

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PINJAMAN DI PT. BRI UNIT TIKU CABANG BUKITTINGGI

Ali Imran; Bakkareng; Yulistia

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti

Email : aimimran27@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pinjaman di PT. Bri Unit Tiku Cabang Bukittinggi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan riset lapangan dan riset pustaka. Populasi dalam penelitian sebanyak 1.296 orang dengan sampel sebanyak 93 orang. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Variabel psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Variabel kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa variabel pribadi (X_1), sosial (X_2), psikologi (X_3) dan kebudayaan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Kata Kunci : Faktor - Faktor Perilaku Konsumen, Keputusan Nasabah.

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CONSUMER BEHAVIOR FOR DECISION IN CHOOSING LOAN PRODUCTS IN PT. BRI UNIT TIKU BRANCH BUKITTINGGI

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence behavior towards customer decisions in choosing loan products at PT. Bri Unit Tiku Bukittinggi Branch. The data collection methods used in this research are field research and library research. The population in the study were 1,296 people with a sample of 93 people. Methods of data analysis in this study using multiple regression, coefficient of determination, and hypothesis testing t test and F test. The results of this study indicate that: The t test results indicate that personal variables have a significant effect on customer decisions. Social variables have a significant effect on customer decisions. Psychological variables have a significant effect on customer decisions. Cultural variables have a significant effect on customer decisions. The results of the F test show that personal (X_1), social (X_2), psychological (X_3) and cultural (X_4) variables have a significant effect on customer decisions.

Keywords: Consumer Behavior Factors, Customer Decisions.

PENDAHULUAN

Konsumen merupakan elemen penting dalam perilaku konsumen, sehingga dalam usaha dalam memasarkan produk, marketer atau tenaga pemasar harus memahami, mempelajari dan menganalisa perilaku konsumen yang dituju, sehingga diperoleh pandangan yang luas dan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen dan dapat menilai kembali kebutuhan serta menanggapi dengan cepat kebutuhan tersebut. Oleh karena itu kebutuhan konsumen yang mendasari perilaku konsumen harus benar-benar dipahami.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan pribadi/diri sendiri, keluarga. Konsumen merupakan jiwa perusahaan yang menentukan corak atau arah macam serta banyaknya produksi yang dibuat oleh produsen

Sedangkan menurut peraturan pemerintah republik Indonesia nomor 57 tahun 2001 tentang badan perlindungan konsumen nasional bab 1 ketentuan umum pasal 1 bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat. Baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga dan orang lain, dan tidak untuk diperdagangkan

Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menggunakan daya guna dari produk yang telah dipilih. Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, atau menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan. Tidak sedikit konsumen orang yang bingung memilih bank yang tepat.

Maraknya iklan perbankan yang juga mensponsori acara televisi membuat masyarakat awam bingung meminjam dana dibank mana, banyak masyarakat terjebak dengan bunga menggiurkan, fasilitas phone banking (layanan informasi perbankan melalui telephone genggam), kerjasama dengan beberapa bank lain, yang diming-imingi iklan, televisi dan medi cetak. Setelah terpikat oleh janji-janji tersebut akhirnya mereka harus menyesal menjadi nasabah bank tersebut.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan

nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Sebab perkembangan suatu negara tidak terlepas dari peranan bank sebagai lembaga keuangan, sehingga sektor perbankan dapat dikatakan sebagai indikator utama kemajuan ekonomi bangsa. PT. BRI unit tiku cabang bukittinggi bagian yang tidak terpisahkan dari kelahiran negara kesatuan republik Indonesia. sejak peraturan pemerintah No.1 tahun 1946 pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai bank pemerintah pertama di republik Indonesia, sebagai penghimpun dana dan pinjaman.

Adapun syarat yang harus dipenuhi oleh perbankan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan nasabah. Nasabah merupakan faktor penting bagi perkembangan suatu perusahaan, karena tanpa nasabah suatu bank tidak akan dapat menjalankan suatu usahanya.

Kebutuhan dan keinginan nasabah semakin meningkat dan beranekaragam, dimana nasabah akan memilih bank yang akan memberikan keuntungan besar baginya, hal inilah yang membuat pihak bank semakin sulit untuk memuaskan kebutuhan nasabahnya, sehingga ini yang membuat masing-masing bank mempunyai program yang terus diperbaharui. Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru semakin memudahkan nasabah, tingkat bunga tinggi, ada pula yang menawarkan program undian berhadiah. Semua itu dimaksudkan untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya, yakni menarik nasabah baru, dan juga untuk mempertahankan supaya nasabah lama tidak beralih kepada bank lain. Secara umum kegiatan usaha PT. BRI cabang bukittinggi unit tiku adalah memberikan kredit, menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan deposito berjangka dan tabungan.

Dengan mengetahui perilaku konsumen akan sangat membantu perusahaan mengidentifikasi pasarnya sehingga segmen pasar akan lebih jelas, nyata dan efektif. Mempelajari perilaku konsumen akan dapat mengetahui bagaimana konsumen melakukan pembelian, pemilihan, proses keputusan pemilihan dan pembelian konsumen. Proses keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari dalam konsumen itu sendiri (internal) atau yang berasal dari luar (eksternal).

Situasi dewasa ini menunjukkan bahwa nasabah lebih berfikir secara rasional, karena telah mempunyai informasi sempurna tentang dan mempergunakan untuk meraih nilai optimal bagi upaya pembelian dari uangnya. dengan demikian seorang tenaga pemasar harus dapat memahami bagaimana nasabah harus bereaksi baik terhadap ransangan atau kebijakan dari berbagai bentuk produk, harga, daya tarik iklan yang

berbeda-beda maupun reaksi terhadap ransangan lingkungan yang terdiri dari kekuatan utama yang terjadi di lingkungan makro pembeli.

Minat konsumen dalam memilih suatu produk menurut Kotler (2014) dapat dipengaruhi oleh berbagai hal seperti kebudayaan, pengalaman, konsep diri, sikap dan kepercayaan terhadap suatu produk, pengaruh kepribadian maupun kelas sosial. Hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Faktor-faktor tersebut cukup mempengaruhi perilaku seseorang dalam membuat keputusan untuk meminjam, memilih produk pinjaman di PT. BRI unit tiku cabang bukittinggi, setiap konsumen tentu dipengaruhi faktor-faktor yang berbeda, sehingga pada akhirnya konsumen tersebut memutuskan untuk meminjam di bank tersebut.

Demikian pula halnya PT.BRI unit tiku cabang bukittinggi merupakan salah satu bank yang menarik nasabah dari berbagai golongan yang mempunyai latar belakang aktivitas pekerjaan yang berbeda-beda diantaranya pegawai negeri dan bumh, karyawan swasta, wiraswasta, petani, pedagang dan lainnya.

Dalam menghimpun dana masyarakat untuk produk pinjaman.PT.BRI unit tiku cabang bukittinggi menawarkan beberapa produk diantaranya produk dana dan produk simpan-pinjam berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Jenis-jenis produk PT.BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi

Nama produk	Jenis produk
1.Produk pinjaman	1. Kredit usaha rakyat(KUR) 2. Kupedes 3. Briguna
2. Produk simpanan	1.Tabungan britama 2.Tabungan simpedes 3.Simpedes TKI 4.Tabunganku 5.Deposito 6.Giro

Produk pinjaman terbagi dalam beberapa jenis yaitu, KUR(kredit usaha rakyat), kupedes (pinjaman yang bersifat umum yang ditujukan untuk individu dan pelaku usaha), Briguna (pinjaman pegawai, pesiunan, maupun umum). Sedangkan produk simpanan terdiri dari, tabungan britama, tabungan simpedes, simpedes tki, tabunganku, deposito dan giro.

Produk-produk diatas termasuk produk produktif yang mana merupakan bentuk yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional. Dengan suku bunga yang ditetapkan pemerintah sebagai pemegang regulasi.

Untuk mengetahui seberapa besar tingkatan perkembangan nasabah pada debitur pinjaman dari tahun-ketahun bisa kita lihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Perkembangan jumlah Nasabah pada PT.BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi periode 2016 s/d 2018 (dalam orang)

Tahun	Jumlah nasabah
2016	1.214
2017	1.174
2018	1.296

Sumber PT.BRI unit tiku cabang bukittinggi

Berdasarkan dari table 1.2 diatas dapat dijelaskan jumlah nasabah PT. BRI unit tiku cabang bukittinggi 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2016 jumlah nasabah sebanyak 1214 orang. Pada tahun 2017 sebanyak 1174 orang. Mengalami penurunan sebanyak 40 orang dan pada tahun 2018 jumlah nasabah sebanyak 1296 orang. Mengalami kenaikan 122 orang.

Dengan demikian perkembangan jumlah nasabah tidak terlepas dari strategi pemasaran yang hanya ditempuh oleh pengelola bank. Dalam usaha pemasarannya pemilik bank perlu memperhatikan keadaan konsumennya. Perilaku konsumen sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan.

Yang menjadi faktor seseorang melakukan keputusan menjadi nasabah bank adalah kesan pertama terjadinya kontak pada saat terjadinya transaksi. Karena bank sendiri identik dengan sebuah kepercayaan, sementara kepercayaan itu sendiri dengan cara menciptakan suatu kesan yang baik dari masyarakat (konsumen/nasabah) terhadap bank.

PT. BRI unit tiku cabang bukittinggi dalam upaya memperoleh atau mempertahankan nasabahnya harus diberi pelayanan yang dapat memuaskan konsumen sehingga mampu menciptakan dampak yang positif, dan konsumen merasa terpenuhi semua keinginannya, dan selalu setia menjadi nasabahnya, karena konsumen dalam membeli produk atau jasa tidak terlepas dari keinginan dan kebutuhannya.

Berdasarkan masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pinjaman Di PT. BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi**".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pinjaman di PT. BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi ?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam meminjam di PT. BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi ?
3. Apakah faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam meminjam di PT. BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi ?
4. Apakah faktor kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam meminjam di PT. BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi ?
5. Apakah faktor pribadi, sosial, psikologis, dan kebudayaan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam meminjam di PT. BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi ?

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan riset lapangan dan riset pustaka. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, wawancara dan kuisioner. Jenis data adalah data kualitatif dengan sumber data primer. Populasi penelitian ini adalah Nasabah KUR PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tiku Cabang Bukittinggi pada periode tahun 2018 yaitu sebanyak 1.296 orang dengan sampel sebanyak 93 orang. Uji Asumsi Klasik yang digunakan ada 3 (tiga) yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Metode Analisis Data yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Metode Pengujian Hipotesis diuji dengan 2 cara yaitu uji t (parsial) dan uji F (simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	54	58.1	58.1	58.1
	Perempuan	39	41.9	41.9	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nasabah laki – laki lebih banyak daripada nasabah perempuan. Hal ini dikarenakan nasabah yang mengajukan pinjaman KUR adalah kepala keluarga yang memiliki usaha dagang.

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Antara 17 – 23 tahun	7	7.5	7.5	7.5
	Antara 24 – 30 tahun	19	20.4	20.4	28.0
	Antara 31 – 37 tahun	28	30.1	30.1	58.1
	Antara 38 – 44 tahun	21	22.6	22.6	80.6
	Antara 45 – 51 tahun	7	7.5	7.5	88.2
	Di atas 51 tahun	11	11.8	11.8	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nasabah mayoritas berusia 31 - 37 tahun dengan jumlah 28 orang atau sebesar 30.1%. Dikarenakan usia produktif nasabah yang bisa mengajukan pinjaman lebih banyak memiliki rentang usia 31 – 37 tahun sebelum usia pensiun.

Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

		PENGHASILAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.000.000 s.d 3.000.000	22	23.7	23.7	23.7
	4.000.000 s.d 6.000.000	36	38.7	38.7	62.4
	7.000.000 s.d 9.000.000	31	33.3	33.3	95.7
	lebih dari 9.000.000	4	4.3	4.3	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nasabah terbanyak berpenghasilan 4.000.000 s.d 6.000.000 sebanyak 36 orang atau 38.7%. Dari hasil yang didapatkan nasabah memiliki penghasilan yang bervariasi kecil hingga menengah.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pinjaman

		PINJAMAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.000.000 s.d 5.000.000	16	17.2	17.2	17.2
	5.000.001 s.d 10.000.000	33	35.5	35.5	52.7
	10.000.001 s.d 15.000.000	16	17.2	17.2	69.9
	15.000.001 s.d 20.000.000	14	15.1	15.1	84.9
	lebih dari 20.000.001	14	15.1	15.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nasabah terbanyak mendapatkan pinjaman di rentang 5.000.001 s.d 10.000.000 karena nasabah mengajukan pinjaman untuk usaha yang masih terbilang kecil.

Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai pada setiap item pertanyaan setiap variabel, deskripsi variabel dengan penjabarannya adalah sebagai berikut :

Analisis Dekriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PRIBADI	93	69.00	116.00	100.4409	9.27064
SOSIAL	93	63.00	94.00	82.5591	7.29422
PSIKOLOGI	93	84.00	117.00	101.6989	7.26783
KEBUDAYAAN	93	47.00	70.00	60.9570	4.66232
KEPUTUSAN_NASABAH	93	63.00	96.00	82.1828	6.12718
Valid N (listwise)	93				

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel diatas terlihat bahwa rata – rata nilai tertinggi berada pada variable psikologi sedangkan rata – rata nilai terendah berada pada variable kebudayaan.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Dengan mempergunakan bantuan dari *software* SPSS versi 24, maka pengujian validitas instrumen, dimana nilai validitas dapat dilihat pada kolom *CorrectedItem-Total Correlation*. Jika angka korelasi yang didapat lebih besar dari padaangka kritik ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini angka kritik adalah $N = 93$ maka angka kritik untuk uji coba validitas dalam penelitian ini adalah 0,25.

a. Uji Validitas Pribadi (X₁)

Hasil uji validitas variabel pribadi (X₁), dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Hasil Uji Validitas Variabel Pribadi (X₁)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PRI_1	96.3548	78.210	.651	.912
PRI_2	96.4516	80.011	.447	.916
PRI_3	96.3978	79.655	.635	.913
PRI_4	96.4301	77.465	.649	.912
PRI_5	96.3978	78.242	.608	.913
PRI_6	96.4086	79.723	.569	.914
PRI_7	96.3118	79.173	.569	.914
PRI_8	96.4086	76.744	.664	.912
PRI_9	96.4301	80.270	.464	.916
PRI_10	96.3871	80.957	.417	.916
PRI_11	96.5914	81.918	.374	.917
PRI_12	96.4624	79.447	.516	.915
PRI_13	96.4409	78.597	.591	.913
PRI_14	96.4409	80.054	.525	.915
PRI_15	96.4194	81.224	.427	.916
PRI_16	96.4624	78.577	.577	.914
PRI_17	96.3978	80.547	.496	.915
PRI_18	96.3548	81.123	.333	.918
PRI_19	96.4086	79.723	.569	.914
PRI_20	96.5914	81.918	.374	.917
PRI_21	96.4301	77.465	.649	.912
PRI_22	96.3548	78.210	.651	.912
PRI_23	96.4086	76.744	.664	.912
PRI_24	96.3871	80.957	.417	.916
PRI_25	96.4516	80.011	.447	.916

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas seluruh pertanyaan variabel pribadi dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,25), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Validitas Sosial (X₂)

Hasil uji validitas variabel sosial (X₂) dapat dilihat pada table sebagai berikut :

Hasil Uji Validitas pada Variabel Sosial (X₂)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SOS_1	78.3978	48.264	.555	.903
SOS_2	78.4086	47.027	.676	.900
SOS_3	78.3871	48.305	.525	.904
SOS_4	78.4086	49.766	.346	.908

SOS_5	78.4301	48.204	.545	.903
SOS_6	78.5699	48.922	.505	.904
SOS_7	78.3763	47.716	.591	.902
SOS_8	78.4086	48.679	.459	.906
SOS_9	78.4086	48.483	.534	.904
SOS_10	78.4839	47.926	.560	.903
SOS_11	78.3656	48.343	.510	.904
SOS_12	78.4194	49.007	.513	.904
SOS_13	78.3978	49.460	.438	.906
SOS_14	78.4516	46.555	.702	.899
SOS_15	78.5484	49.511	.490	.905
SOS_16	78.4301	48.204	.545	.903
SOS_17	78.4516	46.011	.746	.898
SOS_18	78.4194	49.007	.513	.904
SOS_19	78.3763	47.716	.591	.902
SOS_20	78.4839	47.926	.560	.903

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas seluruh pertanyaan variabel sosial dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,25), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

c. Uji Validitas Variabel Psikologi (X₃)

Hasil uji validitas variabel psikologi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Hasil Uji Validitas pada Variabel Psikologi (X₃)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PSI_1	97.5376	49.947	.367	.861
PSI_2	97.6344	49.474	.366	.861
PSI_3	97.4946	49.405	.433	.859
PSI_4	97.6022	48.503	.495	.857
PSI_5	97.6559	48.098	.516	.856
PSI_6	97.6022	49.851	.355	.861
PSI_7	97.4624	49.295	.383	.860
PSI_8	97.6237	47.759	.549	.855
PSI_9	97.5484	48.250	.490	.857
PSI_10	97.5376	48.490	.471	.857
PSI_11	97.7634	49.422	.394	.860
PSI_12	97.6129	49.653	.426	.859
PSI_13	97.6667	49.333	.389	.860
PSI_14	97.6989	49.843	.348	.861
PSI_15	97.6344	50.256	.323	.862
PSI_16	97.6022	48.155	.520	.856
PSI_17	97.5699	47.661	.575	.854
PSI_18	97.6129	49.892	.342	.861
PSI_19	97.5699	49.596	.342	.861
PSI_20	97.5484	48.968	.435	.859
PSI_21	97.5484	49.946	.357	.861
PSI_22	97.6237	47.694	.471	.857
PSI_23	97.5054	49.796	.315	.862
PSI_24	97.4946	49.144	.352	.861
PSI_25	97.5914	48.853	.415	.859

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas seluruh pertanyaan variabel psikologi dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,25), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

d. Uji Validitas Variabel Kebudayaan (X₄)

Hasil uji validitas variabel kebudayaan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Hasil Uji Validitas pada Variabel Kebudayaan (X₄)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KEB_1	56.7957	19.186	.459	.809
KEB_2	56.8387	19.202	.444	.810
KEB_3	56.7742	19.264	.449	.810
KEB_4	56.7957	19.186	.439	.811
KEB_5	56.9462	19.704	.362	.815
KEB_6	56.9785	18.913	.504	.806
KEB_7	56.7957	19.121	.402	.813
KEB_8	56.8710	18.418	.499	.806
KEB_9	56.8602	18.339	.507	.806
KEB_10	56.8172	19.608	.401	.813
KEB_11	57.0215	18.826	.451	.810
KEB_12	56.8925	20.010	.344	.816

KEB_13	56.9247	19.201	.385	.815
KEB_14	57.0968	18.588	.560	.802
KEB_15	56.9892	20.098	.330	.817

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas seluruh pertanyaan variabel kebudayaan dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,25), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

e. Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Hasil uji validitas variabel keputusan nasabah dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Hasil Uji Validitas pada Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN_1	78.0968	34.154	.465	.839
KN_2	78.0323	33.032	.539	.836
KN_3	77.9677	33.010	.527	.836
KN_4	78.0215	33.934	.469	.839
KN_5	78.0968	34.154	.430	.841
KN_6	78.0968	34.893	.335	.845
KN_7	78.0000	33.522	.520	.837
KN_8	77.9892	33.837	.410	.842
KN_9	78.1075	34.771	.345	.844
KN_10	78.2366	33.770	.493	.838
KN_11	77.9462	35.030	.332	.845
KN_12	78.0323	33.358	.509	.837
KN_13	78.0860	35.188	.312	.845
KN_14	78.1398	33.556	.555	.836
KN_15	78.0215	33.782	.444	.840
KN_16	78.1183	34.475	.412	.842
KN_17	78.1505	34.999	.309	.846
KN_18	78.0860	34.601	.388	.842
KN_19	78.2043	34.860	.383	.843
KN_20	78.0430	34.150	.377	.843

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas seluruh pertanyaan variabel keputusan nasabah dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,25), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Imam Ghazali (2016:16) mendefinisikan reliabilitas sebagai suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Dengan menggunakan bantuan *software* SPSS maka koefisien *cronbach's alpha* merupakan uji reabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua. Secara umum suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,25. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Uji Reliabilitas

Variabel	CA
X ₁	0.918
X ₂	0.908
X ₃	0.864
X ₄	0.821
Y	0.848

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari penyajian tabel diatas, maka seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel, dimana hasil perhitungan uji reliabilitas yang masing-masing variabelnya menunjukkan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,25. Hal ini berarti keseluruhan variabel dapat digunakan untuk pengolahan data lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan

variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yakni jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, nilai ini diambil pada hasil uji normalitas menggunakan SPSS versi 24.

Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.95260002
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.032
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel diatas didapatkan nilai residual sebesar 0,2 lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 93 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PRIBADI	.875	1.142
	SOSIAL	.990	1.010
	PSIKOLOGI	.980	1.021
	KEBUDAYAAN	.882	1.133

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH
Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah lolos dari uji multikolinearitas dikarenakan nilai VIF lebih kecil dari 10, yang berarti data yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila sig. Yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Hasil uji heroskedastisitas ditunjukkan pada tabel berikut :

Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.732	7.398		1.045	.299
	PRIBADI	-.042	.038	-.122	-1.081	.283
	SOSIAL	-.009	.046	-.021	-.198	.844
	PSIKOLOGI	.015	.046	.033	.313	.755
	KEBUDAYAAN	-.008	.076	-.012	-.105	.917

a. Dependent Variable: ABS_UT
Sumber : Hasil Olah Data.

Dari perhitungan yang terdapat pada tabel dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang memenuhi syarat uji heteroskedastisitas yang memiliki nilai sig besar dari 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisa Kuantitatif

1. Analisa Deskriptif Variabel

Variabel pribadi pada indikator usia didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 81% dengan kategori baik. Pada indikator pekerjaan didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 81% dengan kategori sangat baik. Pada indikator keadaan ekonomi didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 79% dengan kategori baik. Pada indikator gaya hidup didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 80% dengan kategori baik. Pada indikator konsep diri didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 81% dengan kategori baik. Dari data tersebut didapatkan bahwa tingkat capai responden tertinggi berada pada usia, pekerjaan dan konsep diri yang masing – masing yaitu sebanyak 81% dalam kategori sangat baik.

Variabel sosial pada indikator kelompok acuan didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 83% dengan kategori baik. Pada indikator keluarga didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 82% dengan kategori sangat baik. Pada indikator peran didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 82% dengan kategori sangat baik. Pada indikator status didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 83% dengan kategori sangat baik. Dari data tersebut didapatkan bahwa tingkat capai responden tertinggi berada pada kelompok acuan dan status yang masing – masing yaitu sebanyak 83% dalam kategori sangat baik.

Variabel psikologi indikator motivasi didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 81% dengan kategori baik. Pada indikator persepsi didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 82% dengan kategori sangat baik. Pada indikator pembelajaran didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 80% dengan kategori baik. Pada indikator keyakinan didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 82% dengan kategori sangat baik. Pada indikator sikap didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 82% dengan kategori sangat baik. Dari data tersebut didapatkan bahwa tingkat capai responden tertinggi berada pada persepsi, keyakinan dan sikap yang masing – masing yaitu sebanyak 83% dalam kategori sangat baik.

Variabel kebudayaan pada indikator budaya didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 83% dengan kategori baik. Pada indikator subbudaya didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 82% dengan kategori sangat baik. Pada indikator kelas sosial didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 79% dengan kategori baik. Dari data tersebut didapatkan bahwa tingkat capai responden tertinggi berada pada budaya yaitu sebanyak 83% dalam kategori sangat baik.

Variabel keputusan nasabah pada indikator pengenalan masalah didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 83% dengan kategori baik. Pada indikator pencarian informasi didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 82% dengan kategori sangat baik. Pada indikator penilaian alternatif didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 83% dengan kategori sangat baik. Pada indikator keputusan pembelian didapatkan rata - rata nilai TCR adalah 81% dengan kategori sangat baik. Dari data tersebut didapatkan bahwa tingkat capai responden tertinggi berada pada pengenalan masalah dan penilaian alternatif yang masing – masing yaitu sebanyak 83% dalam kategori sangat baik.

2. Analisa Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah pengaruh secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari pengolahan data diadopsi dari tabel *coefficients* yang disajikan pada table berikut ini.

Coefficients
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.500	11.715		.726	.470
PRIBADI	.229	.061	.347	3.763	.000
SOSIAL	.236	.073	.280	3.239	.002
PSIKOLOGI	.152	.073	.181	2.074	.041
KEBUDAYAAN	.258	.121	.197	2.143	.035

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel di atas dapat ditarik persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 8.500 + 0,229 X_1 + 0,236 X_2 + 0,152 X_3 + 0,258 X_4$$

Nilai konstanta sebesar 8.500 hal ini menunjukkan bahwa jika terdapat penurunan variabel X maka nilai Y menurun sebesar 8.500 satuan.

- Dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa konstanta sebesar 8.500 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai pribadi, sosial, psikologi dan kebudayaan sama dengan nol maka nilai keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 8.500. Dengan kata lain nilai keputusan nasabah tanpa pribadi, sosial, psikologi dan kebudayaan adalah sebesar 8.500.
- Nilai koefisien regresi variabel pribadi sebesar 0,229, berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel pribadi sebesar satu satuan maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,229 atau 22.9%. Koefesien bernilai positif artinya antara variabel pribadi dan keputusan nasabah berpengaruh positif. Kenaikan variabel pribadi berakibat kenaikan pada variabel keputusan nasabah.
- Nilai koefisien regresi variabel sosial sebesar 0,236, berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel sosial sebesar satu satuan maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,236 atau 23.6%. Koefesien bernilai positif artinya antara variabel sosial dan keputusan nasabah berpengaruh positif. Kenaikan variabel sosial berakibat kenaikan pada variabel keputusan nasabah.
- Nilai koefisien regresi variabel psikologi sebesar 0,152, berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel psikologi sebesar satu satuan maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,152 atau 15.2%. Koefesien bernilai positif artinya antara variabel psikologi dan keputusan nasabah berpengaruh positif. Kenaikan variabel psikologi berakibat kenaikan pada keputusan nasabah.
- Nilai koefisien regresi variabel kebudayaan sebesar 0,258, berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel kebudayaan sebesar satu satuan maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,258 atau 25.8%. Koefesien bernilai positif artinya antara variabel kebudayaan dan keputusan nasabah berpengaruh positif. Kenaikan variabel kebudayaan berakibat kenaikan pada keputusan nasabah.

3. Analisa Determinasi

Analisa koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan pengaruh variabel independen yang terdiri dari

pribadi (X₁), sosial (X₂), psikologi (X₃) dan kebudayaan (X₄) secara simultan terhadap variabel dependen keputusan nasabah (Y).

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 ^a	.347	.317	5.06391

a. Predictors: (Constant), KEBUDAYAAN, PSIKOLOGI, SOSIAL, PRIBADI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0.317 atau 31.7%, hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan variabel independen pribadi (X₁), sosial (X₂), psikologi (X₃) dan kebudayaan (X₄) terhadap variabel dependen keputusan nasabah (Y) sebesar 0,317 atau 31.7%. Sumbangan variabel X memberikan penjelasan yang minim terhadap variabel Y. Sedangkan sisanya sebesar 68.3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara individual dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t dari penelitian ini dapat disajikan pada tabel berikut ini.

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.500	11.715		.726	.470
	PRIBADI	.229	.061	.347	3.763	.000
	SOSIAL	.236	.073	.280	3.239	.002
	PSIKOLOGI	.152	.073	.181	2.074	.041
	KEBUDAYAAN	.258	.121	.197	2.143	.035

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH

Sumber : Hasil Olah Data.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan t tabel pada signifikansi 0,05 uji dua arah dengan derajat kebebasan $df\ n-k-1 = 93-4-1 = 88$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas) dengan nilai t tabel sebesar 1.98729. Hasil uji t dapat dilihat pada output SPSS dari tabel diatas diketahui sebagai berikut :

- a. Nilai t hitung dari variabel pribadi adalah sebesar 3,763 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98729. Sehingga t hitung > t tabel dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$ jadi H₀ ditolak H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pribadi secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah.
- b. Nilai t hitung dari variabel sosial adalah sebesar 3,239 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98729. Sehingga t hitung > t tabel dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,002 < 0,05$ jadi H₀ ditolak H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel sosial secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah.
- c. Nilai t hitung dari variabel psikologi adalah sebesar 2.074 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98729. Sehingga t hitung > t tabel dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,041 < 0,05$ jadi H₀ ditolak H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel psikologi secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah.

d. Nilai t hitung dari variabel kebudayaan adalah sebesar 2.143 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98729. Sehingga t hitung > t tabel dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,035 < 0,05$ jadi H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kebudayaan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah.

2. Uji F

Uji F dilakukan dengan melihat nilai F hitung dan nilai sig. Tabel ANOVA dari output SPSS. Hasil pengujian disajikan pada table berikut :

ANOVA
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1197.294	4	299.323	11.673	.000 ^b
Residual	2256.599	88	25.643		
Total	3453.892	92			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH

b. Predictors: (Constant), KEBUDAYAAN, PSIKOLOGI, SOSIAL, PRIBADI

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung 11.673 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,94 dan nilai sig yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,000 yang lebih kecil dari α yang digunakan sebesar 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan pribadi (X_1), sosial (X_2), psikologi (X_3) dan kebudayaan (X_4) secara simultan / bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, didapatkan pribadi (X_1), sosial (X_2), psikologi (X_3) dan kebudayaan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dimana didapati t hitung sebesar 3,763 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98729 dan nilai sig perhitungan 0,000 yang diperoleh kecil dari 0,05 sehingga variabel pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
2. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dimana didapati t hitung sebesar 3,239 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98729 dan nilai sig perhitungan 0,002 yang diperoleh kecil dari 0,05 sehingga variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
3. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dimana didapati t hitung sebesar 2,074 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98729 dan nilai sig perhitungan 0,041 yang diperoleh kecil dari 0,05 sehingga variabel psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
4. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dimana didapati t hitung sebesar 2,143 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98729 dan nilai sig perhitungan 0,035 yang diperoleh kecil dari 0,05 sehingga variabel kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

5. Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa variabel pribadi (X_1), sosial (X_2), psikologi (X_3) dan kebudayaan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dimana didapati F hitung sebesar 11,673 yang nilainya lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,94 dan nilai sig perhitungan 0,000 yang diperoleh kecil dari 0,05 sehingga variabel pribadi (X_1), sosial (X_2), psikologi (X_3) dan kebudayaan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Saran

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Keputusan Nasabah BRI Unit Tiku Cabang Bukittinggi sangat dipengaruhi oleh pribadi (X_1), sosial (X_2), psikologi (X_3) dan kebudayaan (X_4). Untuk itu diharapkan BRI lebih memperhatikan factor – factor yang akan mempengaruhi keputusan nasabahnya dalam memilih suatu produk. Dengan mengetahui factor – factor yang akan mempengaruhi keputusan nasabah, pihak BRI akan lebih waspada sebelum memberikan pinjaman atau lebih mudah dalam mempengaruhi calon nasabah untuk membeli atau menggunakan produk yang BRI tawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifki Nugroho, 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey)*. Skripsi UNDIP.
- Afifudin, Bernadin. 2016. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dua Kartu Provider GSM Dan CDMA Pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta. *Jurnal Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Hal 157 – 173.
- Agussalim Manguluang, 2015. *Statistik Lanjutan*, Ekasakti Press, Padang.
- Anoraga, Pandji. 2014. *Manajemen Bisnis*, Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha. 2016. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2017. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Budisantoso, Totok dan Sigit Triandaru. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi dua. Jakarta: Salemba Empat
- Dhita, Panji, Rizky, Ardaneswari. 2016. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Organik. *Jurnal Teknologi Pertanian*. Vol 17 No 1 Hal 69 – 78.
- Engel, J.F. et.al. 2013. *Consumer Behavior Jilid 1*, Alih Bahasa Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fery, Endah, Shofia. 2015. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor Di Pasar Johar Kota Semarang. *MEDIAGRO*. Vol 11 No 1 Hal 35 – 46.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karnadi, Kusmirayati. 2015. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Kopi Susu Instan Merk

- Torabika Studi Kasus Fakultas Ekonomi UNARS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 13 No 1 Hal 76 – 94.
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesepuluh Jilid I*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika: Jakarta.
- Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Lely Afiati. 2016. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian HP Oppo Di Meteor Cell Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwanto. *Jurnal STIE Ichsan Pohuwanto*. Hal 245 – 257.
- Dendawijaya, Lukman. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- M. Nur Rianto Al Arif. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Mardon, Djurwati. 2016. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan Merk Indomie Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 4 No 4 Hal 984 – 992.
- Muta, Joni, Agus. 2016. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Tahu Di Kabupaten Jember. *Jurnal Pamator*. Vol 9 No 1 Hal 30 – 40.
- Nur, Made, Effendy. 2018. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Buah Jeruk Impor Di Kota Palu. *Jurnal Agroland*. Vol 25 No 2 Hal 121 – 129.
- Permatasari khairunisa, 2017. *Analisis Keputusan Pelaku Usaha dalam Memilih Kredit Mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bogor Dramaga*.
- Schiffman dan Kanuk. 2018. *Perilaku konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Sri Handayani. 2012. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta*. Vol 4 No 1 Hal 2 – 11.
- Syafirah, Lisbeth, Jopie. 2017. Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 5 No 2 Hal 245 – 255.
- Umar, H. 2015. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zubaidah, Sahral. 2017. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merk Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*. Vol 6 No 1 Hal 37 – 43.