

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO ANGKATAN 2013  
MEMILIH PRODI EKONOMI SYARIAH**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi  
Syariah (S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

**Aswandi**

Nim 13.16.4.0014

Dibimbing oleh:

1. Dr. Helmi Kamal, M.HI.
2. Ilham S.Ag, M.A.

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

**2017**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO ANGKATAN 2013  
MEMILIH PRODI EKONOMI SYARIAH**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi  
Syariah (S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

**Aswandi**

Nim 13.16.4.0014

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

**2017**

## ABSTRAK

**Nama** : Aswandi  
**NIM** : 13.16.4.0014  
**Judul** : **Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo Angkatan 2013 Memilih Prodi Ekonomi Syariah**

---

Permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah faktor perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo, 2) Diantara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo. Oleh sebab itu tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo, 2) Untuk mengetahui faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

Dalam penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2013 di IAIN Palopo, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan dokumen. Adapun analisis datanya menggunakan uji Validitas, uji Reliabilitas, uji Normalitas, uji Multikolonearitas, uji Heteroskedastisitas, uji simultan (F), uji Koefisien Determinasi, dan uji parsial (T).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1. Berdasarkan uji simultan (uji F), hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel bebas yaitu variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor sosial (X3), faktor psikologis (X4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel pengambilan keputusan (Y). dimana diketahui nilai  $F_{hitung} (13,006) > F_{tabel} (2,53)$ . 2. Dari hasil pengujian, variabel faktor budaya (X1) mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo. Hal ini dapat dilihat dengan nilai  $T_{hitung} (5,212) > T_{tabel} (1,672)$ .

## DAFTAR ISI

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b>              | <b>.....i</b>                              |
| <b>HALAMAN JUDUL</b>               | <b>.....ii</b>                             |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>      | <b>.....iii</b>                            |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b>       | <b>.....iv</b>                             |
| <b>ABSTRAK</b>                     | <b>.....vi</b>                             |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> | <b>.....vii</b>                            |
| <b>PRAKATA</b>                     | <b>.....viii</b>                           |
| <b>DAFTAR ISI</b>                  | <b>.....xi</b>                             |
| <b>DAFTAR TABEL</b>                | <b>.....xiii</b>                           |
| <b>BAB 1</b>                       | <b>PENDAHULUAN</b>                         |
| A.                                 | Latar Belakang Masalah ..... 1             |
| B.                                 | Rumusan Masalah ..... 7                    |
| C.                                 | Hipotesis ..... 7                          |
| D.                                 | Definisi Operasional Variabel ..... 7      |
| E.                                 | Tujuan Penelitian ..... 9                  |
| F.                                 | Manfaat Penelitian ..... 9                 |
| <b>BAB II</b>                      | <b>TINJAUAN PUSTAKA</b>                    |
| A.                                 | Penelitian Terdahulu yang Relevan ..... 10 |
| B.                                 | Kajian Pustaka ..... 11                    |
| C.                                 | Kerangka Pikir ..... 29                    |

|                       |  |    |
|-----------------------|--|----|
| <b>BAB III</b>        | <b>METODE PENELITIAN</b>                 |    |
|                       | A. Pendekatan dan Jenis Penelitian ..... | 30 |
|                       | B. Lokasi Penelitian .....               | 30 |
|                       | C. Populasi dan Sampel .....             | 30 |
|                       | D. Sumber Data .....                     | 32 |
|                       | E. Teknik Pengumpulan Data .....         | 33 |
|                       | F. Teknik Pengolahan Data .....          | 34 |
|                       | G. Teknik Analisis Data .....            | 35 |
| <b>BAB IV</b>         | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>   |    |
|                       | A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....  | 41 |
|                       | B. Hasil Penelitian .....                | 48 |
|                       | C. Pembahasan Hasil Penelitian .....     | 71 |
| <b>BAB V</b>          | <b>PENUTUP</b>                           |    |
|                       | A. Kesimpulan .....                      | 76 |
|                       | B. Saran .....                           | 76 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> | .....                                    | 79 |
| <b>LAMPIRAN</b>       |  |    |

## DAFTAR TABEL

|                   |  |    |
|-------------------|--|----|
| <b>Tabel 1.1</b>  | Jumlah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo .....             | 5  |
| <b>Tabel 4.1</b>  | Struktur Dekan FEBI IAIN Palopo Tahun 2016/2017.....                 | 47 |
| <b>Tabel 4.2</b>  | Deskripsi Menurut Jenis Kelamin .....                                | 48 |
| <b>Tabel 4.3</b>  | Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Budaya.....             | 49 |
| <b>Tabel 4.4</b>  | Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Sosial .....            | 50 |
| <b>Tabel 4.5</b>  | Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Pribadi .....           | 51 |
| <b>Tabel 4.6</b>  | Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Psikologis .....        | 52 |
| <b>Tabel 4.7</b>  | Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pengambilan Keputusan<br>..... | 53 |
| <b>Tabel 4.8</b>  | Output SPSS Correlations .....                                       | 55 |
| <b>Tabel 4.9</b>  | Output SPSS Correlations .....                                       | 56 |
| <b>Tabel 4.10</b> | Output SPSS Correlations .....                                       | 57 |
| <b>Tabel 4.11</b> | Output SPSS Correlations .....                                       | 58 |
| <b>Tabel 4.12</b> | Output SPSS Correlations .....                                       | 59 |
| <b>Tabel 4.13</b> | Output SPSS Reliability Statistic .....                              | 60 |
| <b>Tabel 4.14</b> | Output SPSS One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....                 | 62 |
| <b>Tabel 4.15</b> | Output SPSS Coefficients .....                                       | 63 |
| <b>Tabel 4.16</b> | Output SPSS Coefficients .....                                       | 64 |
| <b>Tabel 4.17</b> | Output SPSS Anova .....  | 65 |
| <b>Tabel 4.18</b> | Output SPSS Model Summary.....                                       | 66 |
| <b>Tabel 4.19</b> | Output SPSS Coefficients .....                                       | 67 |

## PRAKATA

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين وعلى آله وأصحابه أجمعين

Puji dan syukur kehadirat Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo Angkatan 2013 Memilih Prodi Ekonomi Syariah”*** meskipun masih dalam bentuk yang sederhana.

Shalawat dan salam atas Nabi Muhammad Saw. beserta keluarga, sahabat serta pengikutnya hingga akhir zaman. Yang telah berhasil menaburkan mutiara-mutiara hidayah di atas puing-puing kejahiliyaan, yang telah membebaskan umat manusia dari segala kebodohan menuju ke jalan terang yang di ridhoi Allah Swt., demi mewujudkan *Rahmatan Lil Alamin*.

Skripsi ini di maksudkan guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak ditemukan hambatan. Namun atas bantuan dari berbagai pihak sehingga segala hambatan tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, dengan rasa tawa Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak ditemukan hambatan. Namun atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak serta kedua orang tua tercinta, Ayahanda Baharuddin dan Ibunda Arifah yang selalu memberikan semangat selama ini dan telah bersusah payah mengasuh dan mendidik dengan segala cinta, kasih, sayang, serta senantiasa selalu mendoakan

penulis, sehingga segala hambatan tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan rasa tawadhu dan keikhlasan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol, M,Ag, Wakil Rektor 1, Dr.Rustan, S,M.Hum, Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M, dan Wakil Rektor III, Dr. Hasbi, M.Ag, yang telah membina dan mengembangkan IAIN Palopo sebagai tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makkulase, MM., Wakil Dekan I, Dr. Takdir,SH., MH., Wakil Dekan II, Dr.Rahmawati Beddu, M.Ag, Wakil Dekan III, Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag, beserta Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Bapak Ilham S.Ag., MA, dan Sekertaris Prodi Dr. Fasiha S.El.,M.El., beserta seluruh Dosen yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di IAIN Palopo.
4. Pembimbing I, Dr. Helmi Kamal, M.HI, dan pembimbing II Ilham S.Ag, M.A., atas bimbign dan arahannya selama penulisan skripsi ini.
5. Penguji I, Dr. Rahmawati, M. Ag., dan penguji II Muzayyanah Jabani, S.T., M.M, yang telah meluangkan waktunya dalam menguji dan memberikan masukan kepada penulis.

6. Kepala Perpustakaan beserta seluruh pegawai Perpustakaan IAIN Palopo yang telah memberikan fasilitas berupa buku-buku, jurnal, skripsi, dan sebagainya sebagai sumber referensi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kepada Saudara/saudari penulis, Muhammad Yusuf, Ayu Andira, Asrip, serta seluruh keluarga penulis.
8. Teman-teman angkatan 2013, terkhusus untuk prodi Ekonomi Syariah A yang selama ini membantu dan senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terkasih, Ratnawati, Feri Fadly, Dedi Miswar, Arwan, Faisal, Yanto Suwandi, Deni Tri Haryono, Aditya Risaldi senantiasa memberikan semangat dan nasehat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis senantiasa bersikap terbuka dalam menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak. Semoga dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi penulis. Amin

Palopo, 14 Februari 2017

Penulis,

**Aswandi**  
**NIM 13.16.4.0014**

# BAB I

## PENDAHULUAN

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

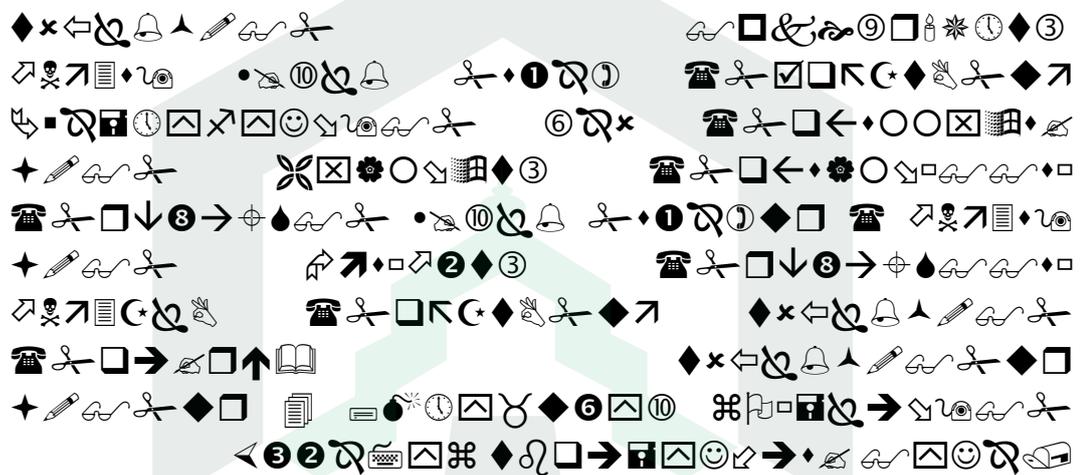
Pada era globalisasi seperti sekarang ini setiap organisasi baik yang berorientasi *profit* maupun *non profit*, harus selalu tanggap terhadap perubahan lingkungan yang sedang dan akan terus terjadi. Globalisasi mempunyai dampak yang luas, tidak saja pada sektor ekonomi tetapi juga memengaruhi sektor pendidikan.

Sektor pendidikan merupakan faktor yang terkait langsung dengan kemajuan masyarakat. Hal ini disebabkan karena pendidikan mampu memberikan pola berfikir masyarakat ke arah yang lebih baik. Dengan tingginya pendidikan masyarakat, otomatis akan mendorong pembangunan negara yang telah di cita-citakan.

Pendidikan merupakan kegiatan yang dilakukan melalui proses pembelajaran untuk mengembangkan potensi yang dimiliki setiap individu. Pendidikan juga merupakan modal utama untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dalam perkembangan dan kemajuan sebuah bangsa. Oleh karena itu, semua orang berhak untuk memperoleh pendidikan. Pendidikan dapat diperoleh dengan berbagai cara, baik formal maupun informal dengan adanya pendidikan, diharapkan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang

berkualitas dan memiliki kemandirian untuk meningkatkan taraf hidup serta peranannya dalam menghadapi kemajuan teknologi dan persaingan global.

Pendidikan sangatlah penting bagi kehidupan di dunia ini. Pada hakekatnya pendidikan merupakan proses budaya untuk meningkatkan harkat dan martabat manusia. Untuk itu, seseorang harus mempunyai suatu pengetahuan, yang mana pengetahuan tersebut merupakan perlengkapan dasar manusia didalam menempuh kehidupan ini. Hal ini juga tertuang dalam Q.S Al-Mujadilah/58 : 11.



Terjemahnya:

*Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>1</sup>*

Pendidikan menjadi bagian terpenting di dalam kehidupan umat manusia di dunia. Begitu pentingnya pendidikan, pemerintah Indonesia telah mengaturnya di dalam UUD 1945 tentang pendidikan dan kebudayaan (setelah diamandemen).

<sup>1</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Cet I; Jakarta, Darus Sunnah), 2002, h. 544.

Pada pasal 31 ayat 1 berbunyi, “Tiap-tiap warga Negara berhak mendapat pengajaran”. Dan ayat 2 pasal ini berbunyi, “Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pengajaran nasional, yang diatur dengan undang-undang”.<sup>2</sup>

Melalui Dinas Pendidikan, pemerintah Indonesia mengupayakan pemerataan pendidikan yang layak bagi warga negaranya. Salah satu upaya untuk menunjang pemerataan dan pengembangan pendidikan tersebut. Disusunlah berbagai program dan kegiatan pemerataan dan pengembangan pendidikan.<sup>3</sup> Pendidikan dipandang sebagai sarana yang paling strategis untuk mengangkat harkat dan martabat suatu bangsa. Lulusan siswa SMA/SMK sederajat menjadi peluang bagi seluruh perguruan tinggi yang ada. Siswa dapat melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi, baik pada Perguruan Tinggi Negeri (PTN), maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Dalam hal ini baik itu PTN maupun PTS memiliki peluang yang sama untuk dipilih oleh calon mahasiswa.

Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang diharapkan mampu menjawab tantangan masa depan, mengingat semakin ketatnya persaingan di dunia kerja. Oleh sebab itu, para lulusan harus mempunyai pengetahuan dan kompetensi yang tinggi, untuk itu para lulusan harus mempersiapkannya sejak di bangku sekolah. Didalam perguruan tinggi terdapat berbagai macam jurusan bagi mahasiswa berdasarkan subyek mata kuliah yang diambil. Setiap jurusan memiliki materi dan sifat pembelajaran yang berbeda-

---

<sup>2</sup>Made Pidarta, *Landasan Kependidikan*, (Cet. I; Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), h. 41.

<sup>3</sup>Yeni Priatna, et.al., “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa terhadap keputusan memilih politeknik harapan bersama tegal*,” (Skripsi, Politeknik Negeri Semarang), h. 1.

beda. Jurusan yang memiliki sifat yang serupa akan digabung dalam suatu fakultas, akademi, sekolah tinggi, dan lain sebagainya. Pada dasarnya setiap orang yang ingin melanjutkan di perguruan tinggi akan memilih jurusan sesuai yang diinginkan dan diharapkan jurusan yang sesuai dapat membekali setiap mahasiswa menghadapi tantangan masa depan.<sup>4</sup>

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pendidikan secara tidak langsung menciptakan persaingan antar perguruan tinggi untuk menawarkan berbagai jenis program yang berbeda dari perguruan tinggi lainnya, serta fasilitas yang disediakan selama proses pendidikan. Sebuah perguruan tinggi yang memiliki program unggul, tenaga pengajar berkualitas, dan fasilitas yang lengkap akan menghasilkan lulusan yang unggul serta memiliki berbagai kompetensi dan keterampilan untuk mengabdikan kepada lingkungan.

Institut Agama Islam Negeri Palopo atau IAIN Palopo adalah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Palopo provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. IAIN Palopo didirikan berdasarkan pada surat keputusan Presiden nomor 11 tanggal 21 Maret 1997 bertepatan dengan tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H. Kemudian berubah status menjadi Institut Agama Islam Negeri pada 14 Oktober 2014 dan diresmikan pada 23 Mei 2015.<sup>5</sup>

Sebelum beralih status menjadi IAIN Palopo, perguruan tinggi agama Islam negeri yang ada di Kota Palopo dikenal dengan nama STAIN Palopo. Dimana perguruan tinggi ini menawarkan 4 jurusan yang terbagi atas 19 program

---

<sup>4</sup>Erlita Risnawati dan Soni Agus Irwandi, “Analisis Faktor atas Pengambilan Keputusan Mahasiswa untuk Memilih Jurusan Akuntansi di STIE Perbanas Surabaya,” (Skripsi, STIE Perbanas Surabaya. vol. 2. nomor 1, 2012), h. 63.

<sup>5</sup>[https://id.wikipedia.org/wiki/IAIN\\_Palopo](https://id.wikipedia.org/wiki/IAIN_Palopo). (2 Agustus 2016).

studi. Salah satunya adalah program studi Ekonomi Syariah (*Sharia Economics*). Pada awalnya program studi Ekonomi Syariah berada dibawah naungan Syariah. Akan tetapi, pasca beralih status menjadi IAIN Palopo, ada beberapa fakultas baru yang terbentuk salah satunya yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang terdiri dari dua program studi yaitu program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Sehingga saat ini program studi Ekonomi Syariah berada dibawa naungan FEBI.

Meskipun Ekonomi Syariah bukan satu-satunya alternatif pilihan program studi, akan tetapi minat para pelajar yang mendaftar jurusan Ekonomi Syariah selalu meningkat dari tahun ke tahun. Dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1**

**Jumlah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo**

| <b>No</b> | <b>Tahun</b> | <b>Jumlah Mahasiswa</b> |
|-----------|--------------|-------------------------|
| <b>1</b>  | 2010         | 68                      |
| <b>2</b>  | 2011         | 116                     |
| <b>3</b>  | 2012         | 91                      |
| <b>4</b>  | 2013         | 160                     |
| <b>5</b>  | 2014         | 147                     |
| <b>6</b>  | 2015         | 179                     |
| <b>7</b>  | 2016         | 254                     |

Sumber: Data Sub Bagian Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat jumlah mahasiswa pada prodi ekonomi syariah, dimana pada tahun 2013 mengalami peningkatan jumlah mahasiswa dari 91 mahasiswa pada tahun 2012 meningkat menjadi 160 mahasiswa pada tahun 2013.

Meningkatnya jumlah mahasiswa yang memilih program studi Ekonomi Syariah tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor-faktor tersebut akan sangat membantu dalam menetapkan kebijakan-kebijakan yang akan diambil selanjutnya dalam meningkatkan jumlah mahasiswa FEBI khususnya program studi Ekonomi Syariah untuk tahun-tahun yang akan datang.

Pihak prodi Ekonomi Syariah harus mampu mengkomunikasikan keinginan eksternal (mahasiswa) dengan keputusan internal, agar prodi Ekonomi Syariah mampu memperoleh mahasiswa lebih banyak pada tahun ajaran berikutnya. Selain itu, hal-hal yang menjadi keinginan mahasiswa dapat menjadi bahan perbaikan khususnya bagi prodi Ekonomi Syariah dalam menata dan meningkatkan keunggulan bersaingnya.

Dari uraian diatas maka dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa FEBI dalam memilih program studi Ekonomi Syariah. Dengan fokus penelitian sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler yaitu meliputi faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo Angkatan 2013 Memilih Prodi Ekonomi Syariah”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, untuk memudahkan penelitian, maka masalah pokok yang akan diteliti diuraikan ke dalam dua pokok masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah faktor perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo?
2. Diantara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo?

## **C. Hipotesis**

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

Ha : Terdapat pengaruh antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

## **D. Definisi Operasional Variabel**

Untuk memahami variabel-variabel dan memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian, diberikan definisi-definisi variabel yang akan diteliti yaitu faktor

budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4) sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan pengambilan keputusan (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

Adapun uraian dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

#### 1. Faktor Budaya (X1)

Budaya merupakan faktor penentu suatu keinginan dan perilaku seseorang yang mendasar dan paling utama. Faktor budaya dalam hal ini seperti lingkungan dan kelas sosial.

#### 2. Faktor Sosial (X2)

Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang disekitar kita. Komponen yang termasuk didalamnya yaitu kelompok acuan, dan keluarga.

#### 3. Faktor Pribadi (X3)

Faktor pribadi adalah karakteristik bawaan dalam diri seseorang yang memengaruhi pengambilan keputusan dan bersifat tetap, meliputi usia dan tahap dalam siklus pembelian, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

#### 4. Faktor Psikologis (X4)

Faktor psikologis adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang namun sifatnya dapat berubah-ubah. Unsur-unsur psikologis ini meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, emosi, kepercayaan, dan sikap.

## 5. Pengambilan Keputusan (Y)

Pengambilan keputusan adalah suatu cara atau tindakan yang digunakan dalam pemilihan alternatif perilaku dari dua alternatif atau lebih, yang dilakukan secara sengaja, dengan tujuan untuk menyelesaikan suatu permasalahan.

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini tidak terlepas dari permasalahan pokok yang telah dikemukakan. Adapun tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.
2. Untuk mengetahui faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Ilmiah
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan bagi peneliti dalam bidang pemasaran khususnya hal-hal yang berhubungan dengan teori perilaku konsumen dan penerapannya dilapangan.

b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pemasaran di masa yang akan datang.

## 2. Manfaat Praktis

a. Bagi IAIN Palopo, yaitu sebagai bahan masukan dalam menentukan kebijakan dan strategi bauran pemasaran yang tepat.

b. Bagi Program Studi Ekonomi Syariah, yaitu untuk menambah masukan dalam menarik minat calon mahasiswa untuk memilih prodi Ekonomi Syariah.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### **A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Penelitian terdahulu yang relevan yang bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, maka peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu, yaitu:

Sastri dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Percetakan (Studi Kasus Pada Percetakan Puja Art Palopo)” menyimpulkan bahwa, faktor harga dan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa percetakan Puja Art dan diketahui faktor yang lebih dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa percetakan Puja Art yaitu faktor produk.<sup>1</sup>

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada metode penelitiannya, dimana pada penelitian tersebut menggunakan dua metode penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif sedangkan penelitian ini hanya menggunakan metode kuantitatif.

Susma Usman dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Perilaku PNS Pada Kelurahan Buntu Datu Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Matahari Departemen Store Palopo”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen yaitu kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana diketahui nilai F hitung (24,396) > dari nilai F tabel (2,50). Dan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor t hitung (5,571) > dari t tabel (1,666).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Sastri, *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Percetakan*, Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo, 2014.

<sup>2</sup>Susma Usman, *Pengaruh Perilaku PNS Pada Kelurahan Buntu Datu Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Matahari Departemen Store Palopo*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2015.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu penelitian tersebut tentang keputusan konsumen dalam pembelian pakaian pada matahari departemen store Palopo, sedangkan penelitian ini tentang pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

Maya Lestari dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen pada Pembelian Kartu Perdana Prabayar di Kota Palopo”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pribadi dan psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat di Kota Palopo. Dimana faktor pribadi masyarakat di Kota Palopo dalam melakukan keputusan pembelian kartu perdana prabayar memiliki gambaran diri yang kompleks dan perilaku seseorang cenderung konsisten dengan konsep dirinya tanpa ada paksaan dari orang lain sedangkan faktor psikologis masyarakat di Kota Palopo dipengaruhi oleh lingkungan dimana dia tinggal dalam melakukan keputusan pembelian kartu perdana prabayar.<sup>3</sup>

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu penelitian tersebut tentang keputusan konsumen pada pembelian kartu perdana prabayar di kota Palopo, sedangkan penelitian ini tentang pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

## **B. Kajian Pustaka**

### **1. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran mengandung pengertian yang lebih luas bukan sekedar penjualan dan periklanan. Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan

---

<sup>3</sup>Maya Lestari, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen pada Pembelian Kartu Perdana Prabayar di Kota Palopo*, Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo, 2014.

dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.<sup>4</sup>

Pemasaran ialah proses kolektif yang dimanfaatkan oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan atau di inginkan melalui pembuatan, penawaran, pertukaran nilai produk dan jasa dengan pihak lain.<sup>5</sup> Dari defenisi diatas menunjukkan bahwa pemasaran merupakan serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran, mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa, pemuas keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan.

## 2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, mempertahankan, dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul.<sup>6</sup>

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 11, jilid I, (Jakarta: Indeks, 2005), h. 10.

<sup>5</sup>Titik Nurbiyati, Mahmud Machfoeds, *Manajemen Pemasaran Kontemporer*, (Kayon, Cet. I, 2005), h. 1.

<sup>6</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 11, jilid I, (Jakarta: Indeks, 2005), h. 11.

<sup>7</sup>Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Ed, I, Cet. 7, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada: 2004), h. 12.

### 3. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Perilaku konsumen adalah dinamis bahwa perilaku seseorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Perilaku konsumen menyangkut cara konsumen merespon perbedaan ciri produk, harga, dan tingkat efektivitas pengaruh periklanan perusahaan dibanding iklan pihak pesaing. Konsumen banyak mengambil keputusan pembelian setiap hari. Kita tidak banyak mengetahui tentang apa yang berada dalam pikiran seorang pembeli pada waktu ia sebelum, sedang, dan setelah membeli sesuatu. Memahami perilaku konsumen bukanlah hal yang sederhana, perusahaan-perusahaan kecil maupun perusahaan-perusahaan besar senantiasa mendapat laba dari memahami cara dan alasan konsumen membeli. Pemasaran yang berhasil mengharuskan bahwa perusahaan seharusnya terhubung dengan pelanggan mereka. Dengan mendapat pemahaman konsumen yang menyeluruh dan mendalam, akan memastikan bahwa produk yang tepat dipasarkan pada konsumen yang tepat dengan cara yang tepat.

*The American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003), h. 3.

Dari pengertian di atas, maka perilaku konsumen dapat diartikan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh konsumen individu, kelompok dan organisasi untuk menilai, membeli, menggunakan serta memanfaatkan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

#### **4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.<sup>9</sup> Sebagian faktor-faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya harus diperhitungkan sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Dalam memahami perilaku konsumen perlu diketahui siapa konsumen itu sebab dalam suatu lingkungan yang berbeda memiliki sikap, selera, pendapat, penelitian dan kebutuhan yang berbeda.

##### **a. Faktor Budaya**

Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Dengan kata lain merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian.<sup>10</sup> Bila makhluk-mahluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya dan kelas sosial. Sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

---

<sup>9</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 11, jilid I, (Jakarta: Indeks, 2005), h. 202.

<sup>10</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003), h. 331.

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.<sup>11</sup>

Kebudayaan didefinisikan sebagai kompleks simbol dan barang-barang buatan manusia yang diciptakan oleh masyarakat tertentu dan diwariskan dari generasi satu ke generasi yang lain sebagai faktor penentu dan pengatur perilaku anggotanya.<sup>12</sup>

Budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya tidak mencakup naluri, dan tidak pula mencakupi perilaku idiosinkratik yang terjadi sebagai pemecahan sekali saja untuk suatu masalah yang unik.

Budaya melengkapi orang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima di dalam masyarakat. Beberapa dari sikap dan perilaku yang lebih penting yang dipengaruhi oleh budaya adalah sebagai berikut:<sup>13</sup>

- 1) Rasa diri dan ruang
- 2) Komunikasi dan bahasa
- 3) Pakaian dan penampilan
- 4) Makanan dan kebiasaan makan
- 5) Waktu dan kesadaran akan waktu

---

<sup>11</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003), h. 11.

<sup>12</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003), h. 333.

<sup>13</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003), h. 334.

- 6) Hubungan (keluarga, organisasi, pemerintah, dan sebagainya)
- 7) Nilai dan norma
- 8) Kepercayaan dan sikap
- 9) Proses mental dan pembelajaran
- 10) Kebiasaan kerja dan praktek.

b. Faktor sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial.<sup>14</sup>

- 1) Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer: seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang berinteraksi dengan terus menerus dan informal. Ada juga kelompok sekunder: seperti kelompok keagamaan, profesi, dan asosiasi perdagangan, yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.
- 2) Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

---

<sup>14</sup>Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Cet. I; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h. 115.

- 3) Peran dan status seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya-keluarga, club, organisasi. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status.

c. Faktor pribadi

Kepribadian di definisikan sebagai pola ciri-ciri seseorang yang menjadi faktor penentu dalam perilaku responnya.<sup>15</sup> Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, antara lain:

- 1) Usia dan tahap siklus hidup: orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap pakaian, perabot, dan rekreasi juga berhubungan dengan usia. Membeli juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Para pemasar sering memilih sejumlah kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka.
- 2) Pekerjaan: pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat diatas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya pada kelompok pekerjaan tertentu.
- 3) Gaya hidup: adalah pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Para pemasar mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup.

---

<sup>15</sup>William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Penerbit Erlangga: 1984), h. 159.

- 4) Keadaan ekonomi : yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.
- 5) Kepribadian dan konsep diri: kepribadian setiap orang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian yang dimaksud adalah ciri bawaan psikologi menghasilkan tanggapan yang konsisten. Kepribadian biasa digambarkan dengan ciri bawaan seperti percaya diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Pilihan barang yang di beli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologi yang penting, seperti:<sup>16</sup>

1) Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus, rasa tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat psikogenik yaitu kebutuhan yang

---

<sup>16</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003), h. 14.

timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

## 2) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi yaitu, perhatian yang selektif, gangguan yang selektif, dan mengingat kembali yang selektif.

## 3) Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

## 4) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

## 5. Perilaku Konsumen dalam Perekonomian Syariah

Menurut J.F Engel dalam Basu Swastha dan Hani Handoko definisi perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan, persiapan, dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, h.10.

Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal, kedua faktor tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Faktor Lingkungan Eksternal

1) Kebudayaan

Sebagaimana dikutip oleh Basu Swastha dan Hani Handoko dalam bukunya "*Manajemen Pemasaran*" Stanton mendefenisikan kebudayaan sebagai berikut, kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada.<sup>18</sup> Kebudayaan ini memainkan peranan penting dalam pembentukan sikap konsumen dan merupakan petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang akan dianut oleh seorang konsumen

2) Kelas Sosial

Menurut kelas sosial masyarakat dikelompokkan ke dalam tiga golongan yaitu:

- a) Golongan atas, golongan ini terdiri dari pengusaha-pengusaha kaya, pengusaha menengah.
- b) Golongan menengah, yang termasuk golongan ini adalah karyawan instansi pemerintahan, pengusaha menengah.

---

<sup>18</sup>Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, h 59.

c) Golongan rendah, yang termasuk dalam kelas ini antara lain buruh-buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak, dan pedagang kecil.

### 3) Kelompok Sosial dan Kelompok Referensi

Kelompok sosial adalah kesatuan sosial yang menjadi tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain karena adanya hubungan diantara mereka.<sup>19</sup> Kelompok ini meliputi keluarga, teman, tetangga. Kelompok referensi merupakan kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota keluarga tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Kelompok ini meliputi organisasi profesi, kelompok pengajian, kelompok kerja dan lain-lain.

### 4) Keluarga

Keluarga merupakan individu yang membentuk keluarga baru, setiap anggota dalam keluarga dapat mempengaruhi suatu pengambilan keputusan.

## b. Faktor Lingkungan Internal

- 1) Motivasi, merupakan keadaan dalam diri seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.
- 2) Pengamatan, merupakan suatu proses dimana konsumen (manusia) menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya.
- 3) Pengetahuan, yaitu perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman.

---

<sup>19</sup>Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, h. 66.

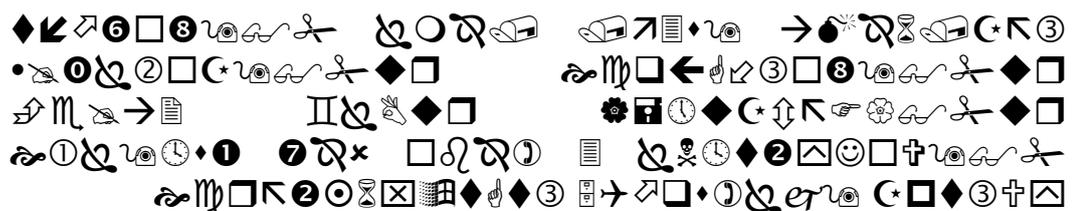
- 4) Kepribadian, yaitu merupakan organisasi dari faktor-faktor biologis, psikologis dan sosiologis yang mendasari perilaku individu.
- 5) Sikap yaitu suatu keadaan jiwa (*mental*) dan keadaan fikir (*nerval*) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku.

Islam mengatur seluruh perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat Alquran dan Hadis supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya.

Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- a. Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara, keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah Swt. Seorang muslim akan yakin bahwa Allah Swt akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Sebagaimana firman Allah Swt dalam Qs. An-

Nahl/16:11







Terjemahnya:

*Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.*<sup>22</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam berkonsumsi (mengeluarkan harta) tidak boleh kikir dan tidak boleh berlebih-lebihan (boros). Hal ini berarti konsumsi tidak hanya selain untuk kebutuhan duniawi tapi juga untuk memenuhi kebutuhan akhirat. Konsumsi disini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi tapi juga harus ingat kebutuhan orang lain.

Islam memiliki sistem ekonomi yang secara fundamental berbeda dari sistem-sistem ekonomi konvensional yang dianut sebagian besar Negara-negara didunia. Sistem ekonomi Islam memiliki akar syariat yang membentuk pandangan dunia sekaligus sasaran dan strategi (*maqashid syariah*) yang berbeda dari sistem ekonomi yang lain. Sasaran-sasaran yang dikehendaki Islam secara mendasar bukan materi keduniaan, akan tetapi didasarkan atas konsep-konsep Islam sendiri tentang kebahagiaan manusia (*falah*) dalam kehidupan yang baik (*hayatan thayyibah*) yang sangat menekankan aspek persaudaraan (*ukhuwwah*), keadilan sosial ekonomi dan pemenuhan-pemenuhan spiritual umat manusia. Sehingga seorang produsen muslim akan selalu mendasarkan aktifitas dan perilakunya berdasarkan nilai-nilai yang sejalan dengan tujuan ini.

---

<sup>22</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Cet I; Jakarta, Darus Sunnah), 2002, h. 285.

## 6. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarannya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan.

Dalam hadits Rasulullah SAW :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ أَبِي حُمَيْدٍ عَنْ إِسْمَاعِيلَ بْنِ مُحَمَّدِ بْنِ سَعْدِ بْنِ أَبِي وَقَّاصٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ  
جَدِّهِ سَعْدِ بْنِ أَبِي وَقَّاصٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ سَعَادَةِ ابْنِ آدَمَ  
اسْتِخَارَتُهُ اللَّهَ وَمِنْ سَعَادَةِ ابْنِ آدَمَ رِضَاهُ بِمَا قَضَاهُ اللَّهُ وَمِنْ شِقْوَةِ ابْنِ آدَمَ تَرْكُهُ  
اسْتِخَارَةَ اللَّهَ وَمِنْ شِقْوَةِ ابْنِ آدَمَ سَخَطُهُ بِمَا قَضَى اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Abu Humaid dari Isma'il bin Muhammad bin Sa'd bin Abu Waqqash dari bapaknya dari kakeknya, Sa'd bin Abu Waqqash berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Di antara kebahagiaan anak Adam adalah istikharahnya (memohon pilihan dengan meminta petunjuk kepada Allah) kepada Allah, dan diantara kebahagiaan anak Adam adalah kerelaannya kepada ketetapan Allah, sedangkan diantara kesengsaraan anak Adam adalah dia meninggalkan istikharah kepada Allah, dan diantara kesengsaraan anak Adam adalah kemurkaannya terhadap ketetapan Allah."<sup>23</sup>

Hadis diatas menuntun kita tentang bagaimana menentukan pilihan yang baik dan benar agar membawa kebahagiaan sekaligus memberi peringatan agar kita tidak salah memilih dan terhindar dari penyesalan serta kesengsaraan.

<sup>23</sup>Imam Ahmad bin Hambal, *Musnad Sepuluh yang Dijamin Masuk Surga*, (Darul Fikri, Bairut-Libanon, 1981), juz 1, h. 3/337, no (1367).

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>24</sup>

Menurut Sondang P. Siagian, pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling cepat.

Hampir semua penulis mendefinisikan keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli atau tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada didalam posisi membuat suatu keputusan. Semua orang mengambil keputusan setiap hari dalam hidupnya. Hanya saja keputusan yang diambil kadang-kadang tanpa mereka sadari.

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan (atau perilaku). Keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda.<sup>25</sup>

Bila ditinjau dari alternatif yang harus dicari, sebetulnya dalam proses pengambilan keputusan, konsumen harus melakukan pemecahan masalah. Masalah itu timbul dari kebutuhan yang dirasakan dan keinginannya untuk

---

<sup>24</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003), h. 415.

<sup>25</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003), h. 413.

memenuhi kebutuhan itu dengan konsumsi produk atau jasa yang sesuai.

Pemecahan masalah ini memiliki tiga tingkatan.

- a. Pemecahan masalah yang mensyaratkan respons yang rutin.
- b. Pemecahan masalah dengan proses yang tidak berbelit-belit (terbatas).
- c. Pemecahan masalah yang dilakukan dengan upaya yang lebih berhati-hati dan penuh pertimbangan (pemecahan masalah yang intensif).

Ada empat sudut pandang dalam menganalisis pengambilan keputusan konsumen, yaitu:<sup>26</sup>

a. Sudut pandang ekonomis

Pandangan ini melihat konsumen sebagai orang yang membuat keputusan secara rasional. Hal ini berarti bahwa konsumen harus mengetahui semua alternatif produk yang tersedia dan harus mampu membuat peringkat dari setiap alternatif yang ditentukan, dilihat dari kegunaan dan kerugiannya serta harus dapat mengidentifikasi satu alternatif yang terbaik. Menurut para ahli ilmu sosial, model *economic man* ini tidak realitas. Alasan yang mereka kemukakan adalah:

- 1) Manusia memiliki keterbatasan kemampuan, kebiasaan dan gerak.
- 2) Manusia dibatasi oleh nilai-nilai dan tujuan.
- 3) Manusia dibatasi oleh pengetahuan yang mereka miliki.

b. Sudut pandang pasif

Sudut pandang ini berlawanan dengan sudut pandang ekonomis. Pandangan ini mengatakan bahwa konsumen pada dasarnya pasrah kepada

---

<sup>26</sup>Ristiyanti Prasetijo dan John JOI Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 228-231.

kepentingannya sendiri dan menerima secara pasif usaha-usaha promosi dari para pemasar. Kenyataannya, bentuk-bentuk promosi yang dilakukan pemasar juga mengenai sasaran. Konsumen dianggap sebagai pembeli yang impulsif dan irasional. Kelemahan pandangan ini adalah bahwa pandangan ini tidak mempertimbangkan kenyataan bahwa konsumen memainkan peranan penting dalam setiap pembelian yang mereka lakukan, baik dalam hal mencari informasi tentang berbagai alternatif produk, maupun dalam menyeleksi produk yang dianggap akan memberikan kepuasan terbesar.

c. Sudut pandang kognitif

Sudut pandang ini menganggap konsumen sebagai *cognitive man* atau sebagai *problem solver*. Menurut pandangan ini, konsumen sebagai pengolah informasi yang senantiasa mencari dan mengevaluasi informasi tentang produk dan gerai. Pengolahan informasi selalu berujung pada pembentukan pilihan, selanjutnya terjadi inisiatif untuk membeli atau menolak produk. Jadi, *cognitive man* dapat diibaratkan berdiri diantara *economic man* dan *passive man*. *Cognitive man* juga seringkali mempunyai pola respons tertentu terhadap informasi yang berlebihan dan seringkali pula mengambil jalan pintas untuk memfasilitasi pengambilan keputusannya (*heuristic*) untuk sampai pada keputusan yang memuaskan. Seseorang yang menginginkan parfum untuk memenuhi kebutuhan sosialisasinya akan mencari informasi sebanyak mungkin dan menentukan alternatif, tetapi bisa saja dia menentukan pilihan berdasarkan harga.

#### d. Sudut pandang emosional

Pandangan ini menekankan emosi sebagai pendorong utama sehingga konsumen membeli suatu produk. Favoritisme merupakan salah satu bukti bahwa seseorang berusaha mendapatkan produk favoritnya, apapun yang terjadi. Benda-benda yang menimbulkan kenangan juga dibeli berdasarkan emosi. Orang suka sekali membeli stiker sepak bola, kartu baseball, dan sebagainya, dengan harga murah, karena didorong oleh emosi belaka.

Jadi, suatu keputusan merupakan kesimpulan dari suatu proses pemilihan dan penetapan diantara dua atau lebih alternatif tindakan yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>27</sup>

### C. Kerangka Pikir

Begitu pentingnya peran pendidikan di dunia. Karena pendidikan merupakan modal utama untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dalam perkembangan dan kemajuan sebuah bangsa. Pendidikan dipandang sebagai sarana yang paling strategis untuk mengangkat harkat dan martabat suatu bangsa. Lulusan siswa SMA/SMK sederajat menjadi peluang bagi seluruh perguruan tinggi yang ada. Siswa dapat melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi, baik pada Perguruan Tinggi Negeri (PTN), maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS).

Salah satu perguruan tinggi yang ada di Kota Palopo adalah IAIN (Institut Agama Islam Negeri), dan juga merupakan satu-satunya perguruan tinggi negeri

---

<sup>27</sup>Soeparno W., *Analisis Forecasting Dan Keputusan Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 35.

yang ada di Kota Palopo. IAIN Palopo menawarkan 4 jurusan yang terbagi atas 19 program studi. Salah satunya adalah program studi Ekonomi Syariah. Meskipun prodi Ekonomi Syariah bukan satu-satunya alternatif pilihan jurusan yang ada, akan tetapi minat pelajar atau calon mahasiswa yang mendaftar selalu meningkat dari tahun ke tahun.

Meningkatnya jumlah mahasiswa yang memilih jurusan Ekonomi Syariah tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dimana faktor-faktor tersebut akan sangat membantu dalam menetapkan kebijakan-kebijakan yang akan diambil selanjutnya dalam meningkatkan jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) khususnya program studi Ekonomi Syariah untuk tahun-tahun yang akan datang.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba memberikan gambaran kerangka pikir yang menjadi acuan dalam penelitian, yaitu:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Pendekatan dan Jenis Penelitian***

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu data yang berupa angka, dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.<sup>1</sup>

#### ***B. Lokasi Penelitian***

Penelitian ini dilakukan di IAIN Palopo, dengan lokasi penelitian di Jl. Agatis, Kec. Wara, Kelurahan Balandai, Kota Palopo.

Peneliti memilih IAIN Palopo dengan alasan karena IAIN Palopo merupakan perguruan tinggi negeri yang ada di Kota Palopo.

#### ***C. Populasi dan Sampel***

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

Populasi adalah obyek penelitian yang digunakan sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data.<sup>2</sup> Berdasarkan pengertian tersebut populasi

---

<sup>1</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 38.

<sup>2</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), h. 23.

dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI angkatan 2013 IAIN Palopo prodi Ekonomi Syariah yang berjumlah 160 mahasiswa.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>3</sup> Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *Purposive Sampling* yaitu sampel yang diambil berdasarkan pertimbangan subyektif peneliti, dimana persyaratan yang dibuat sebagai kriteria harus dipenuhi sebagai sampel.<sup>4</sup>

Rumus yang digunakan untuk menentukan besaran sampel adalah rumus dari slovin, yaitu :<sup>5</sup>

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

Keterangan :

n : besaran sampel

N : besaran populasi

e<sup>2</sup> : nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

<sup>3</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Cet. 23; Bandung: Alfabeta, 2013), h. 62.

<sup>4</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), h. 31.

<sup>5</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 137.

Berdasarkan rumus diatas, ditentukan besarnya populasi dengan batas kesalahan dalam pengambilan sampel sebesar 10% (prestasi).

$$n = \frac{160}{1+160 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{160}{1+160 (0,01)}$$

$$n = \frac{160}{2,6}$$

$$n = 61,538461538 \text{ (dibulatkan 62)}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa sampel yang akan diteliti sebanyak 62 orang (Mahasiswa FEBI prodi Ekonomi Syariah angkatan 2013 IAIN Palopo).

#### **D. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dari data yang diperoleh.<sup>6</sup> Sumber data dalam penelitian ini terdapat dua macam, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat (responden) baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan alat lainnya.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh atau berasal dari bahan kepustakaan seperti dokumen, file, dan berbagai *literature* buku. Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi data primer.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Hadari Nawali dan S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Cet. V; Jakarta: Asdi Maha Satya, 2004), h. 120.

<sup>7</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), h. 87-88.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap dan teliti dalam penelitian ini, digunakan teknik pengumpulan data dengan 2 (dua) metode sebagai berikut:

#### 1. Metode *Library Research*

*Metode library research* yaitu proses pengambilan data dengan menggunakan berbagai *literature* buku, majalah, surat kabar, dan internet yang ada kaitannya dengan pembahasan masalah. Dalam pengutipan *literature* yang dijadikan landasan teoritis penulis menggunakan teknik pengutipan sebagai berikut:

- a. Kutipan langsung, yaitu mengutip tanpa merubah redaksi teks yang dikutip sebagaimana teks aslinya.
- b. Kutipan tidak langsung, yaitu mengutip dengan hanya mengambil inti sari atau makna dari tes yang dikutip tanpa mengikuti redaksi aslinya.

#### 2. Metode *Field Research*

Metode *field research* yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dilapangan (objek penelitian) dengan menggunakan teknik, yaitu:

##### a. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), h. 63.

## b. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan alat pengumpul data yang diajukan pada responden dalam bentuk tertulis, disampaikan secara langsung ke alamat responden.<sup>9</sup>

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner langsung yang tertutup karena pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda, sehingga responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.<sup>10</sup> Serta menggunakan *skala likert* yaitu untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek, yang jenjangnya tersusun atas:

- 1) Sangat Setuju (SS)
- 2) Setuju (S)
- 3) Cukup Setuju (CS)
- 4) Tidak Setuju (TS)
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS)

## F. Teknik Pengolahan Data

### 1. Editing

Editing adalah proses pengecekan atau pemeriksaan data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan. Tujuan dilakukan editing adalah untuk

---

<sup>9</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991),h. 55.

<sup>10</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 44.

mengoreksi kesalahan-kesalahan dan kekurangan data yang terdapat pada catatan lapangan.

## 2. Codeting

Codeting adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.

## 3. Tabulasi

Tabulasi adalah proses penempatan data ke dalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis. Tabel-tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan dalam proses analisis data.<sup>11</sup>

# **G. Teknik Analisis Data**

## 1. Analisis deskriptif

Teknik analisis deskriptif yaitu bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deskriptif ini menggunakan satu variabel atau lebih, tapi bersifat mandiri. Uji statistik dalam analisis deskriptif bertujuan untuk menguji hipotesis dari peneliti yang bersifat deskriptif.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 126-128.

<sup>12</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 142.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.<sup>13</sup>

Adapun model persamaan regresi linier berganda yang disusun untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Pengambilan keputusan

a : Konstanta

b<sub>1</sub>-b<sub>4</sub> : Koefisien regresi

X<sub>1</sub> : Faktor budaya

X<sub>2</sub> : Faktor sosial

X<sub>3</sub> : Faktor pribadi

X<sub>4</sub> : Faktor psikologis

---

<sup>13</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), h. 275.

### 3. Pengujian Instrumen

#### a. Uji Validitas Instrumen

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam suatu penelitian, baik yang bersifat deskriptif maupun eksplensif yang melibatkan variabel/konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, masalah validitas tidak sederhana, didalamnya juga menyangkut penjabaran konsep dari tingkat teoritis sampai empiris, namun bagaimana suatu instrument penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.<sup>14</sup>

#### b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, pengujian dapat dilakukan *test retest*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 75.

<sup>15</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 87.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik.<sup>16</sup>

##### b. Uji Multikolinearitas

Uji *multikolinearitas* menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala *multikolinearitas*. Gejala *multikolinearitas* adalah gejala korelasi antara variabel independen, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

##### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi variabel dari residu tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar varians dari residu. Gejala varians yang tidak sama disebut dengan gejala heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut homokedastisitas.

---

<sup>16</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 153.

## 5. Uji hipotesis

### a. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X), nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel-variabel.<sup>17</sup>

### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat bersama-sama apakah koefisien parameter secara simultan berbeda atau sama dengan nol. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kuat sesama variabel bebas (X) dapat mempengaruhi variabel terikat (Y).

### c. Uji Parsial (Uji T)

Uji T untuk menunjukkan tingkat pengaruh satu variabel penjelas dalam persamaan regresi.<sup>18</sup> Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian ini adalah:

- 1) Perumusan hipotesis
- 2) Menentukan tingkat signifikansi yaitu sebesar 5%
- 3) Menentukan tingkat kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu dengan melihat signifikansinya.

---

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), h. 87.

<sup>18</sup> Said Kelana Asnawi dan Candra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 260.

Jika  $\text{sig} < 0,05$ :  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima

Jika  $\text{sig} > 0,05$ :  $H_0$  diterima/ $H_a$  ditolak

#### 4) Pengambilan Keputusan

Apabila probabilitas tingkat ( $t$ ) hitung lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 5% maka, variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara persial mempunyai pengaruh positif terhadap variabel independen.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Obyek Penelitian***

##### **1. Sejarah Singkat IAIN Palopo**

Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri yang ada di Kota Palopo sebelum berubah nama atau beralih status menjadi STAIN Palopo sebelumnya bernama fakultas Ushuluddin yang diresmikan berdirinya pada tanggal 27 Maret 1968 dengan status filial dari IAIN Alauddin Makassar. Beberapa bulan kemudian status tersebut ditingkatkan menjadi fakultas cabang, berdasarkan SK Menteri Agama NO. 168 tahun 1968, dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo.

Selanjutnya dengan keluarnya Surat Keputusan Menteri Agama RI No. 65 Tahun 1982, status Fakultas Cabang ditingkatkan lagi menjadi Fakultas Madya dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo. Dalam perkembangan selanjutnya dengan keluarnya PP. No. 33 tahun 1985 tentang pokok-pokok organisasi IAIN Alauddin maka Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo telah memiliki kedudukan hukum yang sama dengan fakultas-fakultas negeri lainnya yang ada di negara Republik Indonesia. Dengan perkembangan selanjutnya maka berdasarkan keputusan Presiden RI No. XI tahun 1997, mulai tahun akademik 1997/1998 Fakultas Ushuluddin di Palopo beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan berdiri sendiri.

Perihal status memberikan keuntungan yang sangat strategis terhadap pengembangan lembaga ini pada masa-masa yang akan datang.

Selanjutnya berdasarkan keputusan Presiden RI No. 141 tahun 2014 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palopo menjadi Institut Agama Islam Negeri, maka STAIN Palopo telah beralih status menjadi IAIN Palopo pada 14 Oktober 2014 dan diresmikan pada 23 Mei 2015.

Pasca beralih status menjadi IAIN Palopo, ada beberapa jurusan yang mengalami pemekaran, salah satunya adalah jurusan Syariah. Pada awalnya jurusan Syariah terdiri atas program studi Ekonomi Islam, Perbankan Syariah, Hukum Keluarga Islam, dan Hukum Tata Negara Islam. Akan tetapi salah satu syarat agar STAIN beralih status menjadi IAIN adalah jumlah fakultas yang memadai. Sehingga jurusan Syariah beralih menjadi Fakultas Syariah yang terdiri dari program studi Hukum Keluarga Islam, Hukum Tata Negara Islam, dan Hukum Ekonomi Islam. Sedangkan program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah berada dibawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

## **2. Visi, Misi, dan Tujuan IAIN Palopo**

### **a. Visi**

Menjadi perguruan Tinggi Islam yang unggul dalam mengembangkan ilmu, Agama, dan budaya menuju masyarakat sejahtera, berkeadilan, dan berkeadaban.

b. Misi

- 1) Menghasilkan alumni yang memiliki kemantapan akidah, kemuliaan akhlak, dan keadilan ilmu
- 2) Mengembangkan ilmu, agama, dan budaya melalui pengkajian dan penelitian
- 3) Menyiapkan sumber daya manusia yang professional dan budaya saing tinggi dibidangnya.

c. Tujuan

- 1) Menyiapkan peserta didik yang memiliki karakteristik akhlakul karimah, kearifan spiritual, keluasan ilmu, intelektual, profesional, dan mencetak ulama plus
- 2) Melakukan penelitian dan pengembangan ilmu-ilmu keislaman
- 3) Menyebarluaskan ilmu-ilmu keislaman dan ilmu lainnya serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

### **3. Tokoh-tokoh yang Memimpin IAIN Palopo**

Tokoh yang memimpin di STAIN Palopo sejak tahun 1968 bernama Fakultas Ushuluddin dengan status Filial dari IAIN Alaudin Makassar sampai sekarang tahun 2017 yang berstatus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yaitu sebagai berikut:

- a. K. H. Muh. Rasyad
- b. Dra. Hj. St. Ziarah Makkajareng
- c. Prof. Dr. H. M. Iskandar (1990-1995)

- d. Drs. H. Syarifuddin Daud, MA (1995-2005)
- e. Prof. Dr. H. M. Said Mahmud, Lc., MA. (2005-2010)
- f. Prof. Dr. H. Nihaya M., M. Hum. (2010-2014)
- g. Dr. Abdul Pirol, M.Ag (2014-2018)

#### **4. Struktur Organisasi IAIN Palopo**

- a. Rektor IAIN Palopo
- b. Senat IAIN Palopo
- c. Wakil Rektor
  - 1) Wakil Rektor Bidang Akademik
  - 2) Wakil Rektor Bidang Administrasi
  - 3) Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan
- d. Dekan Fakultas
  - 1) Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
  - 2) Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
  - 3) Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
  - 4) Dekan Fakultas Syariah
- e. Ketua Prodi
- f. Program Pascasarjana
- g. Lembaga LP2M
- h. Lembaga LPM
- i. Kabag Administrasi
- j. Kasubag Umum
- k. Kasubag Kepegawaian dan Mutasi

## 1. Kasubag Perencanaan dan Keuangan

Secara umum tentunya semua jurusan memiliki visi dan misi serta tujuan menghasilkan sarjana muslim yang unggul, berkarakter, dan profesional, serta kompetitif dalam bidang masing-masing, sehingga mahasiswa memiliki kemampuan akademik dan keterampilan yang berkualitas yang akan memberikan kontribusi terhadap masyarakat.

Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memutuskan visi dan misi serta tujuan sebagai berikut:

### a. Visi

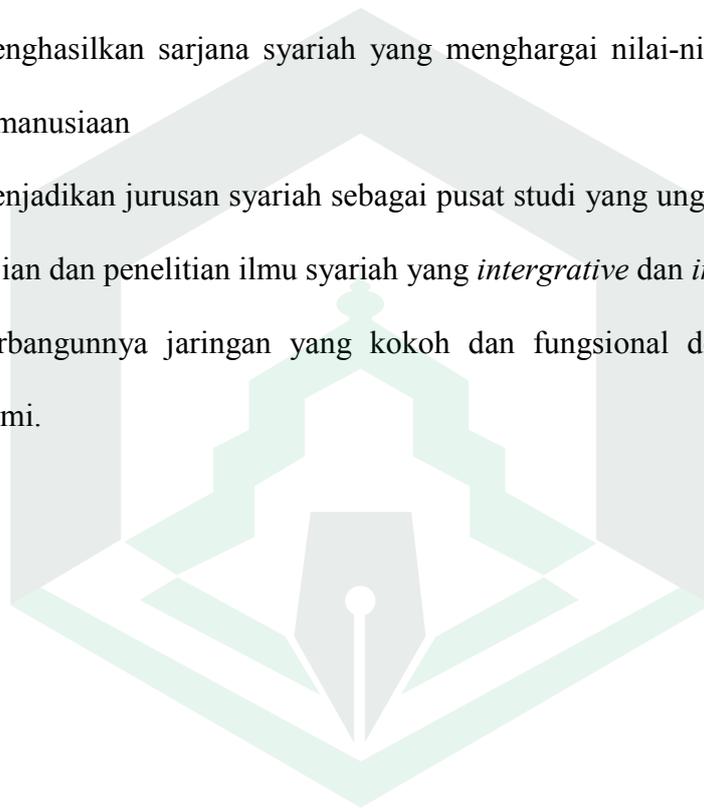
Unggul dan terkemuka dalam pengembangan ilmu syariah secara *intergrative-interkonektif* untuk kemajuan peradaban.

### b. Misi

- 1) Mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu syariah yang berwawasan keindonesiaan dan kemanusiaan
- 2) Mengembangkan budaya ijtihad dalam penelitian ilmu syariah secara *multidesipliner* yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat
- 3) Meningkatkan peran serta dalam pemberdayaan masyarakat melalui penerapan ilmu syariah bagi terwujudnya masyarakat madani
- 4) Mengembangkan jaringan kerja sama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan pelaksanaan tri darma perguruan tinggi.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana syariah yang memiliki kemampuan akademik dan profesional yang *intergrative-interkonektif*
- 2) Menghasilkan sarjana yang beriman dan berakhlak mulia, memiliki kecakapan sosial yang manajerial, dan berjiwa kewirausahaan serta rasa tanggung jawab sosial
- 3) Menghasilkan sarjana syariah yang menghargai nilai-nilai keilmuan dan kemanusiaan
- 4) Menjadikan jurusan syariah sebagai pusat studi yang unggul dalam bidang kajian dan penelitian ilmu syariah yang *intergrative* dan *interkonektif*
- 5) Terbangunnya jaringan yang kokoh dan fungsional dengan para ilmu alami.



## 5. Struktur Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Adapun nama-nama dan jabatan Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2016/2017**

| No | Nama                             | Jabatan                                 |
|----|----------------------------------|---|
| 1  | Dr. Ramlah Makkulase, M.M        | Dekan                                   |
| 2  | Dr. Takdir, M.H                  | Wakil Dekan I                           |
| 3  | Dr. Rahmawati B, M,Ag.           | Wakil Dekan II                          |
| 4  | Dr. Muh. Tahmid Nur, S.Ag.,M.Ag. | Wakil Dekan III                         |
| 5  | Ilham, S.Ag.,M.A                 | Ket. Program Studi<br>Ekonomi Syariah   |
| 6  | Fasiha Kamal, S.E.I.,M.E.I       | Sek. Program Studi<br>Ekonomi Syariah   |
| 7  | Zainuddin, M.Ak                  | Ket. Program Studi<br>Perbankan Syariah |
| 8  | Muzayyanah Jabani, M. M          | Sek. Program Studi<br>Perbankan Syariah |

Sumber : Data primer

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang responden yang menjadi obyek penelitian dan memberikan gambaran mengenai tanggapan responden atas Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa FEBI IAIN Palopo Angkatan 2013 Memilih Prodi Ekonomi Syariah.

#### **a. Deskripsi Responden**

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Menurut Jenis Kelamin**

| <b>NO</b> | <b>JENIS KELAMIN</b> | <b>JUMLAH</b> | <b>PERSENTASE</b> |
|-----------|----------------------|---------------|-------------------|
| <b>1</b>  | LAKI-LAKI            | 23            | 37%               |
| <b>2</b>  | PEREMPUAN            | 39            | 63%               |
|           | <b>JUMLAH</b>        | <b>62</b>     | <b>100%</b>       |

Sumber Data : Hasil Olahan Angket Item 1

## b. Deskripsi Variabel Penelitian

## 1) Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel Faktor Budaya (X1)

**Tabel 4.3****Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Budaya**

| No | Pernyataan   | Tanggapan Responden |           |          |           |          | Total      |
|----|--|---------------------|-----------|----------|-----------|----------|------------|
|    |  | SS                  | S         | CS       | TS        | STS      |            |
| 1  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena dapat mencerminkan kelas sosial                    | 16<br>26%           | 27<br>44% | 4<br>6%  | 12<br>19% | 3<br>5%  | 62<br>100% |
| 2  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena jurusan tersebut sedang tren atau banyak di minati | 16<br>26%           | 24<br>39% | 9<br>14% | 6<br>10%  | 7<br>11% | 62<br>100% |
| 3  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena sesuai dengan bidang jurusan saat SMA/SMK          | 16<br>26%           | 14<br>22% | 6<br>10% | 20<br>32% | 6<br>10% | 62<br>100% |

Sumber : Data primer yang diolah

## 2) Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel Faktor Sosial (X2)

Tabel 4.4

## Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Sosial

| No | Pernyataan   | Tanggapan Responden |           |           |           |           | Total      |
|----|--|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
|    |  | SS                  | S         | CS        | TS        | STS       |            |
| 1  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena adanya pengaruh dari teman                         | 8<br>13%            | 15<br>24% | 6<br>10%  | 17<br>27% | 16<br>26% | 62<br>100% |
| 2  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena ada dorongan dari orang tua                        | 12<br>19%           | 25<br>41% | 10<br>16% | 10<br>16% | 5<br>8%   | 62<br>100% |
| 3  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena adanya pengalaman dari anggota keluarga sebelumnya | 14<br>22%           | 18<br>29% | 6<br>10%  | 21<br>34% | 3<br>5%   | 62<br>100% |

Sumber : Data primer yang diolah

## 3) Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel Faktor Pribadi (X3)

Tabel 4.5

## Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Pribadi

| No | Pernyataan  | Tanggapan Responden |           |           |           |          | Total      |
|----|---|---------------------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|
|    |   | SS                  | S         | CS        | TS        | STS      |            |
| 1  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena menyesuaikan dengan kondisi keuangan saya | 8<br>13%            | 12<br>19% | 12<br>19% | 25<br>41% | 5<br>8%  | 62<br>100% |
| 2  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena biaya SPP nya tidak mahal                 | 13<br>21%           | 16<br>26% | 7<br>11%  | 22<br>36% | 4<br>6%  | 62<br>100% |
| 3  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena dapat mencerminkan gaya hidup saya        | 3<br>5%             | 11<br>18% | 14<br>22% | 25<br>41% | 9<br>14% | 62<br>100% |

Sumber : Data primer yang diolah

## 4) Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel Faktor Psikologis (X4)

Tabel 4.6

## Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Psikologis

| No | Pernyataan   | Tanggapan Responden |           |           |         |         | Total      |
|----|--|---------------------|-----------|-----------|---------|---------|------------|
|    |  | SS                  | S         | CS        | TS      | STS     |            |
| 1  | Saya memilih prodi ekonomi syariah sebagai media dalam menggapai cita-cita saya                    | 23<br>37%           | 24<br>39% | 8<br>13%  | 4<br>6% | 3<br>5% | 62<br>100% |
| 2  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena jurusan tersebut banyak dibutuhkan dalam dunia pekerjaan | 24<br>39%           | 21<br>34% | 12<br>19% | 4<br>6% | 1<br>2% | 62<br>100% |
| 3  | Saya memilih prodi ekonomi syariah karena adanya pemahaman atas manfaat dari jurusan tersebut.     | 8<br>13%            | 32<br>52% | 18<br>29% | 4<br>6% | 0<br>0  | 62<br>100% |

Sumber : Data primer yang diolah

- 5) Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel Pengambilan Keputusan(Y)

**Tabel 4.7**

**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pengambilan Keputusan**

| No | Pernyataan  | Tanggapan Responden |           |           |           |         | Total      |
|----|---|---------------------|-----------|-----------|-----------|---------|------------|
|    |   | SS                  | S         | CS        | TS        | STS     |            |
| 1  | Dengan memilih prodi ekonomi syariah berarti saya telah menjatuhkan pilihan/alternatif yang terbaik   | 10<br>16%           | 28<br>45% | 13<br>21% | 11<br>18% | 0<br>0  | 62<br>100% |
| 2  | Dengan memilih prodi ekonomi syariah berarti saya telah melakukan pengambilan keputusan yang dilakukan secara sadar, rasional, obyektif, dan terencana. | 17<br>27%           | 33<br>54% | 7<br>11%  | 4<br>6%   | 1<br>2% | 62<br>100% |
| 3  | Dengan memilih prodi ekonomi syariah saya terdorong untuk melanjutkan S2 dengan mengambil jurusan yang sama.  | 15<br>24%           | 24<br>39% | 8<br>13%  | 12<br>19% | 3<br>5% | 62<br>100% |

Sumber : Data primer yang diolah

## 2. Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa FEBI IAIN Palopo angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah.

### a. Pengujian Instrumen

#### 1) Uji Validitas

Dari uji validitas yang dilakukan dengan program SPSS versi 22 yaitu dengan melihat nilai dari *Corrected Item Correlation*. Dengan ketentuan, nilai *Corrected Item Correlation* dari masing-masing variabel  $>$  dari nilai  $R_{tabel}$ , dengan demikian dinyatakan valid dan dimasukkan ke dalam pengujian penelitian sesungguhnya.

Untuk menentukan suatu item layak digunakan atau tidak, maka batas nilai minimal korelasi adalah 0,30. Jadi item yang memiliki koefisien korelasi di bawah 0,30 dianggap tidak valid. Berdasarkan hasil olah data maka nilai validitas yang diperoleh dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

## a) Variabel Faktor Budaya (X1)

Tabel 4.8

|            |                     | Correlations |        |        |            |
|------------|---------------------|--------------|--------|--------|------------|
|            |                     | item 1       | item 2 | item 3 | skor total |
| item_1     | Pearson Correlation | 1            | .405** | .350** | .757**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |              | .001   | .005   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_2     | Pearson Correlation | .405**       | 1      | .291*  | .747**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .001         |        | .022   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_3     | Pearson Correlation | .350**       | .291*  | 1      | .750**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .005         | .022   |        | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| skor_total | Pearson Correlation | .757**       | .747** | .750** | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |            |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |

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

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

Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil pengujian validitas atas variabel faktor budaya dengan 3 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* diatas 0,30.

## b) Variabel Faktor Sosial (X2)

Tabel 4.9

|            |                     | Correlations |        |        |            |
|------------|---------------------|--------------|--------|--------|------------|
|            |                     | item 1       | item 2 | item 3 | skor total |
| item_1     | Pearson Correlation | 1            | .577** | .516** | .847**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .000   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_2     | Pearson Correlation | .577**       | 1      | .569** | .841**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .000   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_3     | Pearson Correlation | .516**       | .569** | 1      | .825**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   |        | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| skor_total | Pearson Correlation | .847**       | .841** | .825** | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |            |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |

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

Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil pengujian validitas atas variabel faktor sosial dengan 3 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* diatas 0,30.

## c) Variabel Faktor Pribadi (X3)

Tabel 4.10

|            |                     | Correlations |        |        |            |
|------------|---------------------|--------------|--------|--------|------------|
|            |                     | item 1       | item 2 | item 3 | skor total |
| item_1     | Pearson Correlation | 1            | .579** | .462** | .840**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .000   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_2     | Pearson Correlation | .579**       | 1      | .425** | .841**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .001   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_3     | Pearson Correlation | .462**       | .425** | 1      | .752**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .001   |        | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| skor_total | Pearson Correlation | .840**       | .841** | .752** | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |            |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |

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

Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tabel 4.10 diatas hasil pengujian validitas atas variabel faktor pribadi dengan 3 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* diatas 0,30.

## d) Variabel Faktor Psikologis

Tabel 4.11

|            |                     | Correlations |        |        |            |
|------------|---------------------|--------------|--------|--------|------------|
|            |                     | item 1       | item 2 | item 3 | skor total |
| item_1     | Pearson Correlation | 1            | .373** | .200   | .756**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |              | .003   | .119   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_2     | Pearson Correlation | .373**       | 1      | .428** | .809**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .003         |        | .001   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_3     | Pearson Correlation | .200         | .428** | 1      | .661**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .119         | .001   |        | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| skor_total | Pearson Correlation | .756**       | .809** | .661** | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |            |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |

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

Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 diatas hasil pengujian validitas atas variabel faktor psikologis dengan 3 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* diatas 0,30.

## e) Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

Tabel 4.12

|            |                     | Correlations |        |        |            |
|------------|---------------------|--------------|--------|--------|------------|
|            |                     | item 1       | item 2 | item 3 | skor total |
| item_1     | Pearson Correlation | 1            | .352** | .484** | .773**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |              | .005   | .000   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_2     | Pearson Correlation | .352**       | 1      | .422** | .723**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .005         |        | .001   | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| item_3     | Pearson Correlation | .484**       | .422** | 1      | .848**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .001   |        | .000       |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |
| skor_total | Pearson Correlation | .773**       | .723** | .848** | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |            |
|            | N                   | 62           | 62     | 62     | 62         |

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

Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil pengujian validitas atas variabel pengambilan keputusan dengan 3 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* diatas 0,30.

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang mengukur suatu kuesioner dan merupakan indikator dari variabel yang konstruk, dimana SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $\geq$  0,5 (lebih besar atau sama dengan 0,5). Dengan ketentuan jika nilai dari *cronbach alpha* yang diperoleh dari masing-masing variabel  $>$  dari nilai  $R_{\text{tabel}}$ . Sebab ketentuan penentuan dari reliabelnya suatu variabel sebagai berikut:

- a) Jika  $\alpha > 0,90$  maka reliabilitasnya sempurna.
- b) Jika  $\alpha$  antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitasnya tinggi.
- c) Jika  $\alpha$  antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitasnya moderat.
- d) Jika  $\alpha < 0,50$  maka reliabilitasnya rendah.<sup>1</sup>

Hasil uji reliabilitas untuk instrument keseluruhan variabel dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.13**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .821                   | 15         |

Sumber: output spss yang diolah

<sup>1</sup> Perry Roy Hilton and Charlotte Brownlow, SPSS Explained, dalam Seta Basri, Uji Validitas dan Reliabilitas, <http://setabasri01.blogspot.com/2012/04/uji-validitas-dan-reliabilitas-item.html>

Berdasarkan tabel 4.13 hasil olahan data reliabilitas atas semua butir instrument penelitian diatas menunjukkan bahwa dengan 5 variabel yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan pengambilan keputusan semuanya dianggap reliabel sebab memiliki nilai *cornbach's alpha* diatas 0,5. Dimana nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh sebesar 0,815, yang artinya reliabilitasnya tinggi.

#### b. Pengujian Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan pengujian residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel “One Sample Kolmogorov Smirnov Test”.

Tabel 4.14

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                  |                | 62                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 1.74111898              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .099                    |
|                                    | Positive       | .099                    |
|                                    | Negative       | -.097                   |
| Test Statistic                     |                | .099                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tampilan output *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel 4.14 diatas, diketahui besarnya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), maka nilai residual yang dihasilkan dari regresi telah terdistribusi secara normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Metode analisis uji multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor (VIF)* pada model regresi dengan kriteria pengujian, semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

Hasil pengujian multikolinearitas variabel dapat dilihat pada output SPSS pada tabel “Coefficients” berikut ini:

Tabel 4.15

| Model             | Collinearity Statistics |       |
|-------------------|-------------------------|-------|
|                   | Tolerance               | VIF   |
|                   | (Constant)              |       |
| faktor_budaya     | .733                    | 1.363 |
| faktor_sosial     | .778                    | 1.285 |
| faktor_pribadi    | .565                    | 1.770 |
| faktor_psikologis | .608                    | 1.644 |

a. Dependent Variable: pengambilan\_keputusan  
 Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tampilan output *Coefficients* pada tabel 4.15 diatas, diketahui besarnya nilai *Tolerance* masing-masing variabel independen yaitu faktor budaya (0,733), faktor sosial (0,778), faktor pribadi (0,565) dan faktor psikologis (0,608) lebih besar dari 0,10. Nilai *Inflation Factor (VIF)* masing-masing variabel independen yaitu faktor budaya (1,363), faktor sosial (1,285), faktor pribadi (1,770) dan faktor psikologis (1,644) lebih kecil dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* keempat variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji heteroskedastisitas yaitu dengan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antar variabel dengan nilai absolut residualnya. Kriteria

pengujiannya yaitu jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil pengujian glejser dapat dilihat pada output spss pada tabel “Coefficients” berikut ini:

**Tabel 4.16**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)     | 1.640                       | .887       |                           | 1.850 | .070 |
| Faktor Budaya    | -.001                       | .066       | -.004                     | -.022 | .982 |
| Faktor Sosial    | .027                        | .055       | .071                      | .497  | .621 |
| Faktor Pribadi   | -.054                       | .068       | -.151                     | -.801 | .427 |
| Faktor Psikologi | .007                        | .087       | .015                      | .084  | .933 |

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tabel 4.16, hasil olahan data regresi antara variabel independen dengan nilai absolut residual. Dapat diketahui besarnya nilai signifikansi ke empat variabel independen yaitu faktor budaya (0,982), faktor sosial (0,621), faktor pribadi (0,427), dan faktor psikologis (0,933). Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi keempat variabel independen lebih dari 0,05,

dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Hipotesis

1) Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 4.17**

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |        |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1 Regression       | 168.772        | 4  | 42.193      | 13.006 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual           | 184.921        | 57 | 3.244       |        |                   |
| Total              | 353.694        | 61 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: pengambilan\_keputusan

b. Predictors: (Constant), faktor\_psikologis, faktor\_sosial, faktor\_budaya, faktor\_pribadi

Sumber: output spss yang diolah

Hasil uji Anova diketahui besarnya nilai  $F_{hitung}$  adalah 13,006 dengan *degree of freedom*/ derajat bebas (df) regression sebesar 4 dan nilai df dari residual sebesar 57, maka dapat diketahui besarnya nilai dari  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) yaitu sebesar 2,53 (lihat F tabel).

Dari output tersebut nilai F hitung = 13,006 dengan tingkat signifikansi < probabilitas ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang simultan antara variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap

pengambilan keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Palopo angkatan 2013 memilih Prodi Ekonomi Syariah.

2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.18**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .691 <sup>a</sup> | .477     | .440              | 1.80118                    |

a. Predictors: (Constant), faktor\_psikologis, faktor\_sosial, faktor\_budaya, faktor\_pribadi

Sumber: output spss yang diolah

Berdasarkan tampilan output model summary pada tabel 4.18 diatas, besarnya adjuster  $R^2$  (koefisien determinasi yang telah disesuaikan) adalah 0,477 nilai menunjukkan bahwa 47,7% keputusan mahasiswa dapat dijelaskan oleh 4 variabel independen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sedangkan sisanya yaitu 52,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

## 3) Pengujian secara Parsial (Uji T)

Tabel 4.19

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)      | 2.503                       | 1.532      |                           | 1.633  | .108 |
| faktor_budaya     | .481                        | .092       | .583                      | 5.212  | .000 |
| faktor_sosial     | .118                        | .080       | .161                      | 1.484  | .143 |
| faktor_pribadi    | -.170                       | .105       | -.207                     | -1.628 | .109 |
| faktor_psikologis | .339                        | .137       | .303                      | 2.470  | .017 |

a. Dependent Variable: pengambilan\_keputusan

Sumber : output SPSS yang diolah

Nilai signifikan  $t_{hitung}$  masing-masing adalah 0,000 (Faktor Budaya), 0,143 (Faktor Sosial), 0,109 (Faktor Pribadi), 0,017 (Faktor Psikologis). Dari nilai t dan signifikan dapat disimpulkan mana variabel yang signifikan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dan mana yang tidak signifikan.

Diketahui besarnya nilai  $T_{hitung}$  masing-masing dari ke empat variabel bebas diatas yaitu 5,212 (Faktor Budaya), 1,484 (Faktor Sosial), -1,628 (Faktor Pribadi), 2,470 (Faktor Psikologis).

Berdasarkan tabel olahan data regresi diatas terdapat dua variabel yang  $T_{hitung}$ nya lebih kecil dari  $T_{tabel}$  yaitu variabel faktor sosial, dan variabel faktor pribadi dan dua variabel yang  $T_{hitung}$ nya lebih besar dari  $T_{tabel}$  yaitu faktor budaya dan faktor psikologis.

Jadi dapat dituliskan kedalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 \\
 &= 2,503 + 5,212 + 1,484 + (-1,628) + 2,470 \\
 &= 10,041
 \end{aligned}$$

Dari persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a = 2,503 merupakan nilai konstan atau *reciprocal*, artinya jika semua variabel bebas (faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) memiliki nilai 0 maka nilai variabel terikat (pengambilan keputusan) sebesar 2,503.
- b1 = 5,212 artinya apabila tanggapan responden atas faktor budaya positif dan bertambah sebesar satu satuan, maka pengambilan keputusan mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar 5,212.
- b2 = 1,484 artinya apabila tanggapan responden atas faktor sosial positif dan bertambah sebesar satu satuan, maka pengambilan keputusan mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar 1,484.
- b3 = -1,628 artinya apabila tanggapan responden atas faktor pribadi negative, maka pengambilan keputusan mahasiswa akan mengalami penurunan sebesar -1,628.
- b4 = 2,470 artinya apabila tanggapan responden atas faktor psikologi positif dan bertambah sebesar satu satuan, maka pengambilan keputusan mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar 2,470.

Untuk menguji apakah variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan mahasiswa FEBI dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo, maka dilakukan uji T dengan tingkat kepercayaan 95%. Ada syarat yang perlu diperhatikan dalam melakukan uji hipotesis ini, agar  $H_0$  ditolak yaitu dari perbandingan nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ , dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

a. Uji hipotesis untuk variabel faktor budaya

Uji hipotesis untuk variabel faktor budaya ( $X_1$ ) terhadap keputusan mahasiswa FEBI dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : B_1 = 0$  (tidak ada pengaruh antara  $X_1$  terhadap  $Y$ )

$H_a : B_1 \neq 0$  (ada pengaruh antara  $X_1$  terhadap  $Y$ )

Oleh karena  $T_{hitung} (5,212) > T_{tabel} (1,672)$ , dengan demikian pengujian menunjukkan  $H_a$  diterima atau  $H_0$  ditolak, maka dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara variabel faktor budaya terhadap keputusan mahasiswa FEBI dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

b. Uji hipotesis untuk variabel faktor sosial

Uji hipotesis untuk variabel faktor sosial ( $X_2$ ) terhadap keputusan mahasiswa FEBI dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : B_2 = 0$  (tidak ada pengaruh antara  $X_2$  terhadap  $Y$ )

$H_a : B_2 \neq 0$  (ada pengaruh antara  $X_2$  terhadap  $Y$ )

Oleh karena  $T_{hitung} (1,484) < T_{tabel} (1,672)$ , dengan demikian pengujian menunjukkan  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa FEBI dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

c. Uji hipotesis untuk variabel faktor pribadi

Uji hipotesis untuk variabel faktor pribadi ( $X_3$ ) terhadap keputusan mahasiswa FEBI memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0: B_3 = 0$  (tidak ada pengaruh antara  $X_3$  terhadap  $Y$ )

$H_a: B_3 \neq 0$  (ada pengaruh antara  $X_3$  terhadap  $Y$ )

$T_{hitung} (-1,628) < T_{tabel} (1,672)$ , dengan demikian pengujian menunjukkan  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa FEBI memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

d. Uji hipotesis variabel faktor psikologis

Uji hipotesis untuk faktor psikologis ( $X_4$ ) keputusan mahasiswa FEBI memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0: B_4 = 0$  (tidak ada pengaruh antara  $X_4$  terhadap  $Y$ )

$H_a: B_4 \neq 0$  (ada pengaruh antara  $X_4$  terhadap  $Y$ )

$T_{hitung} (2,470) > T_{tabel} (1,661)$ , dengan demikian pengujian menunjukkan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka dapat dikatakan bahwa ada

pengaruh yang signifikan antara variabel faktor psikologis terhadap keputusan mahasiswa FEBI memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor sosial dan faktor pribadi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI IAIN Palopo angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah. Sedangkan faktor budaya dan faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI IAIN Palopo dalam memilih prodi Ekonomi Syariah.

Adapun variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa adalah variabel faktor budaya.

### ***C. Pembahasan Hasil Penelitian***

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

Dalam menganalisis hasil penelitian ini didasarkan pada beberapa uji yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin responden, didapatkan yaitu responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 orang (mahasiswa) atau 37% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang (mahasiswa) atau 63%.

Pada pengujian instrumen digunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil dari uji validitas dianggap memenuhi syarat kevalidannya apabila memiliki nilai *corrected item total correlation* di atas 0,30. Oleh karena itu, dari hasil uji validitas variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan pengambilan keputusan yang seluruhnya memiliki 15 item pernyataan dinyatakan sudah valid karena masing-masing variabel memiliki *corrected item total correlation* diatas 0,30. Kemudian pada uji reliabilitas yang telah dilakukan dari lima variabel dimana variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan pengambilan keputusan telah dinyatakan reliabel karena telah memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,5. Adapun nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh sebesar 0,821 yang artinya tingkat reliabilitasnya tinggi.

Pada uji asumsi klasik digunakan tiga jenis pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pada uji normalitas data diketahui nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-tailed*) yaitu 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ) maka nilai residual yang dihasilkan terdistribusi normal artinya telah memenuhi uji normalitas data.

Pada uji multikolinearitas masing-masing variabel independen yaitu faktor budaya (0,733), faktor sosial (0,778), faktor pribadi (0,565) dan faktor psikologis (0,608) lebih besar dari nilai *tolerance* 0,10. Dan nilai VIF masing-masing variabel independen yaitu faktor budaya (1,363), faktor sosial (1,285), faktor pribadi (1,770) dan faktor psikologis (1,644) lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model

regresi, karena regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Pada uji heteroskedastisitas, kriteria pengujiannya yaitu jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Diketahui besarnya nilai signifikansi ke empat variabel independen yaitu faktor budaya (0,982), faktor sosial (0,621), faktor pribadi (0,427), dan faktor psikologis (0,933). Jadi disimpulkan bahwa nilai signifikansi ke empat variabel independen lebih dari 0,05 dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada medel regresi.

Pada pengujian hipotesis digunakan uji simultan (F), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji parsial (T). untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak, maka digunakan uji F yaitu dengan cara membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Kriteria pengujian adalah  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sedangkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Diperoleh nilai  $F_{hitung}$  ke empat variabel adalah (13,006) sedangkan  $F_{tabel}$  (2,53). Jadi ( $F_{hitung} 13,006 > F_{tabel} 2,53$ ) maka dapat disimpulkan ke empat variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Kemudian uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh sebesar 47,7% terhadap pengambilan keputusan mahasiswa, sedangkan 52,3 % dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Selanjutnya pada uji parsial (T) berdasarkan hasil pengujian sebagai berikut:

1. Variabel faktor budaya (X1) terhadap pengambilan keputusan (Y)

Terlihat pada kolom *coefficient* terdapat nilai sig. 0,000. Nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variabel X1 mempunyai nilai  $T_{hitung}$  5,212 dengan  $T_{tabel}$  1,672. Jadi  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

2. Variabel faktor sosial (X2) terhadap pengambilan keputusan (Y)

Terdapat nilai sig. 0,143. Nilai sig. lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,143 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Variabel X2 mempunyai nilai  $T_{hitung}$  1,484 dengan  $T_{tabel}$  1,672. Jadi  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

3. Variabel faktor pribadi (X3) terhadap pengambilan keputusan (Y)

Terdapat nilai sig. 0,109  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Variabel X3 mempunyai nilai  $T_{hitung}$  -1,628  $< T_{tabel}$  1,672. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X3 tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

4. Variabel faktor psikologis (X4) terhadap pengambilan keputusan (Y)

Terdapat nilai sig. 0,017  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variabel X4 mempunyai nilai  $T_{hitung}$  2,479  $> T_{tabel}$  1,672. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X4 memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

Ha : Terdapat pengaruh antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel faktor sosial (X2) dan faktor pribadi (X3) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel pengambilan keputusan (Y). sedangkan variabel faktor budaya (X1) dan faktor psikologis (X4) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel pengambilan keputusan (Y). Adapun variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap variabel pengambilan keputusan (Y) adalah variabel faktor budaya (X1).

Berdasarkan hasil tersebut menandakan bahwa sebagian besar mahasiswa FEBI IAIN Palopo angkatan 2013 dalam mengambil keputusan memilih prodi Ekonomi Syariah dikarenakan oleh faktor budaya dan faktor psikologis. Dimana faktor budaya disini meliputi pengaruh dari lingkungan dan kelas sosial, sedangkan faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, emosi, kepercayaan, dan sikap.

Terlepas dari pada itu, faktor-faktor lain yang di perkirakan memiliki pengaruh ternyata tidak dapat dibuktikan melalui penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa faktor sosial dan pribadi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih program studi Ekonomi

Syariah. Meskipun secara biologis faktor sosial dan pribadi memiliki kedekatan yang erat namun hal itu tidak sepenuhnya menjadi pertimbangan utama mahasiswa dalam pengambilan keputusan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji simultan (uji F), hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel bebas yaitu variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor sosial (X3), faktor psikologis (X4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel pengambilan keputusan (Y). dimana diketahui nilai  $F_{hitung} (13,006) > F_{tabel} (2,53)$ .
2. Dari hasil pengujian, variabel faktor budaya (X1) mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa FEBI angkatan 2013 dalam memilih prodi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo. Hal ini dapat dilihat dengan nilai  $T_{hitung} (5,212) > T_{tabel} (1,672)$ .

#### **A. Saran**

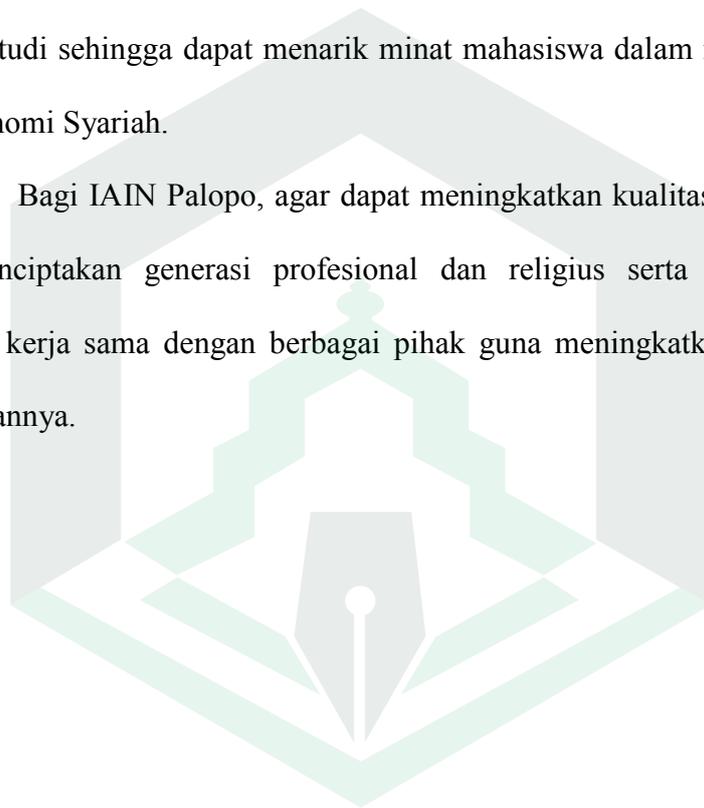
Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan beberapa hal yang berkenaan dengan pembahasan yang telah dijelaskan di atas :

1. Bagi mahasiswa, diharapkan dalam memilih jurusan di tingkat perguruan tinggi harus mempertimbangkan berbagai alternatif-alternatif yang ada

melalui berbagai informasi. Diharapkan agar jurusan apapun yang dipilih seharusnya tetap didasarkan pada kesesuaian dengan kepribadian diri sendiri sehingga dalam menempuh pendidikan di tingkat perguruan tinggi dapat menuntut ilmu secara maksimal, hal ini karena kesuksesan berkarir adalah tanggung jawab pribadi.

2. Bagi prodi Ekonomi Syariah, agar dapat meningkatkan kualitas program studi sehingga dapat menarik minat mahasiswa dalam memilih program studi Ekonomi Syariah.

3. Bagi IAIN Palopo, agar dapat meningkatkan kualitas output sehingga dapat menciptakan generasi profesional dan religius serta mengembangkan hubungan kerja sama dengan berbagai pihak guna meningkatkan peluang kerja bagi lulusannya.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim.

Abdullah Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Cet. I; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.

Asnawi Kelana Said dan Candra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Cet I; Jakarta, Darus Sunnah, 2002.

Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001.

Imam Ahmad bin Hambal, *Musnad Sepuluh yang Dijamin Masuk Surga*, (Darul Fikri, Bairut-Libanon, 1981), juz 1, h. 3/337, no (1367).

Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 11, jilid I. Jakarta: Indeks, 2005.

Lestari Maya, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen pada Pembelian Kartu Perdana Prabayar di kota Palopo*, Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo, 2014.

Nawali Hadari dan S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Cet. V; Jakarta: Asdi Maha Satya, 2004).

Nurbiyati Titik dan Mahmud Machfoeds, *Manajemen Pemasaran Kontemporer*, Kayon, Cet. I, 2005.

Pidarta Made, *Landasan Kependidikan*, Cet. I; Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997.

Prasetijo Ristiyanti dan John JOI Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi, 2008.

Prasetyo Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005).

Priatna Yeni, et.al., "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Terhadap Keputusan Memilih Politeknik Harapan Bersama Tegal*", Skripsi, Politeknik Negeri Semarang.

Risnawati Erlita dan Soni Agus Irwandi, "*Analisis Faktor atas Pengambilan Keputusan Mahasiswa untuk Memilih Jurusan Akuntansi di STIE Perbanas Surabaya*," Skripsi, STIE Perbanas Surabaya. vol. 2. nomor 1, (2012).

- Sastri, *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Percetakan*, Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo, 2014.
- Setiadi J. Nugroho, *Perilaku Konsumen*, Ed. 1, Cet. 1, (Bogor: Kencana, 2003).
- Siregar Syofian, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014).
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Ed, I, Cet. 7, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada: 2004.
- Stanton J. William, *Prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga: 1984.
- Subagyo Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, Jakarta: Reneka Cipta, 1991.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cet. 23; Bandung: Alfabeta, 2013.
- Swastha Basu dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*.
- Usman Susman, *Pengaruh Perilaku PNS Pada Kelurahan Buntu Datu Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Matahari Departemen Store Palopo*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2015.
- W Soeparno., *Analisis Forecasting Dan Keputusan Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- [http://id.wikipedia.org/wiki/IAIN\\_Palopo](http://id.wikipedia.org/wiki/IAIN_Palopo).