

SKRIPSI
FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PENGAMBILAN KREDIT MOTOR
(Studi Kasus di Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari)

Oleh
YUNI SELVIANA SARI
NPM. 14119824



Jurusan: Ekonomi Syariah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1440H / 2018 M

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN

DALAM PENGAMBILAN KREDIT MOTOR

(Studi Kasus di Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagiaian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Syariah (SE)

OLEH

YUNI SELVIANA SARI

NPM: 14119824

Program Studi: Ekonomi Syariah

Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam

Pembimbing I: Liberty. SE, MA

Pembimbing II: Imam Mustofa, SHI. MSI

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

METRO

1440H / 2018 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Skripsi Untuk dimunaqasahkan**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Di _

Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **Yuni Selviana Sari**
NPM : 14119824
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT
MOTOR (Studi Kasus di Desa Bumiharjo Kecamatan
Batanghari)**

Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqasahkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb

Metro,

Pembimbing I,

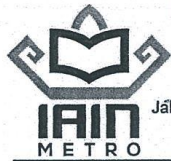


Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Pembimbing II,



Imam Mustofa, M.S.I
NIP. 19820412 200901 1 016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 0284 / In. 28.3 / D / PP. 00.9 / 01 / 2019

Skripsi dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT MOTOR (Studi Kasus Di Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari), disusun Oleh: Yuni Selviana Sari, NPM: 14119824, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah, Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at, 28 Desember 2018.

TIM MUNAQASYAH:

Ketua/Moderator : Liberty, SE.MA

()

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I, M.S.I

()

Penguji II : Imam Mustofa, M.S.I.

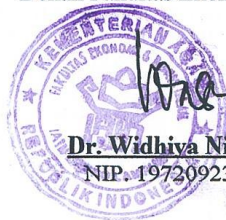
()

Sekretaris : Fitri Kurniawati, M.E.Sy.

()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 19730923 200003 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT
MOTOR (Studi Kasus di Desa Bumiharjo Kecamatan
Batanghari)**

Nama : **Yuni Selviana Sari**

NPM : **14119824**

Jurusan : **Ekonomi Syariah (ESY)**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqasahkan dalam sidang munaqasah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

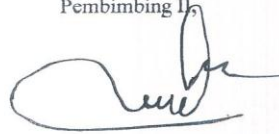
Metro,

Pembimbing I,



Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Pembimbing II,



Imam Mustofa, M.S.I
NIP. 19820412 200901 1 016

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PENGAMBILAN KREDIT MOTOR
(Studi Kasus di Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari)**

ABSTRAK

Oleh:

YUNI SELVIANA SARI

Kebutuhan maupun keinginan manusia itu tidak terbatas sedangkan sumber daya manusia atau alat untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan manusia itu terbatas. Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia berguna bagi kemaslahatan. Industri mesin otomotif yang berkembang saat ini tidak terlepas dari peran konsumen, dimana konsumen akan melakukan pemenuhan kebutuhan dalam mengkonsumsi, oleh sebab itu banyak bermunculan dealer-dealer yang menjual jenis produk usaha motor seperti merk Honda, Yamaha dan Suzuki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor studi kasus di Desa 39 Kecamatan Batanghari.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data wawancara sebagai metode utama memperoleh keterangan-keterangan yang berhubungan dengan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor. Selain itu digunakan metode observasi untuk melihat secara langsung konsumen dalam pengambilan kredit motor dan dokumentasi sebagai pelengkap untuk memperoleh data tambahan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara induktif.

Berdasarkan dari penelitian yang penulis lakukan di Desa 39 kecamatan Batanghari bahwa penelitian menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor yang dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang meliputi keluarga, pribadi yang terdiri dari keadaan ekonomi, gaya hidup dan pekerjaan, dan faktor psikologis yang terdiri dari motivasi dan persepsi. Sedangkan faktor eksternal yang meliputi faktor budaya dan faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YUNI SELVIANA SARI

NPM : 14119824

Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 21 Januari 2019

Yang Menyatakan

YUNI SELVIANA SARI
NPM. 14119824

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خِلَّةً
وَلَا شَفَاعَةً ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ .

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim. (Al-Baqarah 254)

PERSEMBAHAN

1. Kepada orang tua Bapak Salim dan Ibu Suminah yang telah memberikan semangat dan motivasinya.
2. Teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2014.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala (SWT), yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini adalah bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Isntitut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar SE

Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan kepada Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, Rektor IAIN Metro, Dr Widhiya Ninsiana, M.Hum Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Liberty, SE,MA dan Imam Mustofa, SHI, MSI selaku dosen pembimbing yang telah memberi bimbingan penulisan skripsi penelitian yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama penulis menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penulisan yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan agama Islam.

Metro, 21 Januari 2019

Peneliti

Yuni Selviana Sari

NPM.14119824

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Pengertian Konsumen	12
1. Definisi Konsumen	12
2. Syarat-syarat Konsumen	15
3. Jenis-jenis Konsumen	16
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
1. Faktor Internal.....	18

2. Faktor Eksternal	20
C. Pengertian Kredit	21
1. Definisi Kredit.....	21
2. Landasan Hukum Kredit	22
3. Jenis-jenis Kredit.....	22
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi dalam Keputusan Konsumen Untuk Melakukan Pengambilan Secara Kredit	26
D. Proses Pengambilan Keputusan	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Sifat Penelitian	29
B. Sumber Data.....	30
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
D. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	36
A. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	36
1. Sejarah Berdirinya Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari	36
2. Sejarah Pemerintahan Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari	38
3. Jumlah Penduduk Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari.....	40
B. Konsumen Dalam Pengambilan Kredit Motor Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari	40
C. Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Kredit Motor Studi Kasus Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari	49
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepemilikan kendaraan bermotor saat ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk membuat efisiensi dalam pembelanjaan mereka. Kenaikan BBM setiap saat membuat biaya transportasi menyebabkan harga-harga kebutuhan lainnya meningkat. Salah satu cara untuk dapat menekan biaya transportasi adalah dengan memiliki kendaraan sendiri terutama kendaraan bermotor. Namun kepemilikan kendaraan bermotor tidaklah mudah, meningkat harga kendaraan yang tinggi. Oleh karena itu kehadiran lembaga dealer-dealer yang dapat membantu mengatasi masalah kendaraan bermotor.

Banyaknya lembaga dealer yang menawarkan kredit kendaraan bermotor membuat konsumen menjadi sulit untuk menentukan pilihan. Karena persaingan diantara lembaga perusahaan kendaraan bermotor tersebut semakin ketat. Yang tentu saja juga semakin memanjakan konsumen dengan fasilitas yang diberikan oleh lembaga tersebut.

Konsumen adalah studi tentang bagaimana pembuat keputusan, baik individual maupun kelompok membuat keputusan pengambilan atau melakukan transaksi pengambilan suatu produk dan mengkonsumsinya. Menurut James F. Angel yang dikutip Ristiyanti Presetijo “konsumen dapat di definisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlihat dalam usaha memperoleh menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut”.¹Sedangkan definisi selanjutnya mengenai

¹Ristiyanti Presetijo, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Andi, 2000), h. 9

konsumen adalah tindakan yang dilakukan orang dalam pengambilan dan pemanfaatan suatu produk.²

Mengenalinya konsumen tidaklah mudah, kadang konsumen terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginan, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Konsumen tidak memahami motivasi secara mendalam, sehingga konsumen seringkali beraksi untuk mengubah pemikiran pada menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pengambilan kredit motor.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya konsep diri dan gaya hidup. Konsep diri adalah totalitas dari pemikiran dan perasaan tentang dirinya sendiri, dan untuk keputusan yang telah lalu dan rencana masa depan. Sedangkan gaya hidup adalah bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka.³

Di Indonesia saat ini marak persaingan antar produk, berlomba-lomba mencuri perhatian masyarakat atau konsumen untuk tertarik dengan produk yang mereka miliki. Dengan berbagai cara mereka menawarkan sistem pengambilan produknya secara kredit maupun tunai. Industri mesin otomatis yang berkembang saat ini tidak terlepas dari peran konsumen, dimana konsumen akan melakukan pemenuhan kebutuhan dalam mengonsumsi, oleh sebab itu banyak bermunculan dealer-dealer yang menjual jenis usaha motor seperti merk Honda, Yamaha dan Suzuki.

Banyak bermunculan dealer-dealer yang menjual jenis motor, sehingga ini merupakan kesepakatan untuk membuktikan keunggulan dari merk-merk lainnya untuk meningkatkan daya saing yang kuat. Bila ingin memenangkan daya persaingan, harga produk harus kompetitif. Dealer motor tidak diperkenankan menurunkan harga yang tidak sesuai dengan harga pasar dengan tujuan menjatuhkan pesaing lainnya. Tempat

²Mahmud Machfoeds, *Pengantar Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005), h. 37.

³J. Supranto, Nanda Limak Risma, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (untuk memenangkan persaingan bisnis)*, Edisi 2, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 18.

usaha harus baik, sehat, bersih, nyaman dan jujur. Pelayanan harus diberikan dengan ramah. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang ditawarkan suatu barang dengan cara jujur. Hal-hal seperti ini justru mampu meningkatkan kualitas memberi tawaran dan menarik para pembeli produk tanpa menghancurkan pedagang lainnya.⁴

Peneliti akan memaparkan tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan kredit motor. Ketika masyarakat mengambil suatu barang produk, maka mereka sudah memikirkan baik buruknya barang yang akan mereka ambil. Di Indonesia saat ini marak persaingan antar produk, berlomba-lomba mencuri perhatian masyarakat atau konsumen untuk tertarik dengan barang produk yang mereka inginkan. Dengan berbagai cara menawarkan sistem produk motor dengan cara kredit maupun tunai.

Banyak masyarakat yang mencari dari segi ketenarannya saja tanpa memikirkan kualitasnya. Dan kebanyakan dari kalangan masyarakat desa terpencil, yang belum begitu tau tentang baik buruknya barang tersebut. Tapi masyarakat yang tau, mereka berhati-hati dalam pengambilan kendaraan roda dua, dan mereka tetap memilih barang produk yang terbaik, berkualitas, nyaman dan aman.

Di desa Bumiharjorata-rata mengambil motor kredit, karena harganya sangat terjangkau dari kalangan bawah sampai kalangan atas, perawatannya mudah, bengkel resminya ada di mana-mana, suku cadangnya murah, nyaman dipakai, tidak mudah mogok jika dibawa perjalanan jauh, desain warnanya sangat menarik dan ramah lingkungan.

Konsumen juga ada yang memilih pengambilan kredit motor karena dorongan dari keluarga, teman dan kerabat, yang memberi arahan tentang kualitas mesin semua

⁴Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Yasa, 1997), h. 96.

merk motor lalu membandingkan serta memilih produk motor tidak melihat dari segi luarnya saja.

Desa Bumiharjo yang mengambil kredit motor ada 10 orang seperti: bapak sukandar mengambil motor revo fit merek honda pada tahun 2012, mas dadang mengambil motor beat merek honda tahun 2017, ibu tukirah mengambil motor mio merek honda tahun 2017, ibu sri utami mengambil motor supra gtr 150cc merek honda tahun 2016, ibu tri lestari mengambil motor supra x 125 R merek honda tahun 2014, ibu koyati mengambil motor supra V merek honda tahun 2000, ibu paini angraini mengambil motor supra fit new merek honda tahun 2005, bapak sulis mengambil motor supra GTR 150 cc merek honda tahun 2016, bapak supiyanto mengambil motor supra GTR 150cc merek honda tahun 2016 dan bapak polimen mengambil vega ZR merek yamaha tahun 2010.

Yang mengambil motor secara tunai ada 2 orang yang diantaranya: ibu jubaidah mengambil motor beat merek honda pada tahun 2017 dan bapak pujiono mengambil motor supra fit merek honda tahun 2004.

Ada satu dealer yang bertempat di desa Bumiharjo yaitu perusahaan PT. Tunas Dwipa Matra yang sudah berjalan 10 tahun ini. Di desa bumiharjo yang mengambil kredit motor di perusahaan PT. Tunas Dwipa Matra ada 3 orang antara lain: bapak sukandar, ibu tukirah dan ibu paini angraini.

Di desa Bumiharjo sendiri banyak yang mengambil motor dengan cara kredit, mereka mempunyai pendapat sendiri-sendiri jika di tanya tentang sistem pengambilan kredit motor seperti pak sukandar, ibu paini angraini dan ibu sri utami yang memilih sistem pengambilan secara kredit sebab mereka tidak mempunyai penghasilan yang lebih untuk melunasi motor dan tidak mampu untuk membayar kontan karena tidak menabung terlebih dahulu untuk mengambil suatu barang yang diinginkan.

Dengan demikian maka angsuran yang dibayar setiap bulannya kepada Pak Sukandar sebesar Rp 577.000,00 dengan DP Rp 3.000.000,00 jatuh tempo 1/2 tahun selama 30 bulan pada motor Revo Fit, Ibu Sri Utami sebesar Rp 347.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra GTR 150cc dan Ibu Painsi Angraini sebesar Rp 388.000,00 dengan DP 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra fit new.

Pak Sukandar sebagai pekerjaan buruh bangunan yang menghasilkan uang antara Rp 500.000,00-Rp 1.000.000,00, Ibu Sri Utami sebagai pekerjaan warung makan di depan rumah penghasilannya antara Rp 100.000,00 -Rp 300.000,00 dan Ibu Painsi Angraini sebagai ibu rumah tangga.⁵ Tapi mereka susah sekali untuk menyetor uang setiap bulannya.

Pak Sukandar dan Ibu Sri Utami pernah tidak membayar motor kredit selama 1 bulan, dikarenakan duit beliau dipakai untuk membayar keperluan sekolah anak dan keperluan kebutuhan lainnya. Sedangkan Ibu Painsi Angraini pernah tidak membayar motor kredit selama 2 bulan dan cuma di tegur sama petugas dealer motor, dikarenakan duit beliau dipakai untuk keperluan yang mendesak.

Berbeda lagi dengan Ibu Tukirah, Pak Sulis dan Ibu Tri Lestari Astuti.⁶ Beliau mengambil motor secara kredit, dengan anggurannya lebih banyak, tapi beliau dapat menyetor uangnya setiap bulan. Karena penghasilan Ibu Tukirah, Pak Sulis dan Ibu Tri Astuti Lestari rata-rata berkisar mencapai Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00 perbulan sebagai petani.

Ibu Tukirah angsuran perbulan Rp 748.000,00 dengan DP Rp 1.000.000,00 jatuh tempo 3 tahun selama 36 bulan dengan motor Mio, Pak Sulis angsuran perbulan Rp 394.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 22 bulan dapat

⁵Sukandar, Painsi Angraini dan Sri Utami, Masyarakat desa Bumiharjo, *Wawancara*, 20-27 Agustus 2018.

⁶Tukirah, Sulis dan Tri Lestari Astuti, Masyarakat desa Bumiharjo, *Wawancara*, 21-05 Agustus-September 2018.

potongan 2 bulan pada motor supra GTR 150 cc, ibu tri lestari astuti angsuran Rp 445.000.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra x 125R.

Ibu jubaidah dan bapak pujiono mengambil motor secara tunai dengan penghasilan Rp 2.000.000,00 – Rp 4.000.000,00 perbulan sebagai pegawai.⁷beliau mengambil motor sebab sudah yakin dan tidak mau ambil pusing karena memikirkan angsuran perbulannya.

Mas dadang, ibu koyati, bapak supiyanto dan bapak polimen mengambil motor secara kredit.⁸ Penghasilannya mereka antara 300.000-1.500.000 perbulan, karena mas dadang sebagai pekerjaan indomaret, ibu koyati sebagai ibu rumah tangga, bapak supiyanto sebagai pekerjaan bengkel dan bapak polimen sebagai pekerjaan becak.

Mas dadang membayar motor hanya mencapai 30 bulan karena beliau telah membayar kredit motor dengan angsuran perbulan 2 kali dalam sebulan angsuran dan tidak mencapai target 3 tahun, ibu koyati, bapak supiyanto dan bapak polimen karena beliau membayar motor tidak mencapai target 2 tahun atau 24 bulan karenatelah membayar motor angsuran perbulan 2 kali dalam perbulan angsuran jadi hanya membayar angsuran perbulannyamencapai 20-22 bulan.

Mas dadang angsuran perbulan Rp 930.000,00 dengan DP Rp 1.000.000,00 jatuh tempo 3 tahun selama 34 bulan dapat potongan 2 bulan pada motor beat, ibu koyati angsuran Rp 345.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra V, bapak supiyanto angsuran perbulan Rp 445.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo2 tahun selama 24 bulan pada motor supra GTR 150 cc dan pak polimen angsuran Rp 405.000,00 dengan Dp Rp 5.000.000,00 jangka waktu 2 tahun selama 24 bulan pada motor vega ZR.

⁷ Jubaidah dan pojiono, Masyarakat desa bumiharjo, *Wawancara*, 10 September 2018.

⁸Dadang, koyati, supiyanto dan polimen, Masyarakat desa bumiharjo, *Wawancara*, 20-14 Agustus-September 2018

Dari hasil wawancara diatas, kebanyakan masyarakat memilih mengambil kredit motor, karena warga masyarakat perekonomiannya yang tergolong menengah bawah dan warga masyarakat tidak menabung terlebih dahulu untuk mengambil suatu barang yang diinginkan.

Dalam hal ini permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT MOTOR (Studi Kasus di Bumiharjo Kecamatan Batanghari).**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat di pertanyakan sebagai berikut:

“Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan kredit motor di Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor di Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari.

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan atau penelitian ini diharapkan peneliti ini adalah:

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan bagi penulis dan menambah kepustakaan dalam melakukan transaksi pengambilan kredit motor di Masyarakat.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat di jadikan sebagai bahan informasi bagi mahasiswa untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji dalam Skripsi. Peneliti mengemukakan dan mengajukan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya. Untuk itu, tinjauan kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam bagian ini sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berada.⁹

Tinjauan pustaka (*prior research*) memuat uraian secara garis besar mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji dalam penelitian saat ini. Selain sebagai pembandingan, tinjauan pustaka ini sebagai penegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya baik di kampus IAIN Metro dan universitas lain maupun pencarian melalui sosial media, seperti internet.

Penelitian pertama melakukan peninjauan terhadap skripsi milik oleh Ferdy Rian Permana yang berjudul “faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap pilihan kebutuhan dan keinginan(study analisis perilaku konsumsi mahasiswa kos prodi Ekonomi Syariah STAIN Jurai Siwo Metro angkatan 2009 tahun 2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mahasiswa kos prodi ekonomi syariah angkatan 2009 tahun 2013 cukup mengerti yang di maksud dengan kebutuhan dan keinginan. Mahasiswa sebenarnya mengerti mana yang harus di dahulukan agar keuangan mereka mencukupi.¹⁰

⁹ STAIN Jurai Siwo, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Edisi Revisi: STAIN Jurai Siwo Metro, 2011), h. 27

¹⁰Ferdy Rian Permana, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Pilihan Kebutuhan atau Keinginan (Studi Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Kos Prodi Ekonomi Syariah STAIN Jurai Siwo Metro Angkatan 2009 Tahun 2013)*”, Kumpulan Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro.

Penelitian kedua melakukan peninjauan terhadap skripsi yang berjudul “faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor merk honda (Studi di desa Teriharjo Kecamatan Merbau Mataram Tahun 2014)”. Penelitian ini bertujuan untuk mempertegas bahwa perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor sangatlah penting bagi di desa teriharjo, baik bagi individu maupun kelompok.¹¹

Berdasarkan skripsi diatas maka dapat di ketahui bahwa pendapat perbedaan antara penelitian yang saya teliti. Pada penelitian yang pertama faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap pilihan kebutuhan atau keinginan, yang kedua tentang membahas permasalahan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor merk honda. Dalam penelitian yang dilakukan penulis adalah bagaimana tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor.

Adapun persamaan penelitian-penelitian diatas yaitu antara peneliti satu dan dua serta yang saya teliti itu sama-sama adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen.

Dengan demikian dapat di tegaskan bahwa penelitian dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT MOTOR” belum pernah di teliti sebelumnya khususnya di IAIN Metro.

¹¹Khusnul Khotimah, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Merk Honda (Studi di Desa Triharjo Kecamatan Merbau Mataram Tahun 2014)*”. Kumpulan Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Konsumen

1. Definisi Konsumen

Menurut kamus besar Indonesia konsumen merupakan pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya).¹ Berdasarkan pengertian tersebut konsumen yaitu seseorang memakai suatu barang-barang industri, bahan makanan maupun bahan lainnya termasuk jasa.

Konsumen adalah para pemakai atau pengguna barang dan jasa yang telah dihasilkan oleh produsen.² Pandji Anoraga mendefinisikan konsumen adalah pemakai akhir, pelanggan seringkali diartikan sama dengan penerima yang bertindak sebagai agen bagi konsumen akhir. Misalnya seseorang ibu berbelanja beras dan kemudian memasaknya menjadi nasi. Kemudian nasi ini tidak hanya dimakan oleh ibu tersebut, melainkan juga oleh seluruh anggota keluarga konsumen, tetapi konsumen belum tentu pelanggan.³

Sedangkan menurut Sofjan Assauri “yang dimaksud dengan konsumen dalam hal ini adalah pemakai produk yang dipasarkan, sedangkan pelanggan adalah penerima atau calon penerima yang menerima

¹Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 590.


² Muhammad Amin Suna, *Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publising, 2008), h. 167.

³Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 216.

kembali produk yang pernah diterimanya. Konsumen atau langganan mempunyai kebutuhan untuk kelangsungan hidup dirinya atau organisasinya”.⁴

Konsumsi merupakan pemakaian barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan dan sebagainya), barang yang langsung memenuhi keperluan hidup kita.⁵ Konsumsi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yaitu sandang, pangan dan papan. Jika dipandang secara khusus, maka seringkali konsumsi hanya terbatas pada pola makan dan minum. Namun apabila cakupan konsumsi diperluas akan ditemukan konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan dan penggunaan suatu produk sehingga mengurangi atau menghabiskan daya guna produk tersebut.⁶

Kemudian dalam Al-Quran Allah SWT menegaskan tentang konsumsi:

وَنِإْيَاهُ كُنْتُمْ إِن لِّلّهِ وَآشْكُرُوا زَقْنَكُمْ مَا طَيَّبْتِ مِن كُؤَاءِ أْمْنُوَ الَّذِينَ يَنْأَيْهَا
 تَعْبُدُ 

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, makanlah, di antara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada*

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002), h. 85.

⁵Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Op cit*, h. 590.

⁶Dwi Suwiknyo, *Ayat-ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 148.

*Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah. (QS. Al-Baqarah ayat 172).*⁷

Berdasarkan ayat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa kita dianjurkan untuk memakan-makanan yang baik-baik dan kita harus bersyukur kepada Allah, karena Allah yang menyediakan segalanya di bumi ini. Sudah sepantasnya kita bersyukur atas rezeki yang baik yang telah berikan Allah SWT kepada kita.

Konsumen atau penerima berkaitan dengan proses pemilihan produk yang akan diterima, yang terdapat dalam proses penerimaan. Proses penerima ini perlu dipelajari untuk mengetahui mengapa seseorang memilih dan menerima, serta lebih senang dengan produk merek tertentu. Hal ini berkaitan dengan persepsi dan preferensi seseorang akan produk dan merek tertentu tersebut.

Menurut Sofjan Assauri “konsumen atau penerima merupakan tindakan seseorang/individu yang langsung menyangkut pencapaian dan penggunaan produk (barang atau jasa) termasuk proses keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut”⁸.

Manusia sebagai penerima produk tertentu pasti menggunakan berbagai pertimbangan dalam menerima atau tidak menerima suatu produk tertentu. Misalnya, manfaat barang dan jasa yang diterima, jangka waktu manfaat tersebut, pemuasan kebutuhan mana yang ingin dipuaskan, apakah yang bersifat primer, sekunder atau bahkan tersier, apakah untuk pemilihan

⁷QS. Al-Baqarah: 172.

⁸Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, h. 124.

simbol-simbol status, apakah karena suatu produk tertentu sedang “*trendy*”, apakah karena adanya keharusan menerimanya, apakah karena sifat latah manusia atau karena “*loyalitasnya*” kepada merek tertentu yang dihasilkan dan dipasarkan oleh produsen yang disenanginya, harga, mutu, sifat, pelayanan yang diberikan produsen atau distributor dan agen yang ditunjukkannya dan berbagai pertimbangan lainnya. Yang jelas ialah bahwa perilaku para penerima tidak pernah konsisten.⁹

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa konsumen merupakan seseorang menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa dari hasil produksi yang dipasarkan.

2. Syarat-syarat Konsumen

- a. Pemakai barang dan jasa, baik memperolehnya melalui pembelian maupun secara cuma-cuma.
- b. Pemakaian barang dan jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup yang lain.
- c. Tidak untuk diperdagangkan.¹⁰

Jadi, kesimpulannya pemakai barang dan jasa baik pembeli maupun untuk keperluan sendiri tidak diperbolehkan untuk diperdagangkan. Karena barang konsumen tersebut sangatlah langka dan pembeliannya tidak cuma-cuma.

⁹ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), h. 92.

¹⁰<http://www.jurnalhukum.com.pengertian-konsumen> di unduh pada 06 Mei 2018.

3. Jenis-jenis Konsumen

- a). Konsumen trend setter adalah konsumen jenis ini selalu menyukai sesuatu yang baru, mendedikasikan diri mereka untuk menjadi bagian dari gelombang pertama yang mempunyai dan memanfaatkan teknologi terbaru.
- b). Konsumen follower adalah orang-orang yang terimbas dari efek konsumen trend setter. Konsumen follower ini sering digunakan menjadi kelompok gelombang ke dua dan biasanya alasan mereka mengambil suatu produk adalah karena gengsi.
- c). Konsumen value seeker merupakan mereka yang mempunyai pendirian dan pertimbangan sendiri.
- d). Konsumen pemula adalah memiliki ciri-ciri dengan banyak bertanya.
- e). Konsumen curiga adalah konsumen ini beranggapan bahwa menyeter barang gelap dengan harga gelap dengan keuntungan yang berlipat.¹¹

Jadi, jenis konsumen selalu menyukai sesuatu yang baru dan merasa gengsi karena tidak mengambil produk. Memiliki pertimbangan sendiri dan memiliki ciri-ciri yang kash pula mempunyai keuntungan yang berlipat.

¹¹<http://googleweblight.com> jenis-jenis konsumen di unduh pada 05 Mei 2018.

Dalam perilaku konsumen, konsumen dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Konsumen individu (*personal consumer*)
- b. Konsumen organisasi (*organizational consumer*)

Perbedaan dari kedua jenis konsumen tersebut terletak pada motif penggunaannya. Konsumen individu membeli barang atau jasa dengan tujuan:

- a. Digunakan sendiri, misalnya menggunakan jasa salon untuk perawatan diri sendiri atau membeli buku tulis untuk kegiatan kuliah
- b. Memenuhi kebutuhan keluarga, misalnya membeli kendaraan yang dapat digunakan sebagai sarana transportasi seluruh anggota keluarga
- c. Hadiah atau pemberian kepada orang lain, misalnya membeli peralatan bayi sebagai hadiah atau kelahiran putra/putri dari teman, saudara dan kerabat lainnya.

Bentuk konsumen organisasi terdiri atas:

- a. Organisasi bisnis yang berorientasi laba atau yang tidak berorientasikan laba (*profit* dan *non-profit business*)
- b. Lembaga pemerintah (baik di tingkat pusat maupun di daerah)
- c. Institusi atau sarana publik (sekolah, rumah sakit, lembaga pemasyarakatan dan lain-lain).

Konsumen organisasi membeli dan mengonsumsi barang, peralatan, dan jasa, atau pelayanan dengan tujuan agar kegiatan organisasi dapat berjalan dengan baik.¹²

Jadi, konsumen individu dan konsumen organisasi tidak sama tapi kegunaannya sangatlah berguna bagi diri sendiri maupun orang lain. Karena konsumen organisasi untuk acara-acara tertentu sedangkan konsumen individu untuk sendiri.

B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen yaitu:

1). Faktor Internal

Pada faktor konsumen dari dalam yang terdiri dari kelompok Anutan dan kelompok keluarga.

a). Kelompok anutan adalah sebagai kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Pengaruh kelompok anutan terhadap konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok.

b). Kelompok keluarga

keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.¹³

¹²Vinna Sri Yuniarti, S.E.,M.M., *perilaku konsumen teori dan praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 48-49.

Disetiap perilaku seseorang dimanapun tempat keluarga tidak bisa selalu mendampingi, seseorang konsumen akan lebih dipengaruhi oleh kelompok yang konsumen ikuti. Untuk itu sebagai konsumen harus memperhatikan pengaruh yang diberikan keluarga dan lebih mencermati pengaruh yang diberikan dari suatu kelompok yang dianut diluar keluarga.

c). Faktor Pribadi

Faktor pribadi menurut Nugraha J. Setiadi memiliki beberapa komponen yaitu:

- (1). Umur dan tahapan siklus hidup. Tahapan siklus hidup biasanya mengalami perubahan pada saat mereka menjalani kehidupannya.
- (2). Keadaan ekonomi. Keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya dan polanya), kemampuan meminjam dan sikapnya terhadap pengeluaran.
- (3). Gaya hidup adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pedapat seseorang.
- (4). Kepribadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan cara untuk bertingkah laku, terutama sebagaimana tingkah lakunya dapat dijelaskan oleh orang lain dengan cara yang cukup konsisten.¹⁴

¹³ Anwar Prabu Mangkunegar, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2002), h. 43-44.

¹⁴ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010). h. 12.

Berdasarkan uraian diatas faktor pribadi menjadi tiang untuk terbentuknya perilaku seseorang konsumen dalam masyarakat dan lingkungan sehingga mempengaruhi konsumen untuk mengambil sebuah keputusan.

Kepribadian adalah suatu variable yang sangat berguna menganalisis perilaku konsumen. Sehingga akan menjadi lebih mudah untuk mengetahui keinginan seseorang konsumen.

2). Faktor Eksternal

- a). Budaya adalah penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Jadi, perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan zaman dari masyarakat tersebut.
- b). Kelas sosial adalah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.¹⁵

Pengertian kelas sosial dalam hal ini adalah tanpa membedakan apakah dasar pembagian kelas itu uang, tanah, kekuasaan atau dasar lainnya. Ukuran untuk kriteria yang biasanya dipakai untuk menggolongkan anggota masyarakat ke dalam kelas-kelas tertentu, seperti: kekayaan, kekuasaan, kehormatan dan ilmu pengetahuan. Masyarakat kita pada pokoknya dapat

¹⁵*Ibid*, h. 10

dikelompokkan kedalam tiga golongan, yaitu: golongan atas, golongan menengah dan golongan rendah.

C. Pengertian Kredit

1. Definisi Kredit

Dalam melakukan transaksi secara kredit sebuah kepercayaan antara pihak pemberi maupun penerima kredit merupakan hal utama demi tercapainya kerjasama yang baik.

Kredit secara *etimologi* berasal dari bahasa latin *Credere* yang artinya percaya, maksud dari percaya bagi si pemberi kredit adalah ia percaya kepada si penerima kredit bahwa kredit yang disalurkaninya pasti akan dikembalikan sesuai perjanjian, sedangkan bagi si penerima kredit merupakan penerimaan kepercayaan sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai jangka waktu, sehingga seseorang *debitur* atau si pemberi kredit dan *kreditur* atau si penerima kredit harus memiliki rasa percaya satu sama lain demi tercapainya kerjasama yang baik, dan tidak saling merugikan.¹⁶

Kredit secara *terminologi* pengambilan yang dilakukan tidak secara konten dimana pembeli sudah menerima barang sebagai pengambilan, namun belum membayar harga, baik keseluruhan maupun sebagian. Pembayaran dilakukan secara berangsur-angsur sesuai dengan kesepakatan.¹⁷

¹⁶Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 93.

¹⁷Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro Lampung, 2014), h. 41.

Jadi kredit adalah suatu cara untuk mendapatkan barang yang diinginkan, dengan penyerahan barang terlebih dahulu, tetapi pembayarannya dilakukan secara angsuran atau bertahap sesuai dengan kesepakatan antara pemberi dan penerima

2. Landasan Hukum Kredit

Undang-undang pokok No. 7 Tahun 1992 sebagai berikut:

Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga imbalan atau pembagian hasil keuntungan.¹⁸

Jadi, kesimpulan diatas adalah dalam pemberian kredit terdapat kesepakatan antara Bank dan peminjam mengenai pelunasan hutang dan pembayaran bunga dalam jangka waktu tertentu.

3. Jenis-jenis Kredit

Pada umumnya kredit dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Menurut Jangka Waktunya:

- 1). Kredit Jangka Pendek adalah kredit yang mempunyai jangka waktu sampai dengan satu tahun, seperti kredit modal kerja untuk perdagangan dan industri serta kredit musiman.

¹⁸Farid Tribune, *Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Kredit Kendaraan Bermotor*, (Surabaya: Universitas Muhammadiyah, 2007), h. 06.

- 2). Kredit Jangka Menengah adalah kredit yang mempunyai jangka waktu yang diatas satu tahun sampai dengan sepuluh tahun, seperti kredit investasi, kredit modal kerja permanen
- 3). Kredit Jangka Panjang adalah kredit yang mempunyai jangka waktu diatas sepuluh tahun, seperti kredit investasi

Berdasarkan beberapa macam jenis jangka waktu yang diatas sangatlah berbeda dari jangka waktu pendek, menengah dan panjang. Maupun pola kreditnya yang berbeda dari satu tahun, sepuluh tahun dan sepuluh tahun lebih. Dan juga cara-caranya yang berbeda, ada yang kredit musiman, kredit kerja permanen dan kredit investasi.

b. Menurut Tujuan Penggunaannya:

1). Kredit Modal Kerja

Kredit modal kerja adalah kredit yang disediakan kepada perusahaan untuk membantu modal kerjanya dalam usaha meningkatkan/mempertahankan kelangsungan perusahaan. Kredit modal kerja untuk industri kadang disebut kredit produksi sedangkan jasa-jasa disebut kredit eksploitasi

2). Kredit Investasi

Pemberian kredit investasi jangka menengah dan jangka panjang dengan tingkat bunga yang relatif rendah bertujuan untuk menambah modal perusahaan, untuk keperluan:

- a). Rehabilitasi, yaitu penggantian mesin-mesin lama yang telah rusak dengan mesin-mesin yang baru.

- b). Modernisasi, yaitu penggantian total mesin-mesin lama dengan mesin-mesin yang baru, misalnya untuk menyesuaikan dengan teknologi yang baru.
- c). Perluasan, yaitu penambahan mesin-mesin yang telah ada dengan mesin-mesin yang baru.
- d). Pembangunan proyek dengan mesin-mesin baru dalam rangka usaha yang baru.
- e). Relokasi Pabrik, yaitu pemindahan lokasi pabrik secara keseluruhan dari suatu tempat ke tempat lain, yang lokasinya lebih tepat.

Jadi dari macam-macam tujuan penggunaannya adalah dari kredit modal kerja dan kredit investasi sangatlah berbeda dan caranya berbeda juga. Kredit modal kerja yang menggunakan dari perusahaan, sedangkan kredit investasi berguna sebagai tingkat bunga, dari yang jangka terendah maupun jangka terpanjang.

c. Menurut Sifat Penarikan Dananya:

1). Kredit Langsung

Kredit yang langsung menggunakan dana-dana Bank dan secara efektif merupakan hutang nasabah kepada Bank. Kredit langsung meliputi kredit investasi dan kredit modal kerja.

2). Kredit Tak Langsung

Kredit yang belum menggunakan dana Bank dan belum secara efektif merupakan hutang nasabah kepada Bank. Kredit ini terjadi karena adanya penanggungan/jaminan. Bank kepada pihak ketiga

untuk keuntungan nasabahnya. Kredit tidak langsung meliputi jaminan, L/C Impor dan L/C Dalam Negeri.

Yang dimaksud diatas sifat penarikan dana yaitu data yang langsung maupun dana yang tidak langsung. Dana yang langsung adalah dana yang ambil dari bank secara kredit sedangkan dana yang tidak langsung adalah dana yang adanya penangung jaminan agar bisa dicairkan. Maka dari kredit langsung maupun tidak langsung sangatlah berbeda dan hampir mirip dengan langsung, karena yang tidak langsung ada barang jaminannya kalau yang langsung tidak ada barang jaminan.

d. Menurut Sifat Pelunasannya:

1). Kredit Dengan Angsuran

Kredit yang pelunasannya dilakukan secara angsuran menurut skala angsuran yang ditetapkan sebelumnya. Kredit ini tidak dapat diperpanjang lagi setelah jatuh tempo.

2). Kredit Bukan Dengan Angsuran

Kredit yang pelunasannya dilakukan secara sekaligus pada waktu jatuh temponya. Kredit ini umumnya dapat diperpanjang lagi asalkan syarat-syaratnya dipenuhi nasabah dan prospek usahanya dinilai baik oleh Bank.¹⁹

Berdasarkan uraian diatas bahwa sifat pelunasannya sangatlah lama dan butuh waktu yang untuk melunasinya. Jika jatuh tempo bisa diangsur kembali dan akan dikenai denda karena lewat dari tanggal yang

¹⁹*Ibid*, h. 10-12.

disepakati sebelumnya. Sedangkan secara tidak angsuran maka tidak akan dikenakan denda atau tidak mengalami angsuran perbulan karena sudah membayar lunas pada penerima barang maupun yang bukan.

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Dalam Keputusan Konsumen Untuk Melakukan Pengambilan Secara Kredit.

Biaya maupun pengaruh dari penjual. Pengaruh dari penjual sendiri biasanya terjadi ketika konsumen sudah punya cukup uang untuk melakukan pengambilan. Tetapi penjual dengan segala bujuk rayunya mengusahakan konsumen melakukan secara kredit. Faktor biaya, faktor ini adalah faktor yang menjadi hal utama konsumen melakukan pengambilan secara kredit. Selain itu ada juga konsumen yang memang tergolong memiliki pendapatan yang cukup untuk melakukan pengambilan secara tunai, tetapi memilih kredit karena ada kebutuhan lain yang harus dipenuhi. Terkait dengan biaya maka kebanyakan konsumen melakukan pengambilan secara kredit adalah konsumen yang tergolong mempunyai pendapatan kelas menengah.²⁰

Berdasarkan landasan teori, ada dua faktor dasar yang mempengaruhi perilaku konsumen dibedakan menjadi 2 bagian yaitu

- a. Faktor internal adalah merupakan faktor yang termasuk adalah motivasi, persepsi, sikap, gaya hidup, kepribadian dan belajar. Belajar menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang individu yang bersumber dari pengalaman. Seringkali perilaku manusia diperoleh dari mempelajari sesuatu.
- b. Faktor eksternal adalah merupakan faktor yang meliputi pengaruh keluarga, kelas sosial, kebudayaan, marketing strategy, dan kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung pada sikap dan perilaku

²⁰<https://nessariznatya.wordpress.com> Diunduh pada 13 Mei 2018.

konsumen. Kelompok referensi akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam pengambilan dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertingkah laku.²¹

D. Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Simum (1960), pengambilan keputusan meliputi empat tahap yang saling berhubungan dan berurutan. Empat proses tersebut adalah:

1. *Intelligence* yaitu tahap ini adalah proses penelusuran dan pendeteksian dari lingkup problematika serta proses pengenalan masalah. Data masukan diperoleh, diproses, dan diuji dalam rangka mengidentifikasi masalah.
2. *Design* yaitu tahap ini adalah proses menemukan dan mengembangkan alternatif. Tahap ini meliputi proses untuk mengerti masalah, menurunkan solusi dan menguji kelayakan solusi.
3. *Choice* yaitu pada tahap ini dilakukan proses pemilihan di antara berbagai alternatif tindakan yang mungkin dijalankan. Tahap ini meliputi pencairan, evaluasi, dan rekomendasi solusi yang sesuai untuk model yang telah dibuat. Solusi dari model merupakan nilai spesifik untuk variabel hasil pada alternatif yang dipilih.
4. *Implementation* yaitu tahap implementasi adalah tahap melaksanakan dari keputusan yang telah diambil. Pada tahap ini

²¹<http://andhykajulyanthio.blogspot.co.id> Diunduh pada tanggal 13 Mei 2018.

perlu disusun serangkaian tindakan yang terencana, sehingga hasil keputusan dapat dipantau dan disesuaikan apabila diperlukan perbaikan.²²

Berdasarkan proses pengambilan keputusan yaitumengenali permasalahan dan diproses dalam mengidentifikasi masalah. Menemukan proses peemalahan dan melakukan tindakan yang akan diambil, sehingga hasil keputusan dapat dipantau dan sesuaikan apabila diperlukan dalam perbaikan. .

²²Febrina Sari, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan, Cet. 01*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018), h. 09-10.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) adalah penelitian yang menyangkut pengolahan data dan permasalahan yang ada dalam lapangan atau keadaan yang sebenarnya. Yang dimaksud lapangan dalam penelitian ini adalah masyarakat desa bumiharjo kecamatan batanghari.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu berupa keterangan-keterangan dan bukan berupa perhitungan dan angka.¹

Sifat penelitian ini menurut Sumadi Suryabrata menyatakan bahwa: “penelitian Deskriptifkualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, akurat mengenai situasi-situasi atau kejadian”

.²

Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian deskripsi bertujuan untuk menjelaskan bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor didesa bumiharjo kecamatan batanghari.

B. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto, sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.³ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data

¹ Sumadi Suryabrata, *Metodeologi Penelitian Cet. Ke-VI*, (Jakarta: Rajawali Press, 1991), h. 8

² *Ibid*, h. 18

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, cet. Ke-X, (Jakarta: Renika Cipta, 1996), h. 234

yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak di ungkapkan, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun kelompok yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti.⁴ Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.⁵

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh sumber data primer melalui wawancara kepada para konsumen yang mengambil motor kredit di desa bumiharjokecamatan batanghari.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber penunjang yang berkaitan, dapat berupa buku-bukuyang tertulis oleh orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan hasil laporan.⁶ Peneliti menggunakan sumber data sekunder dan merujuk pada literaturyangberkaitan dengan masalah faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu komponen riset. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, yaitu gabungan antara pustaka dan lapangan. Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian, maka teknik pengumpulan data yang dipergunakan sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

⁴Husain Umar, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), h. 47

⁵Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 103.

⁶Bani Ahmad Saebani, *Metode Penelitian, cet. Ke 2*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), h. 99

Untuk memudahkan untuk mengetahui kondisi yang di inginkan. Maka peneliti menggunakan metode wawancara. Metode wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden.⁷

Wawancara dibedakan menjadi tiga macam , yaitu:

- a. Wawancara bebas (*unguided interview*), yaitu dimana pewawancara bebas menanyakan apa saja tetapi juga mengingat akan data apa yang akan dikumpulkan.
- b. Wawancara terpimpin (*guided interview*), yaitu wawancara yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederajatan pertanyaan lengkap dan terperinci
- c. Wawancara bebas terpimpin, yaitu kombinasi antara wawancara bebas dan wawancara terpimpin.⁸

Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara bebas terpimpin. Dengan demikian peneliti menyiapkan pedoman pertanyaan secara garis besarnya mengenai hal-hal yang akan ditanyakan kepadamasyarakat desa 39 kecamatan batanghariserta beberapa masyarakat lainnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, peraturan-peraturan , buku, majalah, surat kabar dan sebagainya.⁹ Maksud disini adalah berupa buku-buku, variabel yang berupa catatan, majalah, korandan buku.Dokumen ini mencari data-data mengenai hal-hal yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam

⁷W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002), h. 119

⁸Sustrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 2*, (Yogyakarta: Andi OFFiset, 1994), h. 205

⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, h. 274

pengambilan kredit motor. Metode peneliti ini guna untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor.

3. Metode Observasi

Metode observasi adalah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya.¹⁰ Metode peneliti ini guna untuk memperoleh data secara langsung terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor.

Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kredit motor yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Peneliti menggunakan metode observasi yaitu mengamati lapangan untuk mendapatkan informasi yang mengenai objek yang diteliti agar lebih akurat.

D. Teknis Analisis Data

Teknis analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis induktif, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja, dengan data menggunakan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan yang penting, apa yang di pelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.¹¹

Dalam mengarahkan data penelitian, peneliti menggunakan cara berpikir induktif, yaitu suatu cara berpikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan kongkrit, peristiwa kongkrit kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus kongkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang memiliki sifat umum.

51. ¹⁰Musein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000) h.

¹¹Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), h. 203

Penelitian menggunakan cara berpikir induktif untuk membahas secara khusus menuju kepada yang umum dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor. Kemudian menarik kesimpulan-kesimpulan dari penelitian tersebut.

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.¹² Masyarakat 39 yang menjadi konsumen pengambilan kredit motor berjumlah 157 orang.¹³

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling.¹⁴ Berdasarkan hal tersebut, sampel yang peneliti gunakan adalah sampel purposif (*purposive sample*). Joko Subagyo menjelaskan bahwa sampel purposif diambil dengan berdasarkan pertimbangan subyektif peneliti, dimana persyaratan yang dibuat sebagai kriteria harus di penuhi sebagai sampel.¹⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, populasi pada penelitian ini adalah 157 orang dan peneliti berpedoman pada Suharsimi Arikunto yang menyatakan bahwa subjek kurang dari 100 orang, seluruh subjek digunakan. Tetapi, jika subjek lebih dari 100 orang, maka subjek yang digunakan 10-15% atau 20-25%.¹⁶ Dari 157 populasi yang mengambil kredit motor, penulis hanya mengambil 10% dari populasi yaitu 10 sampel. Dimana masyarakat yang mengambil kredit motor hanya 88 orang dan orang yang mengambil motor secara tunai hanya 69 orang. Dari perbedaan itulah diharapkan

¹²Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, h. 103

¹³*Observasi*, tanggal 20 Agustus – 14 September 2018

¹⁴Husaini Usman dan Purnmo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Rineka r Cipta, 2006). h.

¹⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 134

¹⁶Cholid Narbuko, Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010) h. 83

nantinya terdapat perbandingan dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor di desa tersebut.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Wilayah Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari

Desa Bumiharjo di buka tanggal 1 januari 1939 dengan jumlah penduduk 276 kepala keluarga. Penduduk tersebut merupakan kolonisasi yang di datangkan dari Jawa tengah dan Jawa timur yang meliputi daerah Yogyakarta. Kepala Desa waktu itu bernama Haryo Sudarmo yang di bantu oleh perangkat Desanya sampai tahun 1942.

Sebelumnya penduduk Desa berkurang karena banyak yang meninggal dunia dan pulang ke asalnya (Jawa). Selain itu banyak pula penduduk yang di berangkatkan untuk kerja rodi dan banyak pula kepala keluarga yang merantau untuk mencari nafkah ke daerah lain dan menetap daerah tersebut. Banyak penduduk yang tidak kembali lagi ke Desa Bumiharjo sehingga jumlah penduduk pada tahun 1942 itu berkurang menjadi 200 KK.

Dengan semakin teraturnya Negara Replublik Indonesia maka Desa Bumiharjo ikut berbenah diri dan mengatur penduduk yang semakin banyak berdatangan atau yang sengaja di datangkan oleh familinya yang ada di Desa Bumiharjo untuk mengenai kekurangan penduduk.

Untuk mengatur wilayah dan penduduk Desa Bumiharjo maka di bentuklah bedung-bedung atau dusun-dusun menjadi 6 kelompok yaitu:

NO	NAMA BEDENG	STEMPEL YANG MENGAMBIL KREDIT MOTOR
1.	BEDENG 39 A	1

2.	BEDENG 39B1 B2	2
3.	BEDENG 39 C	1
4.	BEDENG 39 D	4
5.	BEDENG 39 Polos	2
	Jumlah	10

Dari tabel di atas yang mengambil kredit motor ada 10 orang. Dari 10 orang bedengnya berbeda-beda tapi satu desa, bapak sukandar yang mengambil motor kredit sejak tahun 2012 sebagai pekerjaan buruh bangunan yang bertempat tinggal di bedeng 39a, mas dadang yang mengambil motor kredit sejak tahun 2017 sebagai bekerja di indomaret yang bertempat tinggal di bedeng 39 b1 dan ibu tukirah mengambil motor kredit pada tahun 2017 sebagai pekerjaan petani yang bertempat tinggal di bedeng 39 b2.

Ibu sri utami mengambil kredit motor pada tahun 2016 sebagai pekerjaan warung makan di depan rumah bertempat tinggal di bedeng 39 c, ibu tri lestari astuti mengambil kredit motor pada tahun 2014 sebagai pekerjaan petani bertempat tinggal di bedeng 39 d, ibu koyati mengambil kredit motor pada tahun 2000 sebagai ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di bedeng 39 d dan ibu paini angraini mengambil kredit motor pada tahun 2005 sebagai ibu rumah tangga bertempat tinggal di bedeng 39 d.

Bapak sulis mengambil kredit motor pada tahun 2016 sebagai buruh petani yang bertempat tinggal di bedeng 39 d, bapak supiyanto mengambil kredit motor pada tahun 2016 sebagai pekerjaan bengkel yang bertempat tinggal di bedeng 39 polos dan bapak polimen mengambil kredit motor pada tahun 2010 sebagai pekerjaan becak yang bertempat tinggal di bedeng 39 polos.

Dari hasil tabel di atas dan penjelasan dari 10 orang yang mengambil kredit motor, kebanyakan dari penghasilan menengah bawah karena dari 10 orang ini biasanya mengambil kredit motor sebab tidak bisa mengambil motor secara tunai.

2. Sejarah Pemerintahan Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari

NO	PERIODE	NAMA KEPALA DESA	KETERANGAN
1.	1968-1978	SADIMUN/ H. ABD RAHM	-
2.	1978-1988	H. ABD. RAHMAN	-
3.	1988-1998	H. ABD. RAHMAN	-
4.	1998-2008	HUSEN JAMIL	-
5	2008-2013	MULYADI	-
6	2013-2019	MAHFUD SIDIQ. S.Pd	-

Dari tabel diatas yang sejarah pemerintahan di mulai dari tahun 1968 sampai sekarang. Desa Bumiharjo ini dari zaman penjajahan pada tahun 1939 warga desanya makin lama makin berkurang terus-menerus sampai akhirnya merdeka indonesia, warga yang ada di desa Bumiharjo cuma berapa orang dan bisa di hitung jari. Sesudah merdeka pada tahun 1968 desa bumiharjo terus-menerus berdatangan dari berbagai daerah maupun sukunyang berbeda dan sampai sekarang warga desa bumiharjo sudah cukup banyak warga desanya.

Mulai berbentuk sejarah pemerintahannya pada tahun 1968 karena sudah banyak desa yang berdatangan dari berbagai daerah maupun sukunya yang berbeda dan sudah banyak warga desa yang menetapkan tinggal di desa bumiharjo sampai saat ini.

Warga desa bumiharjo pada tahun 1999 ada yang ambil motor kredit ada beberapa orang yang ambil motor kredit tetapi kebanyakan tidak ambil motor karena tidak cukup uang untuk ambil motor tersebut.

Masyarakat memilih ambil sepeda karena motor terlalu mahal dan tidak kuat untuk mengambilnya, makanya masyarakat di desa bumiharjo kebanyakan memilih sepeda, jalan kaki dan membeli becak.

3. Jumlah penduduk Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari¹

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	2552
Perempuan	2674

Dari tabel diatas jumlah penduduk desa bumiharjo di mulai pada tahun 1968 sesudah merdeka sampai dengan sekarang ini penduduknya mencapai 5226 warga. Di mulai dari jenis kelamin laki-laki kecil sampai dengan dewasa jumlahnya mencapai 2552 sedangkan jenis kelamin perempuan kecil sampai dengan dewasa mencapai 2674.

B. Konsumen Dalam Pengambilan Kredit Motor Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari

Konsumen merupakan tindakan individu yang bertujuan untuk memperoleh manfaat dan berkah. Manfaat dan berkah konsumen diperoleh dari kegunaan barang atau jasa ketika mengkonsumsi barang. Tindakan konsumen dalam mempergunakan suatu barang didasarkan oleh prinsip tindak berlebih-lebihan atau pemborosan. Islam

¹Mahfud Sidiq, pak lurah, *Dokumentasi*, Desa Bumiharjo, 17 September 2018.

memberikan kebebasan bagi muslim untuk berbelanja dengan berbagai syarat dan ketentuan yang ada dalam syariat islam.

Kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar hidup manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia dari makhluk-makhluk lainnya. Sedangkan keinginan terkait dengan hasrat atau keinginan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang.

Kegiatan dalam pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang halal dan bermanfaat akan memberikan berkah selama barang yang dikonsumsi bukan merupakan barang yang diharamkan dalam islam, tidak berlebih-lebihan dalam penggunaannya, dan diniatkan untuk mengharap ridha Allah SWT.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan di Desa Bumiharjo yang dimulai pada tanggal 20 agustus 2018 sampai dengan 14 september 2018 melalui wawancara kepada masyarakat desa bumiharjo, berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor:

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat di desa bumiharjo Kecamatan Batanghari:

Pak sukandar sebagai pengambilan kredit motor yang dikarenakan pak sukandar tidak mempunyai uang untuk mengambil secara tunai. Alasannya pak sukandar mengambil kredit motor karena kebutuhan sehari-hari.²

Mas dadang menggunakan kredit motor dikarenakan untuk berangkat kerja makanya mas dadang mangambil motor secara kredit.³

²Wawancara dengan *pak Sukandar*, warga Desa Bumiharjo, 20 Agustus 2018

³Wawancara dengan *mas Dadang*, warga Desa Bumiharjo, 20 Agustus 2018

Tukirah sebagai konsumen yang mengambil kredit motor, saat pengambilan kredit motor prosesnya terlalu lama. Karena persyaratannya yang sangat susah dan dalam jangka waktu 2 hari motor baru datang.⁴

Sri utami pernah tidak membayar motor selama 1 bulan dikarenakan kebutuhan yang mendesak dan tidak bisa dihindarinya, makanya beliau tidak bisa membayar kredit motor.⁵

Tri lestari astuti memilih mengambil kredit motor karena DP yang terbilang rendah. Beliau merasa mampu membayar angsuran setiap perbulannya dengan menyisihkan penghasilan sehari-hari.⁶

Koyati juga mengambil motor secara kredit karena beliau hanya mengeluarkan uang angsuran Rp 345.000 perbulan dalam jangka waktu 2 tahun. Tidak hanya angsuran yang kecil menurut beliau mengambil kredit motor sangatlah memudahkan konsumen saat tidak bisa mengambil motor secara tunai.⁷

Paini angraini juga mengambil kredit motor karena pengaruh dari lingkungan sekitar dan merasa gengsi karena tidak mempunyai motor. Alasannya beliau selalu di kucilkan saat meminjam motor ke tetangga.⁸

Sulis mengambil kredit motor karena murah dan terjangkau di kalangan menengah kebawah. Untuk mengambil secara tunai beliau tidak berani dikarenakan keadaan ekonomi. Sulis juga mengungkapkan rata-rata pekerjaan di desa bumiharjo ini petani jadi setiap bulan baru bisa membayar angsurannya.⁹

Polimen memilih mengambil kredit motor karena tertarik dengan promo-promo yang diadakan oleh pihak dealer pada tahun-tahun tertentu. Dari situ beliau

⁴Wawancara dengan *ibu Tukirah*, warga Desa Bumiharjo, 21 Agustus 2018

⁵Wawancara dengan *ibu Sri Utami*, warga Desa Bumiharjo, 23 Agustus 2018

⁶Wawancara dengan *ibu Tri Lestari astuti*, warga Desa Bumiharjo, 23 Agustus 2018

⁷Wawancara dengan *ibu Koyati*, warga Desa Bumiharjo, 27 Agustus 2018

⁸Wawancara dengan *ibu Paini Angraini*, warga Desa Bumiharjo, 01 September 2018

⁹Wawancara dengan *pak Sulis*, warga Desa Bumiharjo, 05 September 2018

tertarik dan mengambilnya. Bahkan pihak dealer juga memberikan gebyar hadiah untuk para pengambil sehingga masyarakat tertarik mengambil motor tersebut.¹⁰

Pak supiyantosebagai pengambilan motor secara kredit, karena dorongan keluarga dan turun temurun sudah mengalami kredit motor selama bertahun-tahun.¹¹

Pak pujiono sebagai konsumen pengambilan motor secara tunai dikarenakan tidak mau merasa repot dengan pengambilan motor secara kredit. Alasannya beliau bisa mampu membayar tunai dan tidak mau kena denda.¹²

Ibu jubaidah sebagai pengambilan motor dengan cara tunai, menurut beliau tidak ada faktor yang mempengaruhi saat pemakaian motor karena selama 5 tahun beliau memakai motor sangatlah irit dan mensinnya masih mulus sampai sekarang.¹³

Menurut Pak antok sebagai petugas dealer mengatakan bahwa proses pengambilankredit motor dari bulan ke bulan cukup meningkat. Dengan berbagai jenis model dan tipe motor, dan kredit motor yang paling diminati oleh kalangan masyarakat desa bumiharjo mungkin karena DP motor yang relatif rendah dan angsurannya berbagai macam dari kecil sampai dengan besar sesuai dengan awal DP yang diterimanya, serta suku cadang yang gampang dicari selain itu harga terjangkau.

Dalam penjualannya dealer kami mengadakan promo-promo di tahun tertentu. Saat proses pengambilan kredit motor sangatlah teliti sebab harus survei rumah, foto rumah, foto kopy Kartu Tanda Pemerintah, foto copy Kartu Keluarga, uang DP dan lain-lain. Dikarenakan saat mengambil kredit motor tergantung dari

¹⁰Wawancara dengan *Polimen*, warga Desa Bumiharjo, 05 September 2018

¹¹Wawancara dengan *Supiyanto*, warga Desa Bumiharjo, 14 September 2018

¹²Wawancara dengan *Pujiono*, warga Desa Bumiharjo, 10 September 2018

¹³Wawancara dengan *Ibu Jubaidah*, warga Desa Bumiharjo, 10 September 2018

persyaratan kredit motor, apakah cepat atau lambat sesuai dengan proses persyaratan motor kredit kepada konsumen melalui petugas dealer motor.¹⁴

Dari hasil wawancara dan observasi yang telah diuraikan tersebut, yang telah diketahui bahwa masyarakat desa bumiharjo lebih banyak menggunakan kredit motor disebabkan tidak mencukupi uang untuk membayar motor secara tunai di karenakan warga masyarakat perekonomiannya yang tergolong menengah bawah dan warga masyarakat tidak menabung terlebih dahulu untuk mengambil suatu barang yang diinginkan. Tidak hanya itu masyarakat desa bumiharjo juga memaparkan bahwa pengambilan kredit motor suku cadang sangat mudah dan harganya juga terjangkau oleh kalangan menengah bawah.

Dalam pengambilan kredit motor sudah ada turun menurun menggunakan kredit motor, selain itu bahan bakar sangatlah irit dan bandel. Karena DP dan angsuran yang sangat terjangkau di kalangan masyarakat menengah bawah. Masyarakat merasa kepuasan sendiri sebab dapat merasakan kepuasan dari motor kredit tersebut.

Proses pengambilan kredit motor ada yang susah dan tidak susah dikarenakan persyaratannya foto copy kartu keluarga, foto copy kartu tanda pemerintahan, foto rumah, uang DP dan lain-lain, prosesnya ada yang susah saat pengambilan motor kredit dan ada yang cepat tidak menunggu lama saat pengambilan kredit motor itu dikarenakan tergantung persyaratannya saat mengambil kredit motor yang diminta oleh dealer motor kepada konsumen apakah lama atau cepat saat proses pengambilan kredit motor tersebut.

Desa Bumiharjo yang mengambil kredit motor ada 10 orang seperti: bapak sukandar mengambil motor revo fit merek honda pada tahun 2012, mas dadang

¹⁴Pak antok, sebagai dealer honda, wawancara, PT Tunas Dwipa Matra, 12 September 2018.

mengambil motor beat merek honda tahun 2017, ibu tukirah mengambil motor mio merek honda tahun 2017, ibu sri utami mengambil motor supra gtr 150cc merek honda tahun 2016, ibu tri lestari mengambil motor supra x 125 R merek honda tahun 2014, ibu koyati mengambil motor supra V merek honda tahun 2000, ibu paini angraini mengambil motor supra fit new merek honda tahun 2005, bapak sulis mengambil motor supra GTR 150 cc merek honda tahun 2016, bapak supiyanto mengambil motor supra GTR 150cc merek honda tahun 2016 dan bapak polimen mengambil vega ZR merek yamaha tahun 2010.

Yang mengambil motor secara tunai ada 2 orang yang diantaranya: ibu jubaidah mengambil motor beat merek honda pada tahun 2017 dan bapak pujiono mengambil motor supra fit merek honda tahun 2004.

Ada satu dealer yang bertempat di desa Bumiharjo yaitu perusahaan PT. Tunas Dwipa Matra yang sudah berjalan 10 tahun ini. Di desa bumiharjo yang mengambil kredit motor di perusahaan PT. Tunas Dwipa Matra ada 3 orang antara lain: bapak sukandar, ibu tukirah dan ibu paini angraini.

Di desa Bumiharjo sendiri banyak yang mengambil motor dengan cara kredit, seperti Pak sukandar sebesar Rp 577.000,00 dengan DP Rp 3.000.000,00 jatuh tempo 2 1/2 tahun selama 30 bulan pada motor revo fit, Ibu sri utami sebesar Rp 347.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra GTR 150cc dan Ibu paini angraini sebesar Rp 388.000,00 dengan DP 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra fit new.

Pak sukandar sebagai pekerjaan buruh bangunan yang menghasilkan uang antara Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00, ibu sri utami sebagai pekerjaan warung makan di depan rumah penghasilannya antara Rp 100.000,00 - Rp 300.000,00 dan ibu paini

angraini sebagai ibu rumah tangga.¹⁵ Tapi mereka susah sekali untuk menyetor uang setiap bulannya.

Pak Sukandar dan Ibu Sri Utami pernah tidak membayar motor kredit selama 1 bulan, dikarenakan duit beliau dipakai untuk membayar keperluan sekolah anak dan keperluan kebutuhan lainnya. Sedangkan Ibu Purni Angraini pernah tidak membayar motor kredit selama 2 bulan dan cuma ditegur sama petugas dealer motor, dikarenakan duit beliau dipakai untuk keperluan yang mendesak.

Berbeda lagi dengan Ibu Tukirah, Pak Sulis dan Ibu Tri Lestari Astuti.¹⁶ Beliau mengambil motor secara kredit, dengan anggurannya lebih banyak, tapi beliau dapat menyetor uangnya setiap bulan. Karena penghasilan Ibu Tukirah, Pak Sulis dan Ibu Tri Astuti Lestari rata-rata berkisar mencapai Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00 perbulan sebagai petani.

Ibu Tukirah angsuran perbulan Rp 748.000,00 dengan DP Rp 1.000.000,00 jatuh tempo 3 tahun selama 36 bulan dengan motor Mio, Pak Sulis angsuran perbulan Rp 394.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 22 bulan dapat potongan 2 bulan pada motor supra GTR 150 cc, Ibu Tri Lestari Astuti angsuran Rp 445.000.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra x 125R.

Ibu Jubaidah dan Bapak Pujiono mengambil motor secara tunai dengan penghasilan Rp 2.000.000,00 – Rp 4.000.000,00 perbulan sebagai pegawai.¹⁷ Beliau mengambil motor sebab sudah yakin dan tidak mau ambil pusing karena memikirkan angsuran perbulannya.

¹⁵Sukandar, Purni Angraini dan Sri Utami, Masyarakat desa Bumiharjo, *Wawancara*, 20-27 Agustus 2018.

¹⁶Tukirah, Sulis dan Tri Lestari Astuti, Masyarakat desa Bumiharjo, *Wawancara*, 21-05 Agustus-September 2018.

¹⁷Jubaidah dan Pujiono, Masyarakat desa Bumiharjo, *Wawancara*, 10 September 2018.

Mas dadang, ibu koyati, bapak supiyanto dan bapak polimen mengambil motor secara kredit.¹⁸ Penghasilannya mereka antara 300.000-1.500.000 perbulan, karena mas dadang sebagai pekerjaan indomaret, ibu koyati sebagai ibu rumah tangga, bapak supiyanto sebagai pekerjaan bengkel dan bapak polimen sebagai pekerjaan becak.

Mas dadang membayar motor hanya mencapai 30 bulan karena beliau telah membayar kredit motor dengan angsuran perbulan 2 kali dalam sebulan angsuran dan tidak mencapai target 3 tahun, ibu koyati, bapak supiyanto dan bapak polimen karena beliau membayar motor tidak mencapai target 2 tahun atau 24 bulan karena telah membayar motor angsuran perbulan 2 kali dalam perbulan angsuran jadi hanya membayar angsuran perbulannya mencapai 20-22 bulan.

Mas dadang angsuran perbulan Rp 930.000,00 dengan DP Rp 1.000.000,00 jatuh tempo 3 tahun selama 34 bulan dapat potongan 2 bulan pada motor beat, ibu koyati angsuran Rp 345.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra V, bapak supiyanto angsuran perbulan Rp 445.000,00 dengan DP Rp 5.000.000,00 jatuh tempo 2 tahun selama 24 bulan pada motor supra GTR 150 cc dan pak polimen angsuran Rp 405.000,00 dengan Dp Rp 5.000.000,00 jangka waktu 2 tahun selama 24 bulan pada motor vega ZR.

C. Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Kredit Motor Studi Kasus Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari

Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor yang dipengaruhi oleh faktor Internal dan faktor eksternal.

Yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor Internal
 - a. Keluarga

¹⁸Dadang, koyati, supiyanto dan polimen, Masyarakat desa bumiharjo, *Wawancara*, 20-14 Agustus-September 2018

Keluarga merupakan kelompok utama yang paling mempengaruhi seorang konsumen saat mengambil kredit motor dan memberikan pandangan dalam memilih produk motor seperti yang di alamipak sukandar, bapak supiyanto, paini angraini, koyati, sri utami, tukirah dan mas dadangsaat mengambil kredit motor dari lingkungan keluargasekitar sebab saat mengambil kredit motor sangatlah teliti pada mensinnya karena motor digunakan untuk kebutuhan sehari-hari.

b. Pribadi

1). Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam mengambil kredit motor bagi konsumen berupa penghasilan yang didapat. Seperti penghasilan yang didapat dari masyarakat desa bumiharjo berkisar Rp 500.000 sampai dengan Rp 3.000.000 dengan mengambil kredit motor untuk mendapatkan manfaat dari produk motor dan kebutuhan yang harus dipenuhi. Menurut konsumen pengambilan kredit motor memberikan kenyamanan bagi pengguna kendaraan kredit motor selain DP dan angsurannya dapat terjangkau oleh kalangan masyarakat menengah ke bawah.

2). Pekerjaan

Pekerjaan juga memberikan pengaruh pada kebutuhan akan barang atau jasa. Pekerjaan juga mendorong dari kebutuhan apa saja yang diperlukan guna menunjang dalam hal pekerjaan seperti pak sukandar sebagai buruh bangunan, mas dadang sebagai indomaret, ibu tukirah sebagai petani, ibu sri utami sebagai warung makan, ibu tri lestari astuti sebagai petani, ibu koyati sebagai ibu rumah tangga, ibu paini angraini sebagai ibu rumah tangga, bapak sulis sebagai petani, bapak supiyanto sebagai bengkel dan bapak polimen

sebagai becak. Pekerjaan juga memberikan faktor yang menyebabkan konsumen untuk memberikan pilihannya yang dimana individu tersebut telah mempunyai minat akan barang dan di imbangi oleh suatu kebutuhan yang harus dipenuhi dalam lingkungan perkerjaan maupun lingkungan kehidupan sehari-hari.

c. Psikologis

1). Motivasi

Motivasi merupakan dorongan dari dalam individu yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan, bila belum merasa terpenuhi dengan apa yang mereka lakukan dari usaha tersebut maka dorongan akan terus ada sampai ada pemuasaan kebutuhan. Motivasi yang cenderung mengarahkan perilaku konsumen seperti dalam hal yang melatar belakangi konsumen untuk melakukan tindakan yang di inginkan seperti tujuan dan kebutuhan yang ingin dicapai misalnya tujuan pengambilan produk yang dilakukan berdasarkan keinginan bukan didasarkan pada kebutuhan.

2). Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses seseorang dalam menciptakan suatu gambaran konsumen akan suatu barang dan jasa yang ia pelajari sehingga menghasilkan suatu kesimpulan dan pendapat tertentu. Seperti tri lestariastuti, sulis, polimen, jubaidah dan pujiono beranggapan bahwa dengan mengambil kredit motor memberikan kesan yang berbeda sebab sangat membantu di kalangan masyarakat menengah ke bawah dan slama penggunaan produk kredit motor sangatlah irit dan kendalanya bannya gampang tipis saat di jalan rusak.

2. Faktor Eksternal

a. Budaya

Budaya merupakan suatu hal yang kompleks apalagi terhadap perilaku konsumen dalam memilih produk. Budaya dapat menghasilkan kebiasaan, kebiasaan merupakan suatu keputusan yang sadar dan yang mengawali keputusan pengambilan kredit motor yang lama kelamaan tercipta rasa kenyamanan dari produk maka secara langsung akan tercipta kebiasaan yang seperti di alami oleh bapak supriyanto dan mas dadang yang menjadi pilihan utama mengambil kredit motor karena sudah turun menurun dari keluargaselama bertahun-tahun karena merasakan kepuasan sebab mempermudah saat berangkat kerja.

b. Sosial

Faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi:

Kelompok referensi pula yang berpengaruh dalam pengambilan produk. Beberapa kelompok yang mempengaruhi tindakan konsumen yang baik memberi pengaruh langsung atau tidak langsung. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung yang salah satunya lingkungan sekitar yang meliputi tempat tinggal, karena faktor ini yang membuat ibu paini angraini mengambil motor kredit karena dari lingkungan sekitar dan merasa gengsi sebab tidak mempunyai motor.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian yang penulis lakukan di Desa 39 kecamatan Batanghari peneliti menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit motor:

1. Faktor Internal

a. Keluarga

Keluarga merupakan kelompok utama yang paling mempengaruhi seorang konsumen saat mengambil kredit motor mensinnya karena motor digunakan untuk kebutuhan sehari-hari.

b. Pribadi

1). Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam pengambilan kredit motor bagi konsumen berupa penghasilan yang didapat.

2). Pekerjaan

Pekerjaan juga memberikan pengaruh pada kebutuhan akan barang atau jasa.

2. Faktor Eksternal

a. Budaya

Budaya merupakan suatu hal yang kompleks apalagi terhadap perilaku konsumen dalam memilih produk.

b. Sosial

Faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi:

Kelompok referensi pula yang berpengaruh dalam pengambilan produk. Beberapa kelompok yang mempengaruhi tindakan konsumen yang baik memberi pengaruh langsung atau tidak langsung.

B. SARAN

1. Kepada konsumen agar lebih selektif dalam memutuskan pengambilan motor kredit harus melihat manfaat dan kegunaan dari barang tersebut
2. Kepada konsumen dalam proses pengambilan kredit motor harus dengan pertimbangan yang matang, jangan hanya tren atau gengsi.
3. Kepada konsumen agar lebih melihat mesinnya dulu sebelum mengambil kredit motor

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Yasa, 1997
- Anwar Prabu Mangkunegar, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2002.
- Bani Ahmad Saebani, *Metode Penelitian, cet. Ke 2*, Bandung: Pustaka Setia, 2008
- Cholid Narbuko, Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Dwi Suwiknyo, *Ayat-ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Farid Tribune, *Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Kredit Kendaraan Bermotor*, Surabaya: Universitas Muhammadiyah, 2007.
- Febrina Sari, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan, Cet. 01*, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018.
- Ferdy Rian Permana, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Pilihan Kebutuhan atau Keinginan (Studi Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Kos Prodi Ekonomi Syariah STAIN Jurai Siwo Metro Angkatan 2009 Tahun 2013)*”, Kumpulan Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro.
- <http://www.jurnalhukum.com.pengertian-konsumen> di unduh pada 06 Mei 2018.
- <http://googleweblight.com> jenis-jenis konsumen di unduh pada 05 Mei 2018.
- <https://nessariznatya.wordpress.com> Diunduh pada 13 Mei 2018.
- <http://andhykajulyanthio.blogspot.co.id> Diunduh pada tanggal 13 Mei 2018.
- Husain Umar, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009
- Husaini Usama, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial, cet. V*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004
- Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Metro: STAIN Jurai Siwo Metro Lampung, 2014.
- J. Supranto, Nanda Limak Risma, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (untuk memenangkan persaingan bisnis) Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.

Khusnul Khotimah, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Merk Honda (Studi di Desa Triharjo Kecamatan Merbau Mataram Tahun 2014)*”. Kumpulan Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro.

Mahfud Sidiq, pak lurah, *Dokumentasi*, Desa 39, 17 September 2018

Mahmud Machfoeds, *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005.

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008

Muhammad Amin Suna, *Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publising, 2008.

Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Yogyakarta: Erlangga, 2009

Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* Jakarta: Kencana, 2010.

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

Ristiyanti Presetijo, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Andi, 2000.

STAIN Jurai Siwo, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Edisi Revisi: STAIN Jurai Siwo Metro, 2011.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002.

Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategis*. Jakarta: Bumi Aksara, 1998.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*, Edisi Revisi, Jakarta: Renika Cipta, 2010

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, cet. Ke-X, Jakarta: Renika Cipta, 1996

Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Perdana, 2010

Sustrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 2*, Yogyakarta: Andi OFFiset, 1994

Tim Penyusun Kmus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.

Vinna Sri Yuniarti, S.E.,M.M., *perilaku konsumen teori dan praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Grasindo, 2002