbagi ilmunya, meluangkan waktu dan pikiran serta motivasi dalam memberikan bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Ibu Yul Efnita, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak berbagi ilmunya, nasehat, serta dukungan moril sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Bapak dan Ibu Dosen, dan Staf Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah mendidik dan membantu penulis dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan perkuliahan ini.
6. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH, MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan izin penelitian kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ketua UED-SP Harapan Sentosa di Desa Rantau Sialang yang telah banyak membantu dalam pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian ini.
8. Terimakasih penulis ucapkan untuk para sahabat dan buat teman-teman angkatan 2013 Prodi Manajemen S1 Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis selama perkuliahan serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari pada sempurna, sehingga segala bentuk saran-saran, kritik dan masukannya yang membangun masih sangat diharapkan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini kiranya dapat menambah wawasan, pengetahuan dan bahan wacana serta tentunya memberikaan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kita semua.

Pekanbaru, Maret 2020

Penulis,

Maya Asri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI
.....	iv
DAFTAR TABEL
.....	vii
DAFTAR GAMBAR
.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN
.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS
.....	10
2.1 Pengambilan Keputusan Konsumen
.....	10

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

2.1.1 Pengertian Pengambilan Keputusan.....	10
2.1.2 Dasar-Dasar Dalam Pengambilan Keputusan	11
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Pengambilan Keputusan.....	12
2.1.4 Indikator Pengambilan Keputusan	16
2.2 Perilaku Konsumen.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Kerangka Pemikiran	21
2.5 Hipotesis	22
BAB III : METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Lokasi / Objek Penelitian.....	23
3.2 Operasional Variabel Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	27

3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	28
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat UED-SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang	32
4.2 Visi dan Misi UED-SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang.....	33
4.3 Struktur Organisasi UED-SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang	34
4.4 Tugas dan Wewenang Jabatan.....	35
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
5.1 Identitas Responden.....	38
5.1.1 Jenis Kelamin	38
5.1.2 Tingkat Umur	39
5.1.3 Pekerjaan	40

5.1.4 Tingkat Pendidikan	41
5.2 Uji Instrument Penelitian	42
5.2.1 Uji Validitas	42
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	44
5.3 Analisis Deskriptif Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	46
5.3.1 Analisis Faktor Budaya (X_1)	46
5.3.2 Analisis Faktor Sosial (X_2).....	51
5.3.3 Analisis Faktor Psikologi (X_3)	55
5.3.4 Analisis Faktor Pribadi (X_4).....	61
5.3.5 Analisis Keputusan Konsumen (Y).....	67
5.4 Uji Normalitas Data	75
5.5 Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen	76
5.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	76

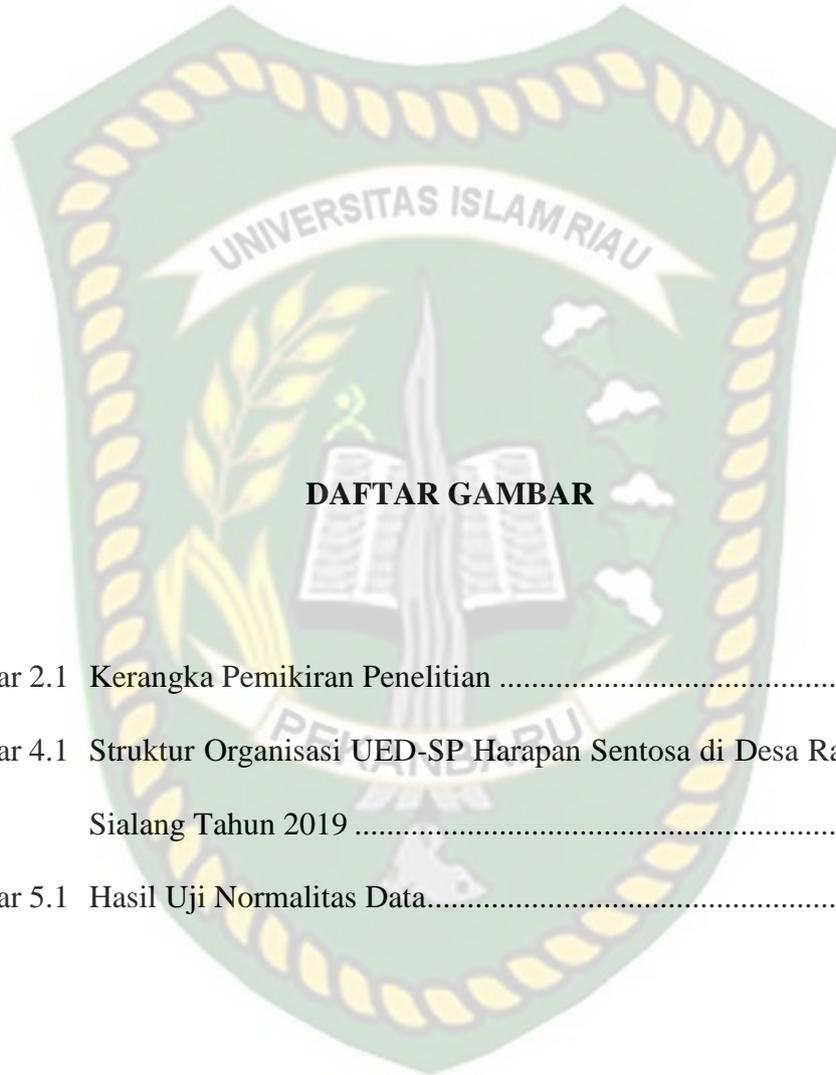
5.5.2 Uji Hipotesis.....	79
5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	82
5.6 Pembahasan	
.....	83
BAB VI : PENUTUP.....	
.....	85
6.1 Kesimpulan	
.....	85
6.2 Saran	
.....	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Masyarakat Yang Meminjam Dana UED SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang.....	4
Tabel 1.2 Data Jumlah Penduduk Per Rumah Tangga Menurut Desa/Kelurahan Di Kecamatan Kuantan Mudik Tahun 2017	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	24
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuesioner	28
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur	39

Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	40
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
Tabel 5.5	Hasil Uji Validitas	44
Tabel 5.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 5.7	Tanggapan Responden Tentang Saya memiliki kepercayaan dalam meminjam uang pada UED-SP di Desa Rantau Sialang...	46
Tabel 5.8	Tanggapan Responden Tentang Saya menilai produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dapat membantu kebutuhan saya.....	47
Tabel 5.9	Tanggapan Responden Tentang Saya telah biasa mendengar tentang produk simpan pinjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang	48
Tabel 5.10	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Faktor Budaya	49
Tabel 5.11	Tanggapan Responden Tentang Saya memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari teman/kerabat.....	51
Tabel 5.12	Tanggapan Responden Tentang Saya memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari keluarga	52
Tabel 5.13	Tanggapan Responden Tentang Saya memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan saran dari orang tua	53

Tabel 5.14	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Faktor Sosial.....	54
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Tentang Saya termotivasi untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dan kebutuhan.....	56
Tabel 5.16	Tanggapan Responden Tentang Saya memiliki persepsi adanya kemudahan dalam melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang	57
Tabel 5.17	Tanggapan Responden Tentang Saya memilih melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan belajar dari pengalaman sebelumnya.....	58
Tabel 5.18	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Psikologis .	59
Tabel 5.19	Tanggapan Responden Tentang Saya melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan faktor usia..	61
Tabel 5.20	Tanggapan Responden Tentang Saya melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena kebutuhan untuk mengembangkan usaha	62
Tabel 5.21	Tanggapan Responden Tentang Saya melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.....	63
Tabel 5.22	Tanggapan Responden Tentang Saya melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk kebutuhan gaya hidup	64

Tabel 5.23	Tanggapan Responden Tentang Saya melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dari dalam diri	65
Tabel 5.24	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Pribadi	66
Tabel 5.25	Tanggapan Responden Tentang Saat ini saya merasa mengalami masalah keuangan dan membutuhkan pinjaman modal	68
Tabel 5.26	Tanggapan Responden Tentang Saya mencari informasi mengenai UED-SP di Desa Rantau Sialang agar mengetahui produk pinjamannya	69
Tabel 5.27	Tanggapan Responden Tentang Sebelum melakukan keputusan untuk meminjam, terlebih dahulu saya membandingkan produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan produk pinjaman lain	70
Tabel 5.28	Tanggapan Responden Tentang Saya memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya	71
Tabel 5.29	Tanggapan Responden Tentang Saya merasa puas menjadi konsumen/nasabah pada UED-SP Rantau Sialang karena dapat membantu saya dalam hal keuangan	72
Tabel 5.30	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Keputusan Konsumen	73
Tabel 5.31	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77

Tabel 5.32	Hasil Uji-f (Simultan)	81
Tabel 5.33	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82



DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	21
Gambar 4.1	Struktur Organisasi UED-SP Harapan Sentosa di Desa Rantau Sialang Tahun 2019	34
Gambar 5.1	Hasil Uji Normalitas Data.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

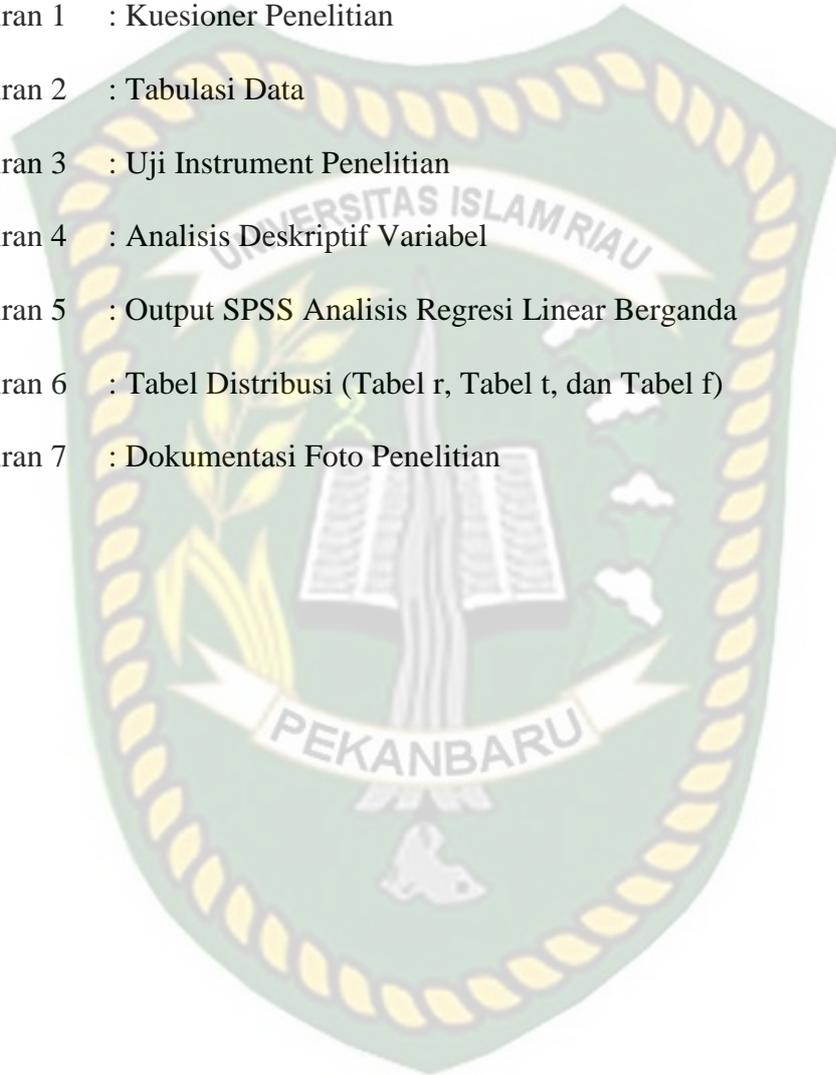
Lampiran 3 : Uji Instrument Penelitian

Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Variabel

Lampiran 5 : Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 6 : Tabel Distribusi (Tabel r, Tabel t, dan Tabel f)

Lampiran 7 : Dokumentasi Foto Penelitian



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi kerakyatan sebagai suatu sistem ekonomi yang memberikan pemihakan kepada pelaku ekonomi lemah sepantasnya mendapatkan prioritas utama dalam penanganannya. Hal ini dikarenakan ekonomi kerakyatan berhubungan langsung dengan nadi kehidupan rakyat kecil yang secara objektif perlu lebih diberdayakan agar mampu meningkatkan kesejahteraan.

Dalam rangka pemberdayaan masyarakat khususnya terhadap para pelaku ekonomi mikro dan kecil dipedesaan, agar usaha yang dikelola menjadi lebih efisien dan memiliki daya saing maka diperlukan adanya fasilitas perkreditan yang dekat dengan masyarakat serta dengan persyaratan yang tidak memberatkan masyarakat kecil pedesaan.

Program Usaha Ekonomi Desa yang dikembangkan adalah Usaha Ekonomi Desa-Simpan Pinjam (UED- SP) yang merupakan program kegiatan yang sejalan dengan kebijakan penanggulangan kemiskinan di daerah, dengan sasaran utamanya adalah masyarakat miskin. Program pengembangan UED-SP bertujuan untuk membentuk lembaga keuangan mikro yang dikelola oleh masyarakat desa. Kehadiran UED-SP di pedesaan diharapkan dapat membantu masyarakat kecil dalam upaya untuk mendapatkan modal usaha dengan persyaratan mudah, murah, dan cepat sehingga hasilnya secara nyata dapat memberikan peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi keluarganya.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan UED-SP adalah untuk menciptakan iklim permodalan yang kondusif di pedesaan khususnya bagi pelaku usaha mikro/kecil serta mengarahkan masyarakat ekonomi rendah untuk mengakses modal sesuai dengan kebutuhan. Usaha Ekonomi Daerah Simpan Pinjam (UED-SP) menjadi salah satu faktor yang memegang peranan penting karena berfungsi sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana. Pemberian pinjaman modal untuk masyarakat berdampak positif dalam membantu kesulitan untuk mengembangkan usaha yang dijalankan.

Usaha Ekonomi Desa-Simpan Pinjam (UED-SP) Harapan Sentosa adalah usaha ekonomi yang ada di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi. Agar usaha ekonomi desa ini berjalan dengan baik dan selalu mengalami pertumbuhan, maka haruslah mengelolanya dengan manajemen yang baik pula. Saat ini banyak persaingan dalam bidang usaha keuangan, banyak lembaga maupun badan usaha yang menawarkan kepada masyarakat yang membutuhkan modal. Sebagai contoh yang sudah umum seperti bank, koperasi simpan pinjam, dan termasuk Usaha Ekonomi Desa ini.

Dengan persaingan yang semakin banyak saat ini, maka agar UED-SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang bisa unggul bersaing dalam mencari pelanggan atau konsumen demi berjalannya kegiatan usaha haruslah jeli dalam menarik pelanggan. Salah satu cara untuk pemecahan masalah ini adalah dengan mengkaji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam dana.

Dalam kegiatan mengambil kredit konsumen banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Kedua faktor tersebut sama-sama mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pinjaman berupa kredit. Yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil suatu keputusan untuk mengambil kredit atau meminjam dana yaitu terdiri dari faktor pribadi, psikologis, sosial dan kebudayaan.

Menurut Kotler (2009), menjelaskan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam dana yaitu sebagai berikut: Faktor kebudayaan, ini sifatnya sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan adalah susunan nilai dasar, persepsi dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi lainnya yang merupakan sumber paling dasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang.

Faktor sosial adalah faktor lingkungan sekitar konsumen yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga. Rekan kerja, teman dan tetangga dapat dikategorikan menjadi kelompok rujukan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Faktor psikologis merupakan suatu keadaan dalam diri seseorang yang merupakan bagian dari pribadinya. Faktor psikologis juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, sikap dan kepercayaan.

Faktor pribadi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, meliputi usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya

hidup, dan pendapatan. Orang akan mengambil atau tidak suatu kredit akan disesuaikan dengan keadaan yang terus berubah. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil kredit. Ciri-ciri kepribadiannya yaitu usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

Adapun jumlah konsumen yang meminjam dana pada UED-SP (Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam) Harapan Sentosa di Desa Rantau Sialang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Masyarakat Yang Meminjam Dana UED SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang

No	Tahun	Jumlah Konsumen Meminjam
1	2013	168 orang
2	2014	168 orang
3	2015	175 orang
4	2016	170 orang
5	2017	180 orang

Sumber : UED-SP Harapan Sentosa, 2018.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang meminjam dana pada UED-SP Harapan Sentosa tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, dan hanya ditahun 2015 yang mengalami penurunan. Menurunnya jumlah masyarakat yang meminjam dana pada UED-SP Harapan Sentosa dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya faktor internal dan eksternal, yaitu dari dalam diri konsumen maupun dari luar diri konsumen.

Didalam UED-SP (Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam) Harapan Sentosa di Desa Rantau Sialang ada beberapa ketentuan pinjaman yang diterapkan bagi konsumen yang akan meminjam dana tersebut, yaitu :

1. Maksimal Rp 15.000.000,- dan disesuaikan dengan ketentuan dan kemampuan UED SP (Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam) Harapan Sentosa itu sendiri.
2. Pola angsuran pinjaman maksimal 24 bulan.
3. Dalam perkembangnya ketentuan ini disesuaikan berdasarkan hasil musyawarah.

Adapun gambaran tentang penduduk Desa/Kelurahan di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Data Jumlah Penduduk Per Rumah Tangga Menurut Desa/Kelurahan Di
Kecamatan Kuantan Mudik Tahun 2017

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk	Jumlah Rumah Tangga
1	Pantai	2.753	739
2	Air Buluh	720	157
3	Lubuk Ramo	1.509	380
4	Koto Cengar	922	224
5	Seberang Cengar	1.420	355
6	Sangau	1.200	260

7	Banjar Padang	1.077	242
8	Lubuk Jambi	617	146
9	Koto Lubuk Jambi	768	195
10	Kasang	1.496	356
11	Aur Duri	315	72
12	Bukit Kauman	910	214
13	Sungai Manau	686	171
14	Saik	903	209
15	Pebaun Hulu	700	168
16	Pebaun Hilir	907	219
17	Kinali	722	180
18	Pulai Binjai	925	204
19	Seberang Pantai	1.099	264
20	Luai	381	89
21	Rantau Sialang	804	186
22	Banjar Guntung	1.048	246
23	Bukit Pedusunan	1.270	297
24	Muaro Tombang	493	114
Jumlah		23.640 Jiwa	5.687 KK

Sumber : BPS Kabupaten Kuantan Singingi, 2018.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah keseluruhan kepala keluarga yang terdapat di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi adalah sebanyak 5.687 KK dan jumlah penduduk sebesar 23.640 Jiwa. Namun calon konsumen atau dalam hal ini Kepala Keluarga yang meminjam dana kepada UED SP (Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam) Harapan Sentosa hanya 180 KK, sedangkan sisanya yaitu sebanyak 5.507 KK, ini merupakan kesempatan untuk mencari pasar konsumen yang lebih luas lagi bagi UED-SP Harapan Sentosa di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul *“Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Meminjam Pada*

UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi''.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan pokok permasalahan yaitu:

1. Faktor - faktor apakah yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.
2. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ingin dijawab, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

- a. Untuk menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.
- b. Untuk mengetahui apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penulisan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis, untuk mengaplikasi ilmu pengetahuan yang selama ini didapat semasa pendidikan dan dituangkan dalam penulisan ilmiah.
- b. Bagi Perusahaan/Instansi, dengan adanya penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan informasi kepada pihak instansi mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.
- c. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi yang bermanfaat yakni sebagai sumbangan pikiran dan referensi dalam melakukan penelitian yang sama pada tempat yang berbeda dengan penelitian ini untuk masa yang akan datang.

1.4 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang relevan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang metode penelitian olah data dan sumber data yang diperoleh dari instansi yang akan diteliti.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, tugas serta aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian sekaligus pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab terakhir berisi dua sub bahasan yaitu kesimpulan dari penelitian dan saran.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Pengambilan Keputusan Konsumen

2.1.1 Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan pengambilan keputusan (*Decision Making*) didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil (Dagun, 2006: Kamus besar bahasa Indonesia).

Desmita (2008:198), menyatakan pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan itu disebut keputusan. Pengambilan keputusan dalam Psikologi Kognitif difokuskan kepada bagaimana seseorang mengambil keputusan. Dalam kajiannya, berbeda dengan pemecahan masalah yang mana ditandai dengan situasi dimana sebuah tujuan ditetapkan dengan jelas dan dimana pencapaian sebuah sasaran diuraikan menjadi sub tujuan, yang pada saatnya membantu menjelaskan tindakan yang harus dan kapan diambil. Pengambilan keputusan juga berbeda dengan penalaran, yang mana ditandai dengan sebuah proses oleh perpindahan seseorang dari apa yang telah mereka ketahui terhadap pengetahuan lebih lanjut.

Suharnan (2005:194), menyatakan pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi-situasi yang meminta seseorang harus membuat prediksi kedepan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi prakiraan yang akan terjadi.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengambilan Keputusan (*Decision Making*) merupakan suatu proses pemikiran dari pemilihan alternatif yang akan dihasilkan mengenai prediksi kedepan.

2.1.2 Dasar-Dasar Dalam Pengambilan Keputusan

George R. Terry (2000:16), menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain:

1. Intuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor kejiwaan lain.

2. Pengalaman

Dalam hal tersebut, pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang

masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

3. Fakta

Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.

4. Wewenang

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadang kala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

5. Rasional

Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah - masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif.

2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler (2009:98), faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan antara lain:

1. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur lainnya (Lamb, 2001:202).

Menurut Purimahua (2005:545), faktor budaya adalah kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka tentang apa yang mereka rasakan. Budaya adalah sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol.

Setiap budaya terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil yang menyediakan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi anggota-anggotanya. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, ras dan daerah geografis (Anoraga, 2000:227).

Selanjutnya variabel budaya dapat diukur melalui indikatornya (Sumarwan, 2004:171):

- a. Kepercayaan terhadap produk
- b. Pandangan baik dan buruk terhadap produk
- c. Kebiasaan mendengar tentang produk

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan didalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus - menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal (Lamb, 2001:210).

Menurut Purimahua (2005:546), faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan

suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Yang dimaksud dengan kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Para anggota keluarga juga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Setiap peran akan mempengaruhi perilaku seseorang (Anoraga, 2000:227).

Variabel kelas sosial diukur melalui indikator (Anoraga, 2000:227):

- a. Keberadaan teman untuk memilih produk
- b. Keberadaan anggota keluarga untuk memilih produk
- c. Keberadaan orang tua atau orang yang dituakan untuk memilih produk.

3. Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dan mengambil tindakan (Lamb, 2001:224).

Menurut Purimahua (2005:546), faktor psikologis adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain.

Faktor psikologis dapat diukur melalui indikator (Anoraga, 2000:227):

- a. Motivasi untuk memilih produk
- b. Persepsi untuk memilih produk
- c. Pembelajaran dari pengalaman, sehingga memilih produk.

4. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan suatu cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi (Lamb, 2001:221).

Menurut Purimahua (2005:546), faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian di ekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan seseorang untuk membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang unik dari masing-masing individu, seperti jenis kelamin, usia dan tahapan dalam siklus hidup, kepribadian, konsep diri dan gaya hidup.

Karakteristik individu umumnya stabil selama dalam satu siklus hidup seseorang. Misalnya, kebanyakan orang tidak suka merubah jenis kelamin dan tindakannya merubah kepribadian atau gaya hidup yang membutuhkan orientasi kembali selama satu periode kehidupan. Pada kasus usia dan tahapan siklus hidup, perubahan-perubahan ini terjadi secara berangsur-angsur sepanjang waktu (Lamb, 2001:221).

Faktor pribadi dapat diukur melalui indikator (Anoraga, 2000:227):

- a. Usia dan Tahap Siklus Hidup
- b. Pekerjaan

- c. Situasi Ekonomi
- d. Gaya Hidup
- e. Kepribadian dan Konsep Diri.

2.1.4 Indikator Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2012:184), dimensi dari keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah

Merupakan tahap pertama pada proses keputusan pembelian dimana konsumen mengenali masalah atau kebutuhan.

2. Pencarian informasi

Pada tahap ini konsumen digerakkan untuk mencari lebih banyak informasi, konsumen bisa lebih mudah melakukan pencarian informasi aktif, ketika lebih banyak informasi diperoleh maka kesadaran dan pengetahuan konsumen tentang barang atau jasa akan semakin meningkat.

3. Evaluasi alternatif

Konsumen menggunakan informasi sifat - sifat produk untuk mengevaluasi merek-merek alternatif sebagai himpunan dari sifat-sifat atau ciri-ciri tertentu.

4. Keputusan pembelian

Pada tahap ini konsumen secara aktual membeli suatu produk.

5. Perilaku pasca pembelian

Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu.

2.2 Perilaku Konsumen

Konsumen sebagai seorang manusia mempunyai kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhinya, dan sering kali dalam memenuhi kebutuhan ini mereka harus melakukan pembelian. Secara umum bahwa kebutuhan adalah hal-hal dasar yang harus dipenuhi manusia, sedangkan keinginan adalah kebutuhan manusia yang telah terbentuk sesuai dengan persepsinya.

Loden dan Bitta (dalam Bilson, 2003:2) lebih menekankan perilaku konsumen sebagai pengambilan keputusan. Menurut mereka perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Sementara itu Kotler dan Amstrong (dalam Bilson, 2003:2) mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal.

Tujuan suatu perusahaan adalah memenuhi, melayani dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumennya secara efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaingnya. Akan tetapi, mengenal konsumen tidaklah mudah karena tingkah laku atau perilaku tiap konsumen sangat beragam dari segi usia, pendapatan, tingkat pendidikan, gaya hidup, dan selera. Mempelajari dan memahami perilaku konsumen akan memberikan petunjuk bagi para pemasar dalam mengembangkan produk baru, keistimewaan produk, harga, saluran pemasaran, dan elemen bauran pemasaran lainnya. Perilaku konsumen

menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang dan jasa.

Banyak pengertian perilaku konsumen oleh para ahli, salah satunya adalah yang didefinisikan oleh Umar (2003:49), yaitu “Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan tersebut”.

Definisi perilaku konsumen menurut Kotler (2009:182) adalah “Tingkah laku konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi”. Sedangkan menurut Setiadi (2003:2), definisi perilaku konsumen adalah “Proses pengambilan keputusan dan aktivitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi, mendapatkan, penggunaan, atau mengatur barang-barang dan jasa”.

Perilaku konsumen (*consumer behaviour*) juga didefinisikan oleh Swastha dan Handoko (2000:39), “Kegiatan-kegiatan individu-individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut”.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2004:8), pengertian perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam pencarian akan pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan penggantian produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya.

Definisi perilaku konsumen diatas menekankan bahwa ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan serta mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan nyata individu (konsumen) yang dipengaruhi faktor-faktor kejiwaan (psikologis) dan faktor-faktor luar lainnya (eksternal) dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen sangat erat hubungannya dengan keputusan pembelian. Baik keputusan pembelian yang dilakukan oleh orang perorangan, kelompok dan organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka baik kebutuhan terhadap barang maupun kebutuhan jasa.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapaun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan dengan penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Analisis	Hasil
1	Gusti Ayu Putu Suarni (2014)	Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah	Metode Analisis deskriptif, Pengumpulan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi nasabah

		dalam pengambilan kredit pada LPD (Lembaga Perkreditan Desa) Desa Pakraman Manggissari.	data melalui kuesioner, Regresi linear.	dalam mengambil kredit pada Lembaga perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Manggissari, yaitu 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 yang paling dominan yang memiliki variance explained tertinggi yaitu sebesar 53,646%.
2	Yakut Dekrita Sari (2013)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk industri garment.	Metode analisis deskriptif, Regresi linear.	Hasil dari penelitian ini adalah faktor produk, harga, saluran distribusi dan promosi, budaya, sosial, pribadi, psikologis merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3	St. Sudomo (2012)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.	Metode analisis deskriptif, Regresi linear.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan maupun secara parsial faktor intern, faktor ekstern dan faktor purna jual berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Yogyakarta.

Sumber: Data Olahan, 2019.

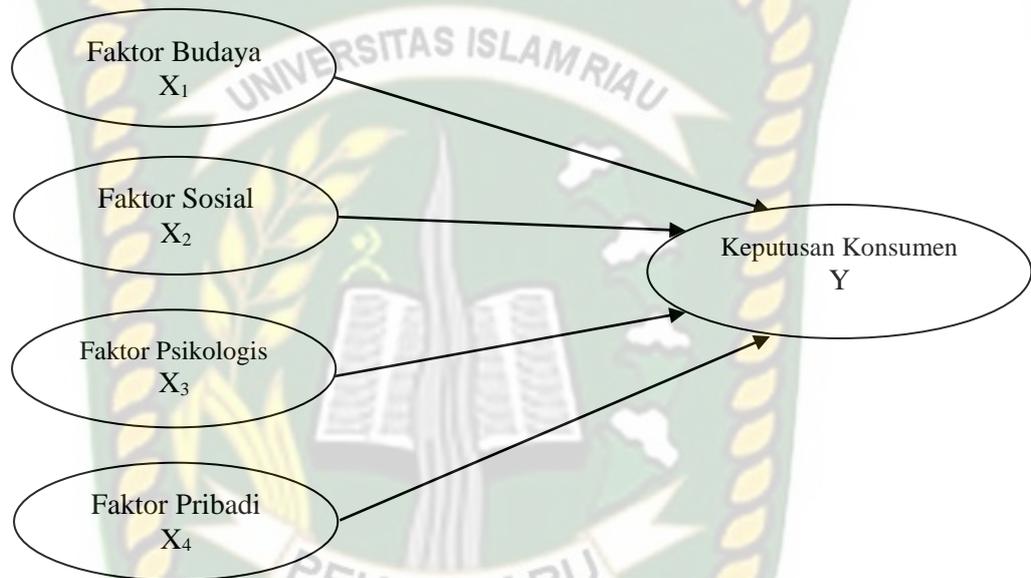
2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan

suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009).

Kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada gambar 2.1 dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber : Data Olahan Penelitian, 2019.

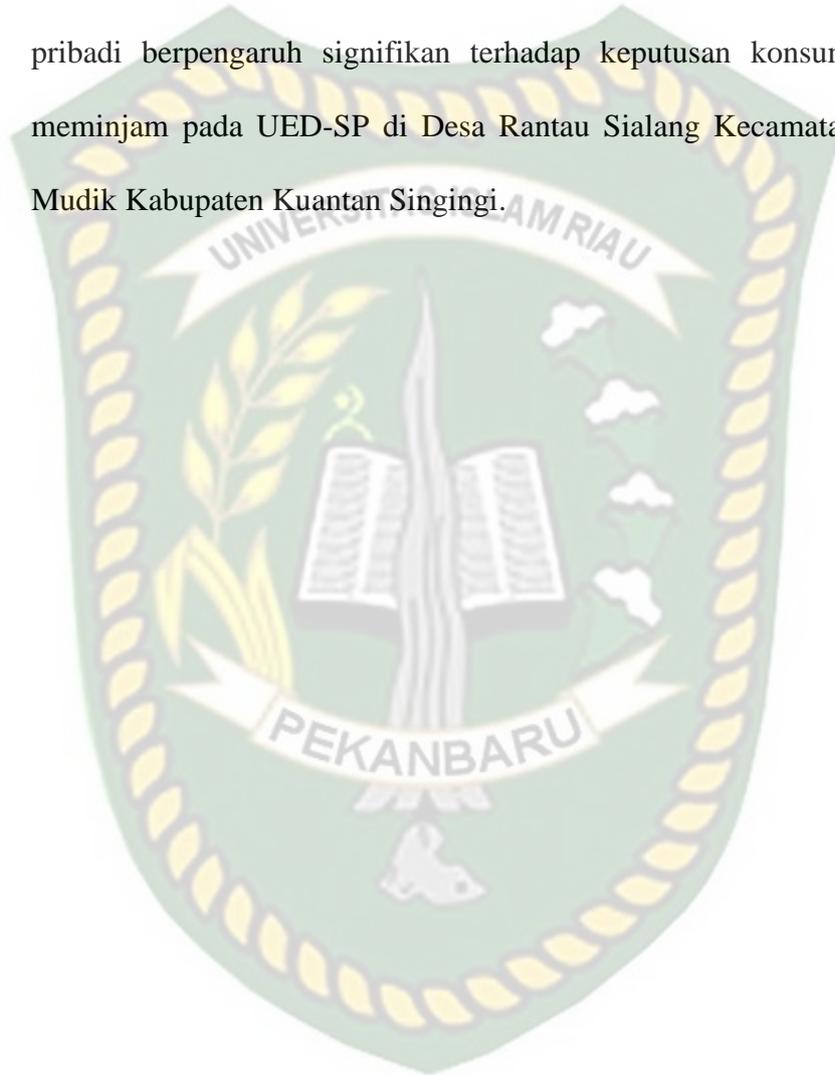
2.5 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas serta berbagai teori yang relevan, maka penulis dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga bahwa faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan

Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologi dan faktor pribadi.

2. Diduga bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi / Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah UED - SP (Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam) Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik yang beralamat di Jalan Riva'i No.37 Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi - Provinsi Riau.

UED SP (Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam) Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik merupakan program yang diprakarsai oleh Departemen Dalam Negeri (Dirjen PMD) yang dimaksudkan untuk membentuk lembaga keuangan mikro di pedesaan dalam mengatasi permasalahan permodalan bagi masyarakat miskin atau usaha kecil di pedesaan.

3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang akan dianalisis dalam pembahasan ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel/Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1	Faktor Budaya (X_1), merupakan kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka tentang apa yang mereka rasakan.	a. Kepercayaan terhadap produk	1. Memiliki kepercayaan dalam meminjam pada UED-SP.	Ordinal
		b. Pandangan terhadap produk.	2. Produk pinjaman dapat membantu kebutuhan.	
		c. Kebiasaan mendengar tentang produk.	3. Telah biasa mendengar tentang produk simpan pinjam UED-SP.	
2	Faktor Sosial (X_2), merupakan sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.	a. Teman/kerabat.	1. Melakukan pinjaman karena rekomendasi dari teman/kerabat.	Ordinal
		b. Anggota keluarga.	2. Melakukan pinjaman karena rekomendasi dari keluarga.	
		c. Orang tua/ orang yang dituakan.	3. Melakukan pinjaman karena saran dari orang tua.	
3	Faktor Psikologis (X_3), merupakan dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain.	a. Motivasi.	1. Termotivasi untuk meminjam karena keinginan dan kebutuhan.	Ordinal
		b. Persepsi.	2. Adanya persepsi kemudahan dalam meminjam pada UED-SP.	
		c. Pembelajaran dari pengalaman.	3. Melakukan pinjaman karena belajar dari pengalaman sebelumnya.	
No	Variabel/Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
4	Faktor Pribadi (X_4), merupakan pola kebiasaan seseorang	a. Usia dan tahap siklus hidup.	1. Melakukan pinjaman karena faktor usia.	
		b. Pekerjaan.	2. Melakukan pinjaman	

	yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian di ekspresikan dalam suatu tindakan.		karena kebutuhan untuk mengembangkan usaha.	Ordinal
		c. Situasi ekonomi.	3. Melakukan pinjaman untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.	
		d. Gaya hidup.	4. Melakukan pinjaman untuk kebutuhan gaya hidup.	
		e. Kepribadian dan konsep diri.	5. Melakukan pinjaman karena keinginan dari dalam diri.	
5	Keputusan Konsumen (Y), merupakan proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi-situasi yang meminta seseorang harus membuat prediksi kedepan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi prakiraan yang akan terjadi	a. Pengenalan masalah.	1. Merasa mengalami masalah keuangan dan butuh pinjaman modal.	Ordinal
		b. Pencarian informasi.	2. Mencari informasi terkait produk pinjaman UED-SP.	
		c. Evaluasi alternatif.	3. Membandingkan produk pinjaman UED-SP dengan yang lainnya.	
		d. Keputusan pembelian.	4. Memilih untuk melakukan pinjaman karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.	
		e. Perilaku pasca pembelian.	5. Perasaan puas/tidak puas menjadi nasabah (konsumen) UED-SP.	

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi, menurut Sugiyono (2013:115) adalah keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang meminjam dana pada UED SP (Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam) Harapan Sentosa Tahun 2017 yang berjumlah sebanyak 180 orang.

2. Sampel

Sampel, menurut Sugiyono (2013: 116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Besarnya jumlah sampel dalam penelitian bertujuan agar mempermudah dalam melakukan pengumpulan data.

Pada penelitian ini dalam penentuan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Slovin untuk memperkecil jumlah populasi, hal tersebut dikarenakan keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga peneliti. Berikut adalah rumus yang digunakan, yaitu :

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

Dimana : N = Jumlah populasi, n = Sampel sampel, e = 10%

$$n = \frac{180}{1+180(0.1)^2} \quad n = 64.28$$

$$n = 64 \text{ orang (Dibulatkan)}$$

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 64 orang responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling* yaitu dimana peneliti memberikan kesempatan yang sama untuk semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini pada dasarnya ada 2 data. Adapun jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung diberikan data kepada pengumpul data. Yaitu data melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal, artikel dari internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu digunakan untuk mendapatkan keterangan atau informasi yang berguna untuk melengkapi bahan yang dianggap perlu dalam penelitian ini.
2. Kuesioner, yaitu merupakan pengumpulan data melalui angket atau daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden terpilih. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat berdasarkan skala likert dengan alternatif jawaban, yaitu: sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Selanjutnya data kualitatif yang sudah diangkakan tersebut diolah sesuai dengan teknik analisis data.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang akan digunakan penulis adalah dengan menggunakan :

1. Metode Deskriptif, yaitu penganalisaan data yang bersifat penjelasan atau penguraian dari data atau informasi yang dikaitkan dengan teori yang mendukung pembahasan.
2. Metode Kuantitatif, yaitu metode yang menunjukkan kepada peneliti dalam bentuk rumus-rumus. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi, maka penulis menggunakan analisa regresi linier yang melibatkan beberapa variabel (X) dan (Y) (Iqbaal, 2009:250).

Untuk mendapatkan hasil dari data variabel diatas, penulis mentransformasikan dari data kualitatif pada kuesioner menjadi kuantitatif dengan memberikan skor atau bobot nilai pada kuesioner dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Kuesioner

Kategori	Pilihan Jawaban	Skor/Bobot Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2013.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas data yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai *Corrected Item Total Correlations* (r-hitung) lebih besar dibandingkan r-tabel seperti yang dijelaskan (Sugiyono, 2010).

Bila korelasi tiap faktor positif dan besar dibandingkan r-tabel, maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*.

Hasil dari uji dapat dikatakan realibel apabila nilai *Alpha Cronbach* (Koefisien Alfa) $> 0,60$.

2. Uji Normalitas Data

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal (Ghozali, 2011: 35).

3. Menentukan Model dan Persamaan Regresi Linear Berganda

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

Dimana :

Y = Keputusan Konsumen

X₁ = Faktor Budaya

X₂ = Faktor Sosial

X₃ = Faktor Psikologi

X₄ = Faktor Pribadi

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Standar error

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji-f merupakan pengujian secara simultan (bersama-sama) hipotesis tentang parameter koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang nyata.

Sebagai dasar dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Ho ditolak Ha diterima).
- 2) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Ho diterima Ha ditolak).

b. Uji t (Parsial)

Uji-t merupakan pengujian secara parsial (sendiri-sendiri) hipotesis tentang parameter koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang nyata.

Sebagai dasar dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (H_0 ditolak H_a diterima).
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (H_0 diterima H_a ditolak).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan variabel bebas secara bersama-sama (menyeluruh) terhadap variabel tak bebas dilakukan dengan cara menghitung angka koefisien determinasi (R^2) dari fungsi permintaan. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka semakin tepat suatu regresi linier yang dipergunakan sebagai pendekatan terhadap hasil suatu penelitian. Persamaan regresi selalu disertai nilai R^2 sebagai ukuran kecocokan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat UED – SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang

Usaha Ekonomi Desa-Simpan Pinjam (UED-SP) Harapan Sentosa berdiri pada tahun 2010 dengan surat keputusan (SK) Pendirian No.02/SK/VI/2010 atas dasar musyawarah dan mufakat masyarakat Desa Rantau Sialang tepatnya yaitu pada tanggal 04 Juni 2010. UED-SP Harapan Sentosa beralamat di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi – Provinsi Riau.

Usaha Ekonomi Desa – Simpan Pinjam (UED-SP) merupakan program yang di prakarsai oleh Departemen Dalam Negeri (Dirjen PMD) dimaksudkan untuk membentuk lembaga keuangan mikro dipedesaan (perkreditan) dalam mengatasi permasalahan permodalan bagi masyarakat miskin atau usaha kecil dipedesaan dengan maksud untuk mengembangkan usaha ekonomi produktif dengan memanfaatkan sumber daya dan potensi dana yang tersedia. Tujuan program UED – SP mendorong kegiatan perekonomian pedesaan, meningkatkan kreativitas berwirausaha, mendorong tumbuhnya usaha sektor informal.

Maka dalam rangka ikut berperan serta dalam memajukan Program Pemberdayaan Desa (PPD), dipandang perlu untuk membentuk suatu wadah Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam (UED-SP), dimana modal awal dari usaha ini berasal dari APBD I dan II.

4.2 Visi dan Misi UED – SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang

Adapun visi dari Usaha Ekonomi Desa – Simpan Pinjam (UED-SP) Harapan Sentosa ini sendiri yaitu “Terwujudnya Masyarakat Desa Rantau Sialang yang Agamis, Madani dan Mandiri melalui Pembangunan Partisipasi dengan Mengedepankan Kreativitas dan Inovasi”.

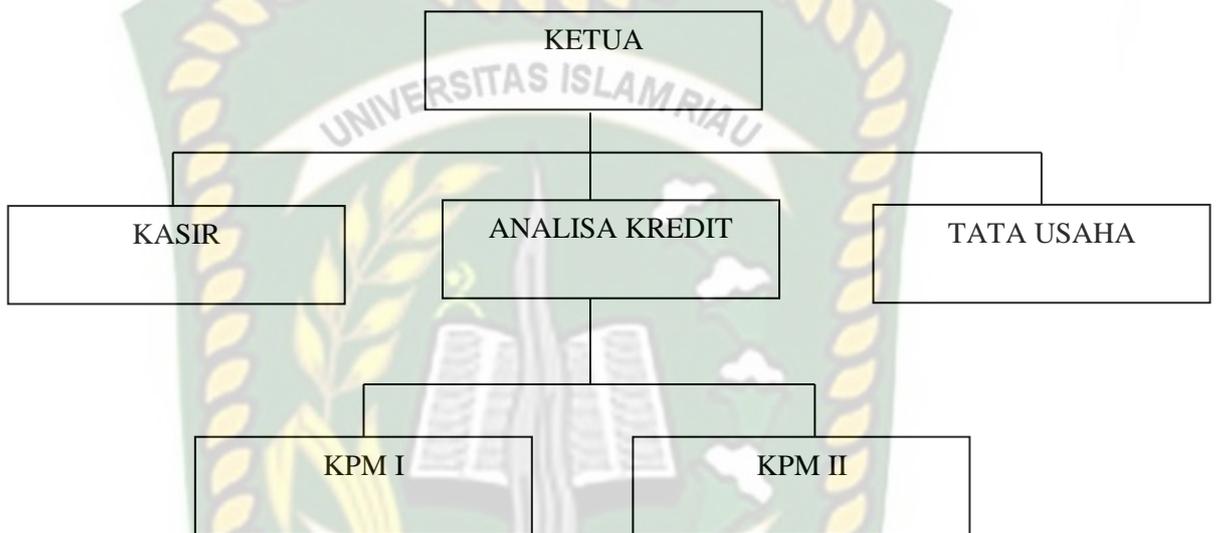
Adapun Misi dari Usaha Ekonomi Desa – Simpan Pinjam (UED-SP) Harapan Sentosa yaitu :

1. Penguatan dan penataan struktur lembaga kemasyarakatan dan pemerintahan desa.
2. Meningkatkan profesionalisme dan dedikasi aparatur pemerintahan desa, Lembaga Desa, untuk terciptanya SDM yang berkualitas, rumah bersih, transparan dan berwawasan.
3. Meningkatkan perekonomian dan daya beli masyarakat melalui pengembangan sektor pertanian, perdagangan dan UKM.
4. Peningkatan sumber daya pertanian masyarakat desa dengan menindak lanjuti pembangunan infrastruktur.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bekerja sama dengan lembaga/institusi terkait.
6. Memasyarakatkan budaya menabung.

4.3 Struktur Organisasi UED – SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang

Berikut ini adalah struktur organisasi pada UED-SP Harapan Sentosa Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi UED-SP Harapan Sentosa di Desa Rantau Sialang
Tahun 2019



Sumber: UED-SP Harapan Sentosa, 2019.

4.4 Tugas dan Wewenang Jabatan

1. Ketua

- a. Memimpin organisasi UED-SP.

- b. Menetapkan besarnya pinjaman yang diajukan anggota kepada UED-SP berdasarkan hasil keputusan musyawarah desa dan memenuhi syarat-syarat layakan usulan.
- c. Melakukan pengendalian dan pembinaan terhadap pinjaman dan pengembalian pinjaman UED-SP.
- d. Mengawasi perputaran modal.
- e. Mengangkat pegawai administrasi bila diperlukan.
- f. Melaporkan posisi keuangan kepada desa serta pendamping desa.
- g. Membangun jaringan kerja terhadap pihak-pihak terkait.
- h. Melakukan koordinasi dengan aparat desa, BPD, Lembaga Kemasyarakatan, Pendamping Desa, Kader-kader Pembangunan Desa.

2. Kasir

- a. Menerima, menyimpan, dan membayarkan uang berdasarkan bukti penerimaan dan pembayaran yang sah.
- b. Melaksanakan administrasi keuangan.
- c. Melaporkan posisi keuangan pada ketua UED-SP secara periode atau sewaktu-waktu diperlukan.
- d. Menandatangani spesimen rekening UED-SP dan rekening pengembalian dana usaha desa.
- e. Melakukan pembinaan administrasi keuangan terhadap kelompok.

3. Analisis Kredit

- a. Melakukan pemeriksaan administrasi dan kelengkapan dokumen proposal dari pemanfaat dalam mengajukan pinjaman UED-SP.

- b. Melakukan penilaian kelayakan usulan dengan melakukan kunjungan lapangan.
- c. Mengisi formulir verifikasi usulan saat kunjungan lapangan.
- d. Membuat rekomendasi awal hasil kunjungan awal hasil kunjungan lapangan.
- e. Melakukan umpan balik kepada calon peminjam.
- f. Melakukan rekomendasi akhir untuk dibahas dalam musyawarah khusus yang terdiri dari otoritas, DUD, Kader Pembangunan Masyarakat, Pengawas Umum, Pengelola UED- SP dan Pendamping Desa.

4. Tata Usaha

- a. Berfungsi sebagai sekretaris.
- b. Membantu di bidang keuangan.
- c. Melakukan penagihan terhadap kelompok dan anggota pemanfaat dana usaha desa.
- d. Membantu bidang administrasi umum.
- e. Memasang laporan keuangan dan perkembangan pinjaman dana usaha desa dipapan pengumuman secara rutin dan mutakhir.
- f. Menyusun laporan rutin.
- g. Melakukan pengarsipan dan dokumentasi seluruh data administrasi kegiatan dana usaha desa.
- h. Melakukan pembinaan rutin terhadap kelompok.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Pada bab ini akan dibahas analisis hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologi dan faktor pribadi terhadap keputusan konsumen.

Data yang dianalisis pada penelitian ini yaitu bersumber dari responden penelitian yang merupakan konsumen yang meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan jumlah sampel 64 responden. Terlebih dahulu akan dideskripsikan mengenai identitas responden yang mencakup antara lain: jenis kelamin, tingkat umur, pekerjaan, dan tingkat pendidikan yang menjadi responden penelitian.

5.1.1 Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden penelitian yaitu konsumen pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, maka dapat dilihat pada tabel 5.1 dibawah ini:

Tabel 5.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - Laki	16	25.00
2	Perempuan	48	75.00
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden penelitian yaitu konsumen pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, responden yang berjenis kelamin Laki-Laki yaitu sebanyak 16 orang atau 25.00%, sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 48 orang atau 75.00%. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang mayoritasnya ialah dengan karakteristik jenis kelamin Perempuan.

5.1.2 Tingkat Umur

Untuk mengetahui tingkat umur responden penelitian yaitu konsumen pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, maka dapat dilihat pada tabel 5.2 dibawah ini:

Tabel 5.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur

No	Tingkat Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	20 s.d 29	33	51.56
2	30 s.d 39	8	12.50
3	40 s.d 49	18	28.13
4	> 50	5	7.81
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden penelitian yaitu konsumen pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, responden yang berusia antara 20 sampai 29 tahun yaitu sebanyak 33 orang atau 51.56%, selanjutnya responden yang berusia antara 30 sampai 39 tahun yaitu sebanyak 8 orang atau 12.50%, responden yang berusia antara 40 sampai 49 tahun yaitu sebanyak 18 orang atau 28.13%, sedangkan

responden yang berusia diatas 50 tahun yaitu sebanyak 5 orang atau 7.81%. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang mayoritasnya ialah dengan karakteristik berusia antara 20 sampai 29 tahun.

5.1.3 Pekerjaan

Untuk mengetahui jenis pekerjaan responden penelitian yaitu konsumen pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, maka dapat dilihat pada tabel 5.3 dibawah ini:

Tabel 5.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Petani	27	42.19
2	Pedagang	10	15.63
3	Wiraswasta	7	10.94
4	PNS	8	12.50
5	Lainnya	12	18.75
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden penelitian yaitu konsumen pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, responden dengan jenis pekerjaan Petani yaitu sebanyak 27 orang atau 42.19%, responden dengan jenis pekerjaan Pedagang yaitu sebanyak 10 orang atau 15.63%, responden dengan jenis pekerjaan Wiraswasta yaitu sebanyak 7 orang atau 10.94%, selanjutnya responden dengan jenis pekerjaan PNS yaitu sebanyak 8 orang atau 12.50%, dan responden dengan jenis pekerjaan lainnya yaitu sebanyak 12 orang atau 18.75%. Maka dapat

disimpulkan bahwa konsumen yang meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang mayoritasnya ialah dengan jenis pekerjaan sebagai Petani.

5.1.4 Tingkat Pendidikan

Untuk mengetahui tingkat pendidikan responden penelitian yaitu konsumen pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, maka dapat dilihat pada tabel 5.4 dibawah ini:

Tabel 5.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD – SMP	8	12.50
2	SMA	46	71.88
3	Diploma	3	4.69
4	S1	7	10.94
5	S2/S3	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.4 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden penelitian yaitu konsumen pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, responden dengan jenjang pendidikan antara SD – SMP yaitu sebanyak 8 orang atau 12.50%, responden dengan jenjang pendidikan SMA yaitu sebanyak 46 orang atau 71.88%, responden dengan jenjang pendidikan Diploma yaitu sebanyak 3 orang atau 4.69%, selanjutnya responden dengan jenjang pendidikan S1 yaitu sebanyak 7 orang atau 10.94%, dan responden dengan jenjang pendidikan S2/S3 yaitu sebanyak 0 orang atau 0.00%. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang mayoritasnya ialah dengan jenjang pendidikan SMA.

5.2 Uji Instrument Penelitian

Berdasarkan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden tentang variabel faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor psikologi (X_3), faktor pribadi (X_4), dan keputusan konsumen (Y). Maka perlu diuji kelayakan dari masing-masing variabel serta indikator-indikator yang ada di dalamnya, atau dikatakan juga sebagai pengujian kualitas data yang bertujuan untuk menentukan batas-batas kebenaran atau ketepatan alat ukur (kuesioner). Untuk lebih jelasnya akan diuraikan dibawah ini:

5.2.1 Uji Validitas

Berkaitan dengan uji validitas, menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kehandalan atau keaslian suatu alat ukur. Jika instrument penelitian dikatakan valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid, sehingga valid artinya instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Menurut Sugiyono (2013), keputusan hasil perhitungan korelasi dapat dinyatakan dalam bentuk r -hitung dan r -tabel dengan ketentuan: Jika nilai r -hitung $>$ r -tabel, maka dinyatakan valid, sebaliknya jika nilai r -hitung $<$ r -tabel maka dinyatakan tidak valid.

Dalam mengukur validitas instrument menggunakan korelasi produk moment dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), yaitu dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor totalnya. Uji validitas yang ditentukan pada penelitian ini dengan sampel sebanyak 64

responden. Untuk menentukan nilai r_{tabel} digunakan rumus: $df = n-2$, berarti $64-2 = 62$. Dari tabel uji dua arah $\alpha = 5\%$, dapat ditentukan nilai r_{tabel} sebesar 0.254.

Kemudian untuk mendapatkan nilai koefisien korelasi r_{hitung} dari item pertanyaan (instrument) yang digunakan untuk variabel faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor psikologis (X_3), faktor pribadi (X_4) dan keputusan konsumen (Y) pada UED-SP di Desa Rantau Sialang, diperoleh hasil output SPSS yaitu nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 5.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Kesimpulan
Faktor Budaya (X_1)	$X_{1.1}$	0.762	0.254	Valid
	$X_{1.2}$	0.808	0.254	Valid
	$X_{1.3}$	0.704	0.254	Valid
Faktor Sosial (X_2)	$X_{2.1}$	0.810	0.254	Valid
	$X_{2.2}$	0.836	0.254	Valid
	$X_{2.3}$	0.776	0.254	Valid
Faktor Psikologis	$X_{3.1}$	0.791	0.254	Valid

(X ₃)	X _{3.2}	0.764	0.254	Valid
	X _{3.3}	0.843	0.254	Valid
Faktor Pribadi (X ₄)	X _{4.1}	0.866	0.254	Valid
	X _{4.2}	0.591	0.254	Valid
	X _{4.3}	0.566	0.254	Valid
	X _{4.4}	0.529	0.254	Valid
	X _{4.5}	0.871	0.254	Valid
Keputusan Konsumen (Y)	Y ₁	0.792	0.254	Valid
	Y ₂	0.809	0.254	Valid
	Y ₃	0.735	0.254	Valid
	Y ₄	0.652	0.254	Valid
	Y ₅	0.739	0.254	Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.5 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa seluruh nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel faktor budaya (X₁), faktor sosial (X₂), faktor psikologis (X₃), faktor pribadi (X₄) dan keputusan konsumen (Y) yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu angka indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala yang sama.

Pengukuran yang reliabel menunjukkan suatu instrument dapat dipercaya sehingga menghasilkan data yang juga dapat dipercaya. Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk indikator dari variabel dan konstruk, SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu pengukuran dapat diandalkan apabila memiliki koefisien *Cronbach Alpha* sama atau lebih dari 0,60. Untuk lebih jelasnya

mengenai pengujian reliabilitas pada penelitian ini akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Kesimpulan
Faktor Budaya (X ₁)	0.623	0.60	Reliabel
Faktor Sosial (X ₂)	0.727	0.60	Reliabel
Faktor Psikologis (X ₃)	0.686	0.60	Reliabel
Faktor Pribadi (X ₄)	0.732	0.60	Reliabel
Keputusan Konsumen (Y)	0.781	0.60	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.6 diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel faktor budaya (X₁) yaitu sebesar 0.623 > 0.60, faktor sosial (X₂) yaitu sebesar 0.727 > 0.60, faktor psikologis (X₃) yaitu sebesar 0.686 > 0.60, faktor pribadi (X₄) yaitu sebesar 0.732 > 0.60, dan keputusan konsumen (Y) yaitu sebesar 0.781 > 0.60. Maka dapat disimpulkan bahwa semua instrument penelitian ini telah reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari batas reliabilitas yaitu 0.60. Artinya variabel yang digunakan pada penelitian ini sudah konsisten dan dapat dipercaya.

5.3 Analisis Deskriptif Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

5.3.1 Analisis Faktor Budaya (X₁)

Faktor budaya merupakan kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa

dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka tentang apa yang mereka rasakan.

Pada penelitian ini dalam mengukur faktor budaya terdapat 3 indikator, yaitu antara lain: Kepercayaan terhadap produk pinjaman, pandangan baik dan buruk terhadap produk pinjaman, dan kebiasaan mendengar tentang produk pinjaman. Untuk dapat melihat hasil jawaban responden terhadap variabel faktor budaya (X_1), maka akan disajikan pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 5.7
Tanggapan Responden Tentang konsumen memiliki kepercayaan dalam meminjam uang pada UED-SP di Desa Rantau Sialang

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	33	51.56
2	Setuju	28	43.75
3	Cukup Setuju	1	1.56
4	Tidak Setuju	2	3.13
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.7 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen memiliki kepercayaan dalam meminjam uang pada UED-SP di Desa Rantau Sialang. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Sangat Setuju yaitu sebanyak 33 orang atau 51.56%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Setuju yaitu sebanyak 28 orang atau 43.75%, kemudian responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju yaitu sebanyak 2 orang atau 3.13%, responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 1 orang

atau 1.56%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen memiliki kepercayaan dalam meminjam uang pada UED-SP di Desa Rantau Sialang berada pada kategori Sangat Setuju.

Tabel 5.8
Tanggapan Responden Tentang Konsumen menilai produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dapat membantu kebutuhan Konsumen

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	32.81
2	Setuju	39	60.94
3	Cukup Setuju	4	6.25
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.8 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen menilai produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dapat membantu kebutuhan Konsumen. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 39 orang atau 60.94%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 21 orang atau 32.81%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 4 orang atau 6.25%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen menilai produk pinjaman pada UED-SP di

Desa Rantau Sialang dapat membantu kebutuhan Konsumen berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.9
Tanggapan Responden Tentang Konsumen telah biasa mendengar tentang produk simpan pinjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	39.06
2	Setuju	36	56.25
3	Cukup Setuju	3	4.69
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.9 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen telah biasa mendengar tentang produk simpan pinjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 36 orang atau 56.25%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 25 orang atau 39.06%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 3 orang atau 4.69%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen telah biasa mendengar tentang produk simpan pinjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.10
Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Faktor Budaya

	Kategori Jawaban	

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Total Skor
1	Konsumen memiliki kepercayaan dalam meminjam uang pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.	33	28	1	2	-	64
	Bobot Nilai	165	112	3	4	0	284
2	Konsumen menilai produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dapat membantu kebutuhan Konsumen.	21	39	4	-	-	64
	Bobot Nilai	105	156	12	0	0	273
3	Konsumen telah biasa mendengar tentang produk simpan pinjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.	25	36	3	-	-	64
	Bobot Nilai	125	144	9	0	0	278
Jumlah Bobot Nilai Keseluruhan		395	412	24	4	0	835

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Dari data tabel 5.10 diatas, dapat dilihat untuk jumlah skor secara keseluruhan terhadap variabel faktor budaya (X_1) adalah sebesar 835. Untuk lebih jelasnya mengenai kategori jawaban responden akan diuraikan dibawah ini :

Dibawah ini dapat diketahui nilai maksimal, nilai minimal dan interval koefisien yang diperoleh yaitu sebagai berikut :

$$\text{Nilai maksimal} = 3 \times 5 \times 64 = 960$$

$$\text{Nilai minimal} = 3 \times 1 \times 64 = 192$$

$$\text{Interval Koefisien} = \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Skor}} = \frac{960 - 192}{5} = 153,6$$

Jadi, nilai interval koefisien adalah sebesar 154 (pembulatan).

$$\text{Sangat Baik} = 806 - 960$$

$$\text{Baik} = 652 - 806$$

Cukup Baik	= 498 – 652
Kurang Baik	= 344 – 498
Tidak Baik	= 192 – 344

Berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban responden diatas, maka untuk variabel faktor budaya (X_1), kategori jawaban responden secara keseluruhan adalah “Sangat Baik” karena skor untuk variabel faktor budaya yaitu sebesar 835 yang berada pada range 806 – 960.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor budaya dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan baik.

5.3.2 Analisis Faktor Sosial (X_2)

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.

Pada penelitian ini dalam mengukur faktor sosial terdapat 3 indikator, yaitu antara lain: Keberadaan teman untuk memilih produk pinjaman, keberadaan anggota keluarga untuk memilih produk pinjaman, dan keberadaan orang tua atau orang yang dituakan untuk memilih produk pinjaman. Untuk dapat melihat hasil jawaban responden terhadap variabel faktor sosial (X_2), maka akan disajikan pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 5.11
Tanggapan Responden Tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari teman/kerabat

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	32.81
2	Setuju	39	60.94
3	Cukup Setuju	4	6.25
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.11 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari teman/kerabat. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 39 orang atau 60.94%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 21 orang atau 32.81%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 4 orang atau 6.25%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari teman/kerabat berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.12
Tanggapan Responden Tentang Konsumen memilih untuk melakukan
pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan
rekomendasi dari keluarga

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	24	37.50

2	Setuju	29	45.31
3	Cukup Setuju	11	17.19
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.12 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari keluarga. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 29 orang atau 45.31%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 24 orang atau 37.50%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 11 orang atau 17.19%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari keluarga berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.13
Tanggapan Responden Tentang Konsumen memilih untuk melakukan
pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan saran
dari orang tua

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	32.81
2	Setuju	34	53.13
3	Cukup Setuju	9	14.06
4	Tidak Setuju	-	-

5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.13 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan saran dari orang tua. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 34 orang atau 53.13%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 21 orang atau 32.81%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 9 orang atau 14.06%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan saran dari orang tua berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.14
Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Faktor Sosial

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total Skor
		SS	S	CS	TS	STS	
1	Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari teman/kerabat.	21	39	4	-	-	64
	Bobot Nilai	105	156	12	0	0	273
2	Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan rekomendasi dari keluarga.	24	29	11	-	-	64
	Bobot Nilai	120	116	33	0	0	269
3	Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada	21	34	9	-	-	64

UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan saran dari orang tua.						
Bobot Nilai	105	136	27	0	0	268
Jumlah Bobot Nilai Keseluruhan	330	408	72	0	0	810

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Dari data tabel 5.14 diatas, dapat dilihat untuk jumlah skor secara keseluruhan terhadap variabel faktor sosial (X_2) adalah sebesar 810. Untuk lebih jelasnya mengenai kategori jawaban responden akan diuraikan dibawah ini :

Dibawah ini dapat diketahui nilai maksimal, nilai minimal dan interval koefisien yang diperoleh yaitu sebagai berikut :

$$\text{Nilai maksimal} = 3 \times 5 \times 64 = 960$$

$$\text{Nilai minimal} = 3 \times 1 \times 64 = 192$$

$$\text{Interval Koefisien} = \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Skor}} = \frac{960 - 192}{5} = 153,6$$

Jadi, nilai interval koefisien adalah sebesar 154 (pembulatan).

$$\text{Sangat Baik} = 806 - 960$$

$$\text{Baik} = 652 - 806$$

$$\text{Cukup Baik} = 498 - 652$$

$$\text{Kurang Baik} = 344 - 498$$

$$\text{Tidak Baik} = 192 - 344$$

Berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban responden diatas, maka untuk variabel faktor sosial (X_2), kategori jawaban responden secara keseluruhan adalah “Sangat Baik” karena skor untuk variabel faktor sosial yaitu sebesar 810 yang berada pada range 806 – 960.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor sosial dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan baik.

5.3.3 Analisis Faktor Psikologis (X₃)

Faktor psikologis merupakan dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan dalam menggunakan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain.

Pada penelitian ini dalam mengukur faktor psikologis terdapat 3 indikator, yaitu antara lain: Motivasi untuk memilih produk pinjaman, persepsi untuk memilih produk pinjaman, dan pembelajaran dari pengalaman sehingga memilih produk pinjaman. Untuk dapat melihat hasil jawaban responden terhadap variabel faktor psikologis (X₃), maka akan disajikan pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 5.15
Tanggapan Responden Tentang Konsumen termotivasi untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dan kebutuhan

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	40.63
2	Setuju	33	51.56
3	Cukup Setuju	5	7.81
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.15 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen termotivasi untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dan kebutuhan. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 33 orang atau 51.56%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 26 orang atau 40.63%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 5 orang atau 7.81%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen termotivasi untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dan kebutuhan berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.16

Tanggapan Responden Tentang Konsumen memiliki persepsi adanya kemudahan dalam melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	32.81
2	Setuju	38	59.38
3	Cukup Setuju	5	7.81
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.16 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen memiliki persepsi

adanya kemudahan dalam melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 38 orang atau 59.38%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 21 orang atau 32.81%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 5 orang atau 7.81%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen memiliki persepsi adanya kemudahan dalam melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.17
Tanggapan Responden Tentang Konsumen memilih melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan belajar dari pengalaman sebelumnya

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	12	18.75
2	Setuju	23	35.94
3	Cukup Setuju	20	31.25
4	Tidak Setuju	8	12.50
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.56
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.17 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen memilih melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan belajar dari pengalaman sebelumnya. Jawaban tertinggi ialah responden yang

memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 23 orang atau 35.94%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 20 orang atau 31.25%, kemudian responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 12 orang atau 18.75%, responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju yaitu sebanyak 8 orang atau 12.50%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju yaitu sebanyak 1 orang atau 1.56%. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen memilih melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan belajar dari pengalaman sebelumnya berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.18
Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Psikologis

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total Skor
		SS	S	CS	TS	STS	
1	Konsumen termotivasi untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dan kebutuhan.	26	33	5	-	-	64
	Bobot Nilai	130	132	15	0	0	277
2	Konsumen memiliki persepsi adanya kemudahan dalam melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.	21	38	5	-	-	64
	Bobot Nilai	105	152	15	0	0	272
3	Konsumen memilih melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan belajar dari pengalaman sebelumnya.	12	23	20	8	1	64
	Bobot Nilai	60	92	60	16	1	229
Jumlah Bobot Nilai		295	376	90	16	1	778

Keseluruhan						
--------------------	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Dari data tabel 5.18 diatas, dapat dilihat untuk jumlah skor secara keseluruhan terhadap variabel faktor psikologis (X_3) adalah sebesar 778. Untuk lebih jelasnya mengenai kategori jawaban responden akan diuraikan dibawah ini :

Dibawah ini dapat diketahui nilai maksimal, nilai minimal dan interval koefisien yang diperoleh yaitu sebagai berikut :

$$\text{Nilai maksimal} = 3 \times 5 \times 64 = 960$$

$$\text{Nilai minimal} = 3 \times 1 \times 64 = 192$$

$$\text{Interval Koefisien} = \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Skor}} = \frac{960 - 192}{5} = 153,6$$

Jadi, nilai interval koefisien adalah sebesar 154 (pembulatan).

$$\text{Sangat Baik} = 806 - 960$$

$$\text{Baik} = 652 - 806$$

$$\text{Cukup Baik} = 498 - 652$$

$$\text{Kurang Baik} = 344 - 498$$

$$\text{Tidak Baik} = 192 - 344$$

Berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban responden diatas, maka untuk variabel faktor psikologis (X_3), kategori jawaban responden secara keseluruhan adalah “Baik” karena skor untuk variabel faktor psikologis yaitu sebesar 778 yang berada pada range 652 – 806.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan baik.

5.3.4 Analisis Faktor Pribadi (X_4)

Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan.

Pada penelitian ini dalam mengukur faktor pribadi terdapat 5 indikator, yaitu antara lain: Usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Untuk dapat melihat hasil jawaban responden terhadap variabel faktor pribadi (X_4), maka akan disajikan pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 5.19
Tanggapan Responden Tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan faktor usia

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	15.63
2	Setuju	18	28.13
3	Cukup Setuju	22	34.38
4	Tidak Setuju	10	15.63
5	Sangat Tidak Setuju	4	6.25
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.19 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan faktor usia. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Cukup Setuju yaitu sebanyak 22 orang atau 34.38%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Setuju yaitu sebanyak 18 orang atau 28.13%, kemudian responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 10 orang atau 15.63%, responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju yaitu sebanyak

10 orang atau 15.63%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju yaitu sebanyak 4 orang atau 6.25%. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan faktor usia berada pada kategori Cukup Setuju.

Tabel 5.20
Tanggapan Responden Tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena kebutuhan untuk mengembangkan usaha

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	23.44
2	Setuju	26	40.63
3	Cukup Setuju	23	35.94
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.20 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena kebutuhan untuk mengembangkan usaha. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 26 orang atau 40.63%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 23 orang atau 35.94%, kemudian responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 15 orang atau 23.44%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat

disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena kebutuhan untuk mengembangkan usaha berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.21
Tanggapan Responden Tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	31.25
2	Setuju	37	57.81
3	Cukup Setuju	7	10.94
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.21 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 37 orang atau 57.81%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 20 orang atau 31.25%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 7 orang atau 10.94%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.22

Tanggapan Responden Tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk kebutuhan gaya hidup

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	15.63
2	Setuju	26	40.63
3	Cukup Setuju	21	32.81
4	Tidak Setuju	6	9.38
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.56
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.22 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk kebutuhan gaya hidup. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 26 orang atau 40.63%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 21 orang atau 32.81%, kemudian responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 10 orang atau 15.63%, responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju yaitu sebanyak 6 orang atau 9.38%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju yaitu sebanyak 1 orang atau 1.56%. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk kebutuhan gaya hidup berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.23

Tanggapan Responden Tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dari dalam diri

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
----	------------------	-----------	----------------

1	Sangat Setuju	11	17.19
2	Setuju	20	31.25
3	Cukup Setuju	23	35.94
4	Tidak Setuju	7	10.94
5	Sangat Tidak Setuju	3	4.69
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.23 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dari dalam diri. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Cukup Setuju yaitu sebanyak 23 orang atau 35.94%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Setuju yaitu sebanyak 20 orang atau 31.25%, kemudian responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 11 orang atau 17.19%, responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju yaitu sebanyak 7 orang atau 10.94%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju yaitu sebanyak 3 orang atau 4.69%. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dari dalam diri berada pada kategori Cukup Setuju.

Tabel 5.24
Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Pribadi

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total Skor
		SS	S	CS	TS	STS	
1	Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dikarenakan faktor usia.	10	18	22	10	4	64
	Bobot Nilai	50	72	66	20	4	212
2	Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP	15	26	23	-	-	64

	di Desa Rantau Sialang karena kebutuhan untuk mengembangkan usaha.						
	Bobot Nilai	75	104	69	0	0	248
3	Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.	20	37	7	-	-	64
	Bobot Nilai	100	148	21	0	0	269
4	Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang untuk kebutuhan gaya hidup.	10	26	21	6	1	64
	Bobot Nilai	50	104	63	12	1	230
5	Konsumen melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena keinginan dari dalam diri.	11	20	23	7	3	64
	Bobot Nilai	55	80	69	14	3	221
Jumlah Bobot Nilai Keseluruhan		330	508	288	46	8	1180

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Dari data tabel 5.24 diatas, dapat dilihat untuk jumlah skor secara keseluruhan terhadap variabel faktor pribadi (X_4) adalah sebesar 1180. Untuk lebih jelasnya mengenai kategori jawaban responden akan diuraikan dibawah ini :

Dibawah ini dapat diketahui nilai maksimal, nilai minimal dan interval koefisien yang diperoleh yaitu sebagai berikut :

$$\text{Nilai maksimal} = 5 \times 5 \times 64 = 1600$$

$$\text{Nilai minimal} = 5 \times 1 \times 64 = 320$$

$$\text{Interval Koefisien} = \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Skor}} = \frac{1600 - 320}{5} = 256$$

Jadi, nilai interval koefisien adalah sebesar 256.

$$\text{Sangat Baik} = 1344 - 1600$$

Baik	= 1088 – 1344
Cukup Baik	= 832 – 1088
Kurang Baik	= 576 – 832
Tidak Baik	= 320 – 576

Berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban responden diatas, maka untuk variabel faktor pribadi (X_4), kategori jawaban responden secara keseluruhan adalah “Baik” karena skor untuk variabel faktor pribadi yaitu sebesar 1180 yang berada pada range 1088 – 1344.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang sudah dikatakan baik.

5.3.5 Analisis Keputusan Konsumen (Y)

Keputusan konsumen merupakan suatu proses pemikiran dari pemilihan alternatif yang akan dihasilkan mengenai prediksi kedepan.

Pada penelitian ini dalam mengukur keputusan konsumen dalam meminjam terdapat 5 indikator, yaitu antara lain: Pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Untuk dapat melihat hasil jawaban responden terhadap variabel keputusan konsumen (Y), maka akan disajikan pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 5.25
Tanggapan Responden Tentang Saat ini Konsumen merasa mengalami masalah keuangan dan membutuhkan pinjaman modal

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	24	37.50
2	Setuju	34	53.13
3	Cukup Setuju	6	9.38
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.25 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Saat ini Konsumen merasa mengalami masalah keuangan dan membutuhkan pinjaman modal. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 34 orang atau 53.13%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 24 orang atau 37.50%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 6 orang atau 9.38%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Saat ini Konsumen merasa mengalami masalah keuangan dan membutuhkan pinjaman modal berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.26
Tanggapan Responden Tentang Konsumen mencari informasi mengenai UED-SP di Desa Rantau Sialang agar mengetahui produk pinjamannya

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	28.13
2	Setuju	42	65.63
3	Cukup Setuju	4	6.25

4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.26 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen mencari informasi mengenai UED-SP di Desa Rantau Sialang agar mengetahui produk pinjamannya. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 42 orang atau 65.63%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 18 orang atau 28.13%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 4 orang atau 6.25%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen mencari informasi mengenai UED-SP di Desa Rantau Sialang agar mengetahui produk pinjamannya berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.27

Tanggapan Responden Tentang Sebelum melakukan keputusan untuk meminjam, terlebih dahulu Konsumen membandingkan produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan produk pinjaman lain

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	40.63
2	Setuju	26	40.63
3	Cukup Setuju	12	18.75
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-

Jumlah	64	100.00
---------------	-----------	---------------

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.27 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Sebelum melakukan keputusan untuk meminjam, terlebih dahulu Konsumen membandingkan produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan produk pinjaman lain. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Sangat Setuju yaitu sebanyak 26 orang atau 40.63%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Setuju yaitu juga sebanyak 26 orang atau 40.63%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 12 orang atau 18.75%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Sebelum melakukan keputusan untuk meminjam, terlebih dahulu Konsumen membandingkan produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan produk pinjaman lain berada pada kategori Sangat Setuju.

Tabel 5.28

Tanggapan Responden Tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Konsumen

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	31.25
2	Setuju	33	51.56
3	Cukup Setuju	9	14.06
4	Tidak Setuju	1	1.56
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.56

Jumlah	64	100.00
---------------	-----------	---------------

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.28 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Konsumen. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 33 orang atau 51.56%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 20 orang atau 31.25%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 9 orang atau 14.06%, responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju yaitu sebanyak 1 orang atau 1.56%, dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju yaitu juga sebanyak 1 orang atau 1.56%. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Konsumen berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.29
Tanggapan Responden Tentang Konsumen merasa puas menjadi konsumen/nasabah pada UED-SP Rantau Sialang karena dapat membantu Konsumen dalam hal keuangan

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	24	37.50
2	Setuju	37	57.81
3	Cukup Setuju	3	4.69
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		64	100.00

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.29 diatas, dapat dijelaskan bahwa dari 64 responden menyatakan tanggapan tentang Konsumen merasa puas menjadi konsumen/nasabah pada UED-SP Rantau Sialang karena dapat membantu Konsumen dalam hal keuangan. Jawaban tertinggi ialah responden yang memberikan tanggapan Setuju yaitu sebanyak 37 orang atau 57.81%, selanjutnya responden yang memberikan jawaban Sangat Setuju yaitu sebanyak 24 orang atau 37.50%, kemudian responden yang memberikan jawaban Cukup Setuju yaitu sebanyak 3 orang atau 4.69%, sedangkan responden yang memberikan jawaban Tidak Setuju dan responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Konsumen merasa puas menjadi konsumen/nasabah pada UED-SP Rantau Sialang karena dapat membantu Konsumen dalam hal keuangan berada pada kategori Setuju.

Tabel 5.30
Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Keputusan Konsumen

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total Skor
		SS	S	CS	TS	STS	
1	Saat ini Konsumen merasa mengalami masalah keuangan dan membutuhkan pinjaman modal.	24	34	6	-	-	64
	Bobot Nilai	120	136	18	0	0	274
2	Konsumen mencari informasi mengenai UED-SP di Desa Rantau Sialang agar mengetahui produk pinjamannya.	18	42	4	-	-	64
	Bobot Nilai	90	168	12	0	0	270
3	Sebelum melakukan keputusan untuk meminjam, terlebih dahulu Konsumen membandingkan produk pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang dengan produk pinjaman lain.	26	26	12	-	-	64
	Bobot Nilai	130	104	36	0	0	270

4	Konsumen memilih untuk melakukan pinjaman pada UED-SP di Desa Rantau Sialang karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Konsumen.	20	33	9	1	1	64
	Bobot Nilai	100	132	27	2	1	262
5	Konsumen merasa puasa menjadi konsumen/ nasabah pada UED-SP Rantau Sialang karena dapat membantu Konsumen dalam hal keuangan.	24	37	3	-	-	64
	Bobot Nilai	120	148	9	0	0	277
	Jumlah Bobot Nilai Keseluruhan	560	688	102	2	1	1353

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Dari data tabel 5.30 diatas, dapat dilihat untuk jumlah skor secara keseluruhan terhadap variabel keputusan konsumen (Y) adalah sebesar 1353. Untuk lebih jelasnya mengenai kategori jawaban responden akan diuraikan dibawah ini :

Dibawah ini dapat diketahui nilai maksimal, nilai minimal dan interval koefisien yang diperoleh yaitu sebagai berikut :

$$\text{Nilai maksimal} = 5 \times 5 \times 64 = 1600$$

$$\text{Nilai minimal} = 5 \times 1 \times 64 = 320$$

$$\text{Interval Koefisien} = \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Skor}} = \frac{1600 - 320}{5} = 256$$

Jadi, nilai interval koefisien adalah sebesar 256.

$$\text{Sangat Baik} = 1344 - 1600$$

$$\text{Baik} = 1088 - 1344$$

$$\text{Cukup Baik} = 832 - 1088$$

$$\text{Kurang Baik} = 576 - 832$$

$$\text{Tidak Baik} = 320 - 576$$

Berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban responden diatas, maka untuk variabel keputusan konsumen (Y), kategori jawaban responden secara keseluruhan adalah “Sangat Baik” karena skor untuk variabel keputusan konsumen yaitu sebesar 1353 yang berada pada range 1344 – 1600.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang sudah dikatakan baik.

5.4 Uji Normalitas Data

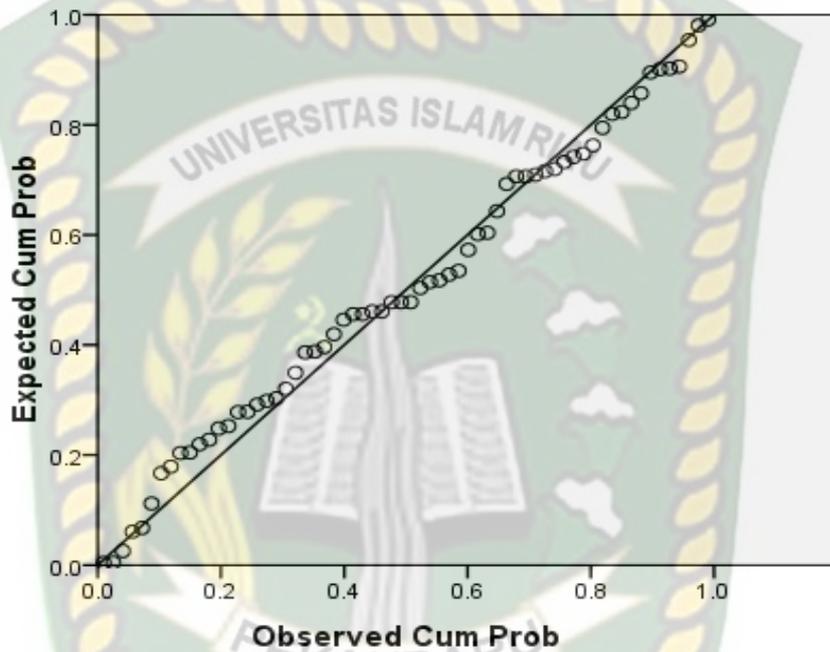
Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal (Ghozali, 2011: 35).

Hasil uji normalitas data pada penelitian ini dapat dilihat pada output SPSS gambar 5.1 berikut:

Gambar 5.1
Hasil Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)



Sumber: Data Olahan SPSS, 2019.

Berdasarkan gambar 5.1 diatas, dapat dilihat bahwa sebaran data terdapat di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu, maka model regresi variabel independen dan variabel dependen memenuhi asumsi normalitas, dan ini berarti data tersebut berdistribusi normal dan layak diuji. Dengan demikian pengujian statistik dalam penelitian ini dapat untuk memenuhi hipotesis penelitian.

5.5 Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologis dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen

5.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor psikologis (X_3), dan faktor pribadi (X_4) terhadap variabel terikat yaitu keputusan konsumen (Y). Adapun persamaan rumus regresi linear berganda ialah sebagai berikut:

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

Dimana :

- Y = Keputusan Konsumen.
- a = Konstanta.
- b = Koefisien arah dari regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen atau mengukur besar pengaruh X terhadap Y, jika X naik satu unit.
- X_1 = Faktor Budaya.
- X_2 = Faktor Sosial.
- X_3 = Faktor Psikologis.
- X_4 = Faktor Pribadi.

Hasil pengolahan data melalui program SPSS dapat disajikan hasilnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.31
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.359	1.907		.712	.479
Budaya (X_1)	.528	.164	.300	3.213	.002
Sosial (X_2)	.556	.160	.360	3.485	.001
Psikologis (X_3)	.539	.130	.393	4.165	.000
Pribadi (X_4)	-.038	.067	-.049	-.571	.570

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.31 diatas, maka dapat diketahui persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 1,359 + 0,528X_1 + 0,556X_2 + 0,539X_3 - 0,038X_4 + e$$

Persamaan ini dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 1,359 artinya jika variabel bebas Faktor Budaya (X_1), Faktor Sosial (X_2), Faktor Psikologia (X_3), dan Faktor Pribadi (X_4) nilainya tetap, maka variabel terikat Keputusan Konsumen (Y) nilainya sebesar 1,359.
2. Koefisien regresi b_1 sebesar 0,528 artinya jika variabel Faktor Budaya (X_1) mengalami kenaikan 1 satuan, maka Keputusan Konsumen (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,528 satuan dengan asumsi variabel bebas lain nilainya konstan atau tetap. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor produk dengan keputusan konsumen, semakin baik faktor produk maka keputusan konsumen juga akan semakin meningkat.
3. Koefisien regresi b_2 sebesar 0,556 artinya jika variabel Faktor Sosial (X_2) mengalami kenaikan 1 satuan, maka Keputusan Konsumen (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,556 satuan dengan asumsi variabel bebas lain nilainya konstan atau tetap. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor sosial dengan keputusan konsumen, semakin baik faktor sosial maka keputusan konsumen juga akan semakin meningkat.

4. Koefisien regresi b_3 sebesar 0,539 artinya jika variabel Faktor Psikologis (X_3) mengalami kenaikan 1 satuan, maka Keputusan Konsumen (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,539 satuan dengan asumsi variabel bebas lain nilainya konstan atau tetap. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor psikologis dengan keputusan konsumen, semakin baik faktor psikologis maka keputusan konsumen juga akan semakin meningkat.
5. Koefisien regresi b_4 sebesar (-0,038) artinya jika variabel Faktor Pribadi (X_4) mengalami kenaikan 1 satuan, maka Keputusan Konsumen (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,038 satuan dengan asumsi variabel bebas lain nilainya konstan atau tetap. Koefisien regresi bernilai negatif artinya tidak adanya hubungan antara faktor pribadi dengan keputusan konsumen, semakin meningkat faktor pribadi maka belum dapat mempengaruhi peningkatan keputusan konsumen.

5.5.2 Uji Hipotesis

1. Uji - t (Parsial)

Uji-t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dasar dalam penarikan kesimpulannya ialah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai sig. < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel bebas (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y).

- b. Jika nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau nilai $\text{sig.} > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel bebas (X) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Nilai $t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2 ; n-k) = t(0.05/2 ; 64-5) = t(0.025 ; 59) = 2.001$.

Maka dapat diketahui bahwa **nilai $t_{\text{tabel}} = 2.001$** , dari output SPSS pada tabel 5.31 sebelumnya maka dapat diketahui bahwa :

- a. Faktor Budaya (X_1) :

Nilai $t_{\text{hitung}} = 3.213 > 2.001$ (t_{tabel}) atau nilai $\text{sig.} = 0.002 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.

- b. Faktor Sosial (X_2) :

Nilai $t_{\text{hitung}} = 3.485 > 2.001$ (t_{tabel}) atau nilai $\text{sig.} = 0.001 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.

- c. Faktor Psikologis (X_3) :

Nilai $t_{\text{hitung}} = 4.165 > 2.001$ (t_{tabel}) atau nilai $\text{sig.} = 0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.

- d. Faktor Pribadi (X_4) :

Nilai $t_{\text{hitung}} = -0.571 < 2.001$ (t_{tabel}) atau nilai $\text{sig.} = 0.570 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.

2. Uji – f (Simultan)

Uji-f bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dasar dalam penarikan kesimpulannya ialah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ atau nilai $\text{sig.} < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika nilai $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ atau nilai $\text{sig.} > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas (X) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Penyelesaian dalam menentukan f-tabel yaitu sebagai berikut:

$$df (n1) = k-1 = 5 - 1 = 4.$$

$$df (n2) = n-k = 64 - 5 = 59.$$

Dengan nilai $df (n1) = 4$, $df (n2) = 59$, dan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka didapatkan **nilai f-tabel sebesar 2,53**. Untuk mengetahui nilai signifikansi dan nilai f_{hitung} , dapat dilihat pada hasil output SPSS dibawah ini:

Tabel 5.32
Hasil Uji-f (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	254.777	4	63.694	31.591	.000 ^a
	Residual	118.957	59	2.016		
	Total	373.734	63			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.32 diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai f_{hitung} yaitu sebesar 31.591 dan nilai signifikan yaitu sebesar 0.000. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Nilai $f_{\text{hitung}} = 31.591 > 2.53$ (f_{tabel}) atau nilai $\text{sig.} = 0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.

5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) atau *r-square* digunakan untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.33
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.826 ^a	.682	.660	1.41994
---	-------------------	------	------	---------

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

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019.

Berdasarkan tabel 5.33 diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) atau *r-square* yaitu diketahui sebesar 0.682, hal ini mengandung arti bahwa besarnya persentase pengaruh yang diberikan faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang yaitu sebesar 68.20%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 31.80% (100% - 68.20%) menggambarkan pengaruh dari variabel bebas lainnya yang tidak diamati atau dimasukkan pada persamaan regresi linear pada penelitian ini.

5.6 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang. Sedangkan faktor pribadi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Selanjutnya secara simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Variabel yang paling dominan memberikan sumbangan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang yaitu faktor psikologis.

Pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu proses pemikiran dari pemilihan alternatif yang akan dihasilkan mengenai prediksi kedepan. Menurut Kotler (2009:98), faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen yaitu: faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi.

Faktor budaya merupakan kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka tentang apa yang mereka rasakan. Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Selanjutnya faktor psikologis merupakan dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan dalam menggunakan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain. Sedangkan faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan.

BAB VI

PENUTUP

5.7 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil rekapitulasi jawaban responden menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi.
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang. Sedangkan faktor pribadi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.
3. Secara simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Variabel yang paling dominan memberikan sumbangan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang yaitu faktor psikologis.

5.8 Saran

Adapun saran atau masukan yang dapat diberikan berdasarkan pembahasan pada penelitian ini, yaitu antara lain:

1. UED-SP di Desa Rantau Sialang diharapkan dapat memperdalam faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis konsumen agar dapat mendorong keputusan konsumen dalam meminjam. Karena ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.
2. UED-SP di Desa Rantau Sialang diharapkan agar dapat memperhatikan secara teliti bahwa faktor pribadi belum mampu mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang.
3. Kepada peneliti selanjutnya dalam menganalisis keputusan konsumen konsumen, agar dapat menambahkan variabel bebas lainnya yang belum penulis bahas dalam penelitian ini dan melakukan penelitian pada lokasi/objek yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2000. Manajemen Bisnis. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Basu, Swastha Dharmmesta, Handoko, T. Hani. 2000. Manajemen Pemasaran, Analisa perilaku konsumen. Edisi Pertama Cetakan Ketiga. BPFE: Yogyakarta.
- Bilson, Simamora. 2003. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dagun, Save M. 2006. Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. Jakarta: Lembaga Pengkajian Budaya.
- Desmita, R. 2008. Psikologi Perkembangan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- George, R. Terry. 2000. Prinsip-Prinsip Manajemen. (Edisi bahasa Indonesia). PT. Bumi Aksara: Bandung.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iqbal, Hasan. 2009. Analisis Data Penelitian Statistik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Lamb, Charles W. 2001. Pemasaran, Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta.
- Polancik, Gregor. 2009. *Empirical Research Method Poster*. Jakarta.
- Purimahua. 2005. Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maluku di Ambon. Jurnal Keuangan dan

Perbankan. Th. IX. No. 2. Mei. Hal. 541 – 551. Universitas Kristen Maluku. Ambon.

Sari, Yakut Dekrita. 2013. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk industri garment.

Schiffman dan Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Prentice Hall. Jakarta.

Setiadi, Nugroho J. 2002. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi (Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran). Jakarta: Prenada Media.

Suarni, Gusti Ayu Putu. 2014. Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada LPD (Lembaga Perkreditan Desa) Desa Pakraman Manggissari.

Sudomo, St. 2012. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

_____. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suharnan. 2005. Psikologi Kognitif. Surabaya: Srikandi.

Sumarwan, Ujang. 2004. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia: Bogor.

Umar, Husein. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.