

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG EMAS
DI PT. PEGADAIAN (Persero) CABANG PALEMBANG**



Skripsi Oleh:
Mira Santika
01011181621284
MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2020

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG EMAS DI PT. PEGADAIAN CABANG
PALEMBANG**

Disusun oleh:

Nama : Mira Santika
NIM : 01011181621284
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam Ujian Komprehensif.

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING
Ketua,



10 November 2020

H. Dian Eka S.E., M.M.
NIP. 196101061990031002

Anggota,



10 November 2020

Welly Nailis S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG EMAS DI PT. PRGADAIAN CABANG
PALEMBANG**

Disusun oleh :

Nama : Mira Santika
NIM : 01011181621284
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 28 Desember 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, 28 Desember 2020

Panitia Ujian Komprehensif

Ketua

H. Dian Eka S.E., M.M.
NIP. 196101061990031002

Anggota

Welly Nailis S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

Penguji

Dessy Yunita S.E., M.M., M.B.A.
NIP. 198106302014092003

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mira Santika
NIM : 01011181621284
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan Dengan Sesungguhnya Bahwa Skripsi Yang Berjudul :
Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menabung Emas Di
PT. Pegadaian Cabang Palembang

Pembimbing :

Ketua : H. Dian Eka S.E., M.M.
Anggota : Welly Nailis S.E., M.M.
Tanggal Ujian : 28 Desember 2020

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 30 Desember 2020

Pembuat Pernyataan



Mira Santika

NIM. 01011181621284

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.

- Albert einstein

Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa pendidikan Indonesia tak mungkin bertahan.

- Najwa shihab

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- para Pembaca

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “ Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menabung Emas di PT. Pegadaian Cabang Palembang”.

Adapun tujuan dari penelitian serta penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam program Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya.

Tentunya selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak.

Palembang, 30 Desember 2020

Penulis



Mira santika

NIM. 01011181621284

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan telah memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam penulisan Skripsi ini. Maka perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. **Allah SWT** yang telah melimpahkan segala nikmat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya hingga ke tahap ini. Rasa syukur tak hentinya saya ucapkan atas doa-doa yang telah dikabulkan-Nya.
2. **Umak dan bapang**, serta ayuk adik yang telah mendukung dan mendoakan saya.
3. **H. Dian Eka S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah mendukung dan memberikan waktu untuk membantu dalam penulisan Skripsi ini.
4. **Welly Nailis S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia membimbing serta memberikan saran dalam penyelesaian Skripsi.
5. **Dr. Zakaria Wahab, M.B.A** selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama perkuliahan saya di Universitas Sriwijaya.
6. **Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph.d**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. **Dr. Kemas Thamrin, S.E., M.M.** selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
8. **Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, M.S.C.E.** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
9. **Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

10. **Dessy Yunita, S.E, M.M., M.B.A.**, selaku dosen penguji saya. Terimakasih atas bantuannya dan sudah bersedia memberikan kritik dan saran yang sangat membangun dalam skripsi ini.
11. **Seluruh dosen, dan Pegawai Fakultas Ekonomi** khususnya jurusan manajemen, yang sangat berjasa dalam membentuk pemahaman dan pola pikir saya selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
12. **Teman-teman Jurusan Manajemen (2016)** Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membantu dengan memberikan saran untuk penulisan Skripsi ini.
13. **Sahabat**, terimakasih banyak kurang lebih 4 tahun ini untuk selalu ada dan selalu memberikan dukungan.
14. Terakhir, penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini secara tulus.

Palembang, 30 Desember 2020

Penulis



Mira Santika

NIM. 01011181621284

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG EMAS DI PT. PEGADAIAN CABANG PALEMBANG

**Oleh:
Mira Santika**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Faktor Perilaku konsumen dalam keputusan nasabah memiliki tabungan emas Pegadaian cabang Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Pegadaian Cabang Palembang yang membuka Tabungan Emas. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 Nasabah Tabungan Emas Pegadaian cabang Palembang. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisa regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil persamaan regresi linier, dapat diartikan apabila Budaya, Sosial, Individu, dan Psikologis ditingkatkan, maka Keputusan pembelian akan meningkat dan juga sebaliknya. Dan hasil uji F menunjukkan bahwa Budaya, Sosial, Individu, psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung emas di Pegadaian cabang Palembang. Hasil uji t menunjukkan bahwa Budaya dan Individu tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung emas di Pegadaian cabang Palembang.

Kata kunci: Budaya, Sosial, Individu, Psikologis, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE EFFECT OF CONSUMER BEHAVIOR ON GOLD SAVING DECISIONS IN PT. PEGADAIAN BRANCH OF PALEMBANG

By:

Mira Santika;

H. Dian Eka S.E., M.M.; Welly Nailis S.E., M.M

The purpose of this study was to determine the influence of consumer behavior factors in customer decisions to have gold savings at Pegadaian Palembang branch. The population in this study were Palembang Branch Pegadaian customers who opened Gold Savings. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 100 customers of the Palembang branch of the Gold Pegadaian Savings. This study uses primary data obtained from questionnaires and the analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that from the results of the linear regression equation, it can be interpreted that if the cultural, social, individual and psychological aspects are improved, the purchasing decision will increase and vice versa. And the results of the F test show that culture, social, individual, psychology have a significant influence on the decision to save gold at the Palembang branch of the Pegadaian. The results of the t test show that culture and individuals do not have a significant effect on customers' decisions to save gold at the Palembang branch of Pegadaian.

Keywords: Culture, Social, Individual, Psychological, Purchase Decision

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Mira Santika
NIM : 01011181621284
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menabung Emas Di PT. Pegadaian Cabang Palembang

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya, dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Pembimbing 1



H. Dian Eka S.E., M.M.
NIP. 196101061990031002

Pembimbing 2



Welly Nailis S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

RIWAYAT HIDUP

Nama : Mira Santika
Nim : 01011181621284
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Nibung, 18 September 1997
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Desa Nibung, kec. Lintang Kanan Kab. Empat Lawang,
Sumatera Selatan
E-mail : smira1809@gmail.com
Pendidikan Formal :
- SD : SDN 13 Batu Ampar
- SMP : SMPN 3 Pagar Jati
- SMA : SMAN 1 Muara Pinang



Riwayat Organisasi

- Bendahara Osis SMPN 3 Pagar Jati
- Pramuka SMPN 3 Pagar Jati
- Sekretaris Perekonomian Hima 4L
- IMAJE (Ikatan Mahasiswa Manajemen)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	x
RIWAYAT HIDUP.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	13
2.2. Penelitian Terdahulu.....	13
2.3. Kerangka pemikiran Teoritis.....	17
2.4. Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	20
3.2. Rancangan Penelitian	20
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	20

3.3.1	Sumber Data	20
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4.	Populasi dan Sampling	21
3.4.1	Populasi.....	21
3.4.2	Sampel	22
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	23
3.5.	Uji Instrumen Penelitian.....	24
3.5.1	Pengukuran Variabel Penelitian.....	24
3.5.2	Uji Validitas.....	25
3.5.3	Uji Reliabilitas	26
3.6.	Teknik Analisis Data	26
3.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	26
3.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	27
3.6.3	Uji F (Uji Simultan).....	28
3.6.4	Uji t (Uji Parsial).....	28
3.7.	Definisi Operasional.....	29
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Hasil Penelitian.....	31
4.1.1	Deskripsi Profil Responden	31
4.1.2	Jenis Kelamin Responden	31
4.1.3	Usia Responden	32
4.1.4	Pendidikan Responden.....	32
4.1.5	Profesi Responden	33
4.1.6	Penghasilan Perbulan Responden	34
4.1.7	Lama Responden Menggunakan Tabungan emas	35
4.1.8	Pihak Mempengaruhi Responden Menggunakan Tabungan Emas	35
4.1.9	Alasan Responden Memilih Tabungan Emas Pegadaian	36
4.1.10	Cara Responden Mengetahui Tabungan Emas	37
4.2	Analisis Deskriptif Variabel	38
4.2.1	Variabel Budaya	39
4.2.2	Variabel Sosial	42
4.2.3	Variabel Individu	44
4.2.4	Variabel Psikologis	47

4.2.5	Variabel Keputusan Menabung	50
4.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian	52
4.3.1	Uji Validitas	52
4.3.2	Uji Reliabilitas	54
4.4	Teknik Analisis Data	55
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.4.2	Koefisien Determinasi (R ²)	57
4.4.3	Uji F	57
4.4.4	Uji t	58
4.5	Pembahasan	60
4.5.1	Pembahasan Variabel Budaya (X1) Secara Parsial Terhadap Keputusan Menabung Emas di Pegadaian Cabang Palembang.....	61
4.5.2	Pembahasan variabel Sosial (X2) secara Parsial Terhadap Keputusan Menabung Emas di Pegadaian cabang Palembang.....	63
4.5.3	Pembahasan variabel Individu (X3) secara Parsial Terhadap Keputusan Menabung Emas di Pegadaian cabang Palembang.....	65
4.5.4	Pembahasan variabel Psikologis (X4) secara Parsial Terhadap Keputusan Menabung Emas di Pegadaian cabang Palembang.....	67
BAB V PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Keterbatasan Penelitian	70
5.3	Saran	71
DAFTAR FUSAKA.....		73
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Emas	3
Tabel 3.1 Defenisi Operasional.....	26
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	28
Tabel 4.2 Usia Responden.....	29
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	30
Tabel 4.4 Profesi Responden.....	30
Tabel 4.5 Penghasilan Perbulan Responden	31
Tabel 4.6 Lama Penggunaan Tabungan Emas	32
Tabel 4.7 Pihak Yang Mempengaruhi Responden.....	33
Tabel 4.8 Alasan Responden Memilih Tabungan Emas	34
Tabel 4.9 Cara Responden Mengetahui Tabungan Emas	35
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Budaya.....	37
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial	39
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Individu.....	42
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Psikologis.....	45
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menabung.....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.17 Regresi Berganda	52
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi (R ²)	54
Tabel 4.19 Uji F	55
Tabel 4.20 Uji T	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 3.1 Skala Pengukuran Penelitian.....	22

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berbagai macam cara yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan saat ini maupun kebutuhan masa depan untuk berjaga-jaga. Salah satu cara yang banyak dilakukan oleh masyarakat adalah menabung. Menabung merupakan salah satu bentuk investasi masa depan. Kesadaran akan pentingnya untuk berinvestasi membuat orang berbondong-bondong datang ke bank untuk menabung. Bank merupakan lembaga keuangan yang bertugas untuk menghimpun dan menyalurkan dana. Padahal menabung tidak hanya bisa dilakukan di bank saja, menabung juga bisa dilakukan di salah satu Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) yaitu PT. Pegadaian (Persero). Pegadaian juga memiliki produk yang memungkinkan seseorang untuk menabung.

PT Pegadaian (Persero) merupakan lembaga BUMN pada sektor keuangan Indonesia yang bergerak pada tiga lini Bisnis Perusahaan, yaitu Pembiayaan, Emas dan Aneka Jasa. Pegadaian adalah badan usaha di Indonesia yang secara resmi sudah mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan seperti pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1150, yang berisi Gadai adalah hak yang

diperoleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang yang bergerak. Barang tersebut akan diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh orang yang mempunyai utang. Seorang yang berhutang tersebut berhak memberikan kuasa kepada orang yang berpiutang untuk menggunakan barang yang telah diserahkan untuk melunasi hutang apabila orang yang berhutang tidak mampu membayar hutang pada saat jatuh tempo.

PT Pegadaian memiliki 12 Kanwil yang tersebar di Indonesia Berdasarkan GIS Pegadaian, masing-masing kanwil memiliki jumlah Kantor Area dan Kantor Cabang tersendiri. Kantor Cabang memiliki jumlah Unit Pembantu Cabang (UPC). Kanwil Palembang Memiliki tiga Kantor area salah satunya Kantor Area Palembang yang memiliki 14 cabang, salah satunya Cabang Palembang, Jalan Merdeka No. 11, Bukit Kecil, Palembang. Produk-produk Pegadaian Cabang Palembang yaitu Pegadaian Krasida, Pegadaian KCA (Kredit Cepat Aman), Pegadaian Kreasi, Mulia, Pegadaian Virtual Account, Arrum haji, dan Tabungan Emas.

Tabungan Emas adalah salah satu produk Pegadaian yang berbentuk seperti tabungan biasa, tetapi saldonya dalam nilai gram yang pencairannya bisa dengan uang tunai maupun dalam bentuk emas batangan. Dengan kata lain, Tabungan Emas merupakan layanan Jual Beli emas dengan fasilitas titip. Pembukaan Tabungan Emas dapat dilakukan dengan cara datang langsung ke outlet terdekat hanya membawa photocopy kartu identitas (KTP). Pembukaan Tabungan Emas juga dapat dilakukan melalui Aplikasi Pegadaian Digital

yang membebaskan biaya administrasi Rp30.000 dalam satu tahun. Dan pembelian saldo awal Tabungan Emas sebesar Rp56.000. Tabungan Emas dibuka pada saat pembayaran Registrasi selesai. Saldo Tabungan Emas dapat dicairkan dalam bentuk uang tunai dengan cara titipan emas dijual kembali (*buyback*) melalui aplikasi digital atau datang langsung ke Outlet Pegadaian terdekat. Saldo akun Tabungan Emas minimal 0,1 gram untuk dapat melakukan transaksi kembali dan biaya transaksi melalui Pegadaian Digital dikenakan biaya masuk Bank Rp2.500.

Tingkat permintaan Tabungan Emas di Palembang dapat dikatakan sangat tinggi terbukti dalam data yang dirilis oleh Gis Pegadaian pada tahun 2018 dimana Jumlah nasabah meningkat dari tahun 2017 ke tahun 2018. Hal ini memicu bertambahnya jumlah Nasabah Tabungan Emas Pegadaian di Palembang. Cabang Palembang memiliki beberapa outlet yang tersebar di seluruh daerah Palembang yang menyebabkan jumlah nasabah terus meningkat.

Tabel 1.1

**Jumlah Nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang
2017, 2018, 2019**

	2017	2018	2019
Jumlah Nasabah Tabungan Emas	51.124	56.606	56.546

Sumber: <https://gis.pegadaian.co.id>

Jumlah Nasabah pada tiga tahun terakhir di PT Pegadaian (Persero) cabang Palembang cukup stabil, terlihat dari data di tahun 2017 ke 2018 terjadi peningkatan sebesar 9,36% dan dari tahun 2018 ke 2019 terjadi penurunan sebesar 0,11%. Pihak Pegadaian harus mengetahui apa yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menabung emas di Pegadaian cabang Palembang. PT. Pegadaian sudah cukup dikenal oleh masyarakat sekitar dan memiliki pelanggan setia (*loyal*) yang berbeda perilaku satu sama lain. Perbedaan perilaku antara satu konsumen dengan konsumen lain yang berakibat konsumen dapat memilih produsen yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan, mulai dari segi kenyamanan, Pelayanan, harga serta tempat. Perilaku konsumen ini dapat terbentuk dari beberapa faktor yaitu kebudayaan, faktor sosial, pribadi, psikologis.

Budaya menurut (Leon Schiffman, edisi ke 7) merupakan Keseluruhan kepercayaan, Nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari yang membantu mengatur perilaku konsumen dari para anggota masyarakat tertentu. Menurut hasil penelitian Nashoha et al., (2019) faktor kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan masyarakat non muslim menjadi Nasabah bank Syariah di kota Yogyakarta. Faktor Budaya adalah faktor pertama yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Pengaruh budaya dapat mempengaruhi masyarakat secara tidak sadar, pengaruh budaya sangat alami dan otomatis sehingga pengaruhnya terhadap perilaku diterima

begitu saja. Saat kita ditanya kenapa melakukan sesuatu, otomatis kita akan menjawab, “ya karena memang seharusnya begitu”. Jawaban itu merupakan jawaban otomatis yang memperlihatkan pengaruh budaya dalam perilaku kita.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor sosial yang timbul dari lingkungan sekitar seperti referensi dari keluarga, teman maupun tingkatan sosial yang dimiliki oleh seseorang. Faktor sosial menurut (Kotler A. G., 2006) adalah kondisi Masyarakat yang dipengaruhi oleh lingkungan serta nilai-nilai anggotanya baik dari kelompok acuan, keluarga maupun peran dan status. Menurut Syaifudin (2016) dalam penelitiannya faktor sosial berpengaruh signifikan dan dapat diterima dalam Pengambilan Keputusan Nasabah dalam memilih pegadaian Syariah Kabupaten Grobongan.

Sama halnya dengan faktor individu dan psikologis yang lahir dari dalam diri konsumen itu sendiri dimana mereka memiliki perasaan dan alasan berbeda yang mempengaruhinya untuk menentukan produsen mana yang akan mereka pilih. Menurut hasil penelitian (Nashoha et al., 2019) Faktor individu dan Psikologis berpengaruh signifikan mempengaruhi keputusan masyarakat non muslim menjadi Nasabah bank syariah di kota Yogyakarta. Faktor-faktor ini sulit untuk dikendalikan oleh para produsen tapi tidak bisa diabaikan begitu saja karena memiliki dampak yang sangat besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli atau tidak produk di tempat mereka.

Adapun fenomena dari faktor budaya sekarang adalah kebanyakan masyarakat lebih memilih menabung dengan uang dari pada emas, karena menabung dengan uang sangat mudah dilakukan dan mudah dicairkan tidak seperti menabung emas ditabung emas Pegadaian yang harus menunggu saldo mencapai 1 gram dulu untuk bisa dicairkan. Fenomena dari faktor sosial yaitu masyarakat jaman sekarang memilih tabungan berdasarkan dari pengalaman seseorang bukan karena niat atau ketertarikan sendiri melainkan karena ajakan dari teman atau kerabat dekat. Untuk faktor individu seperti gaya hidup, seseorang menjadikan menabung sebagai gaya hidup yang produktif sehingga seorang tersebut mencari dan memilih tabungan mana yang bagus dan menguntungkan. Adapun fenomena dari faktor psikologis, masyarakat jaman sekarang termotivasi atau yakin dengan pendiriannya jika mereka telah melihat bukti dari keuntungan menabung emas di Pegadaian dan dikarenakan harga emas yang setiap tahunnya bernilai sangat tinggi (sumber: berasal dari wawancara yang dilakukan di PT Pegadaian)

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu barang atau jasa (Schiffman & Kanuk, 2013). Dari berbagai faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pembelian biasanya nasabah mempertimbangkan harga, kualitas, dan produk yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh nasabah terjadi melalui beberapa tahapan yaitu mulai dari pengenalan

masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan membeli dan tindakan hingga perilaku pasca pembelian suatu produk atau jasa.

Penulis akan melakukan penelitian di “PT. Pegadaian Cabang Palembang dari uraian di atas” untuk mengetahui Apakah dan Bagaimana Perilaku Nasabah berpengaruh terhadap keputusan untuk memiliki Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Palembang. Untuk itu penelitian ini diberi judul “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menabung Emas di Pegadaian cabang Palembang”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penulisan ini untuk mengetahui:

1. Bagaimana pengaruh Variabel Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap keputusan Nasabah memiliki Tabungan Emas di Pegadaian cabang Palembang?
2. Variabel mana antara Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis yang paling Dominan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah memiliki Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Variabel Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap Keputusan Nasabah memiliki Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Palembang.

2. Untuk mengetahui Variabel mana antara Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis yang berpengaruh Dominan terhadap keputusan Nasabah memiliki Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi manajemen perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan (saran) bagi para produsen untuk dapat memahami perilaku konsumen dalam keputusan menabung emas di Pegadaian Palembang.

2. Bagi masyarakat

Sebagai pengetahuan umum bagi masyarakat perihal faktor faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusannya menabung emas di Pegadaian Palembang.

3. Peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

DAFTAR FUSAKA

- Amstrong, P. K. (2006). *Manajemen Pemasaran*. New york: Empress.
- bougie, s. d. (2013). *research methods for business: a skill building approach*. new york: john wiley.
- Diya, J. d. (2012). Peran faktor psikologis terhadap keputusan investasi produk mulia pada PT. pegadaian di Kota Jambi . *Jurnal Nasional*, 2302-4682.
- Dwita Darmawati, B. S. (2007). Analisis pengaruh kebudayaan, sosial, Kepribadian dan Psikologis terhadap keputusan pembeilian Shar'e (Survei pada nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto). *Jurnal Nasional*, 16-32.
- Dyah Sri Wulandari, N. H. (2017). Pengaruh faktor lingkungan, psikologis dan individu terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di kota banjarmasin. *Jurnal Nasional*, 157-174.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi research jilid 2*. Yogyakarta: Andi.
- Huda, N. (2017). Pembiayaan pada warung mikro (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin). *Jurnal Nasional*, 257-268.
- J, N. S. (2013). faktor-faktor perilaku konsumen.
- Kartikasari, D. (2013). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. 1-8.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing manajemen*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, A. G. (2006). *Manajemen Pemassaran*. New York: Empress.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks kelompok gramedia.
- kotler, p. (2007). keputusan pembelian. In p. k. heller, *pemasaran* (p. 223).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - prinsip pemasaran edisi ke 12*. Pearson Education.
- Lasri Utami, S. H. (2015). Pengaruh faktor Pribadi dan Psikologi terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangklan. *Jurnal Nasional*.

- Leon Schiffman, L. L. (edisi ke 7). *Perilaku konsumen*. university of new york.
- Nashoha, M. R. (2019). Pengaruh Faktor Kebudayaan , Sosial , Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta). *Jurnal Nasional*.
- Nurlaeli, I. (2017). Pengaruh faktor budaya, psikologi, pelayanan, promosi dan pengetahuan tentang produk terhadap keputusan nasabah memilih bprs di Banyumas. *Jurnal Nasional*, 75-106.
- Penelitian, L. (2017). *Jurnal Riset Sains Manajemen*. 35-42.
- Philip Kotler, a. (2014). faktor-faktor perilaku konsumen. In *manajemen pemasaran edisi ke 7* (p. 172). New York: empress.
- Prodi, S. (2019). 1 , 2 1 2. *Jurnal Nasional*, 208-214.
- Schiffman, & Kanuk. (2013). *Sangadji*.
- Setiadi, N. (2013). faktor-faktor perilaku konsumen.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Sugiyono, P. D. (2011). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Syafril, N. H. (2015). Analisis faktor sosial budaya dan psikologis yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan pada warung mikro. *Jurnal Nasional*.
- Syaifudin, M. (2016). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan. *Jurnal Nasional*, 284-299.
- Syakira. (2009). *Faktor Individual dalam Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Syakira-Blog.
- Timmerman, V. A. (2019). ISSN 2303-1174 V.Timmerman.,S.Mandey.,P.Van Rate., Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *Jurnal Nasional*, 1113-1122.
- Wahyulkarimah, A. (2018). Pengaru Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi, dan pengetahuan tentang Produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah. *Jurnal Nasional*, 51-79.
- Waroeng, D. (n.d.). ISSN 2303-1174 J.E.S.Towoliu., W.J.F.A.Tumbuan. Pengaruh Faktor Pribadi 308-322.