

**PENGARUH HEDONISME DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT DI
KABUPATEN BANYUMAS**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Guna Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**LEVY AMALIA RAHMA
NIM. 1817201107**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Levy Amalia Rahma

NIM : 1817201107

Jenjang : S.I

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Kabupaten Banyumas

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwoketo, 30 Desember 2022

Saya yang menyatakan,



Levy Amalia Rahma

NIM.1817201107



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HEDONISME DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT DI KABUPATEN BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudara **Levy Amalia Rahma NIM 1817201107** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **16 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Umdah Aulia Rohmah, M.H.
NIP. 19930421 202012 2 015

Pembimbing/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I
NIDN. 2031078802

Purwokerto, 20 Januari 2023



Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di -
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Levy Amalia Rahma NIM 1817201107 yang berjudul :

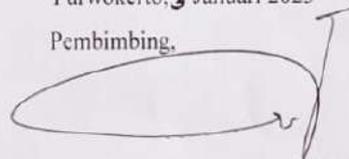
Pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Kabupaten Banyumas

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 5 Januari 2023

Pembimbing,



Anggita Isty Intansari, S.H.I.,M.E.I.

NIDN. 2031078802

**PENGARUH HEDONISME DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT DI
KABUPATEN BANYUMAS**

**LEVY AMALIA RAHMA
NIM. 1817201107**

Email : levyamalia2000@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Kondisi sektor jasa keuangan di wilayah eks-Karesidenan Banyumas sampai dengan Triwulan pertama 2022 tercatat stabil. Dapat dilihat dari indikator sektor keuangan yang menunjukkan tren positif. Salah satunya dapat dilihat dari fungsi penyaluran kredit yang tumbuh sebesar 9,51% menjadi sebesar Rp38,41 triliun. Disamping itu, kredit merupakan salah satu alternatif pilihan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan. Terdapat faktor yang melandasi seseorang melakukan perilaku kredit. Seperti faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti faktor demografi dan pengetahuan keuangan, sedangkan faktor eksternal adalah *self-efficacy* dan hedonisme.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh hedonisme dan *self efficacy* terhadap keputusan pengambilan kredit di kabupaten banyumas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 102 responden. Kemudian, metode kuantitatif seperti uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t digunakan untuk menganalisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit, *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Dan faktor hedonisme dan *self-efficacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kredit pada saat yang bersamaan.

Kata Kunci : Hedonisme, *Self Efficacy*, Keputusan Pengambilan Kredit

**THE INFLUENCE OF HEDONISM AND SELF EFFICACY ON
CREDIT TAKING DECISIONS IN
BANYUMAS DISTRICT**

LEVY AMALIA RAHMA
NIM. 1817201107

Email : levyamalia2000@gmail.com

Islamic Economics Study Program Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The condition of the financial services sector in the former Banyumas Residency area until first Quarter 2022 was recorded as stable. It can be seen from the financial sector indicators which show a positive trend. One of them can be seen from the function of lending which grew by 9.51% to IDR 38.41 trillion. In addition, credit is an alternative choice for the community in fulfilling their needs. There are factors that underlie a person's credit behavior. Such as internal and external factors. Internal factors such as demographic factors and financial knowledge, while external factors are self-efficacy and hedonism.

This study aims to empirically examine the effect of hedonism and self-efficacy on credit-taking decisions in Banyumas district. This study used quantitative methods. The sampling technique in this study used purposive sampling, so that a sample of 102 respondents was obtained. Then, quantitative methods such as validity and reliability tests, classical hypothesis testing, multiple regression analysis, coefficient of determination, F test and t test were used to analyze the data.

The results of this study indicate that the hedonism factor has a positive and significant effect on the decision to take credit, self-efficacy has a positive and significant effect and on the decision to take credit. And hedonism and self-efficacy factors have a positive and significant impact on credit behavior at the same time.

Keywords: Hedonism, Self Efficacy, Credit Taking Decisions

MOTTO

“Dimana ada kemauan, disitulah ada jalan”

Levy Amalia Rahma



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħ	h	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	d	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	t	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	ž	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ'a
----------------	---------	---------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	Zakât al-fitr
------------	---------	---------------

Vokal Pendek

َ	<i>fathah</i>	Ditulis	a
ِ	<i>kasrah</i>	Ditulis	i
ُ	<i>dammah</i>	Ditulis	u

Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>au</i>
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لإنشكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ân</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyâs</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samá</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas segala kuasa dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Kabupaten Banyumas”. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum bisa dikatakan sempurna, karena keterbatasan penulis dalam hal pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan. Skripsi ini tidak lepas juga dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, saran, dan motivasi. Oleh karena itu perkenankanlah penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M. Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M. Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Yoiz Shofwa Shafrani, M. Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. H. Slamet Akhmadi, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Anggita Isty Intansari, S.H.I.,M.E.I. selaku Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan perlindungan, dibalas kebaikannya oleh Allah SWT, dan jadi amal jariyah.
13. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Teruntuk kedua orangtuaku tercinta, yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk anak pertamanya. Selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa dalam setiap langkah perjalanan hidup saya. Semoga kelak saya dapat membahagiakan dan membalas segala kebaikannya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan kebahagiaan serta umur yang berkah.
15. Teruntuk kedua Adikku Nadiva Adelia Nurdin dan Zulfalia Nasywaa Nuurii yang selalu bertengkar setiap hari, terima kasih untuk segala dukungan dan mau untuk disuruh-suruh.
16. Teruntuk Keluarga besar Perkatmi, Bani Samino, dan seluruh keluargaku, terimakasih untuk segala dukungan, motivasi dan doa yang telah dipanjatkan untuk penulis
17. Teruntuk sahabatku Nurya Uswatun Khasanah, S.E. yang selalu mengingatkanku untuk mengerjakan skripsi ini, selalu mau direpotin, selalu memberikan dukungan baik pikiran maupun tenaga, terimakasih sudah hadir

sebagai sahabatku, semoga persahabatan ini tetap terjalin sampai di surga nanti.

18. Teruntuk teman-teman penulis Neng Ainun Hamid, S.E., Meli Agustiani, S.E., Yufiatun Nurkhasanah, S.E., Shofia Nurul Fajriyah, Dhiya, Yofi, Hasna, teman-teman PPFM 2018, teman-teman Ekonomi Syariah C 2018, teman-teman Kelompok 13 KKN 49 serta segala pihak yang telah memberikan doa dan semangat kepada penulis, dan telah mewarnai hari-hari penulis saat menempuh pendidikan.
19. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk segala doa dan dukungan yang telah diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah memberikan pahala yang tak henti-hentinya, sebagai balasan atas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna bagi penulis. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Purwokerto, 30 Desember 2022

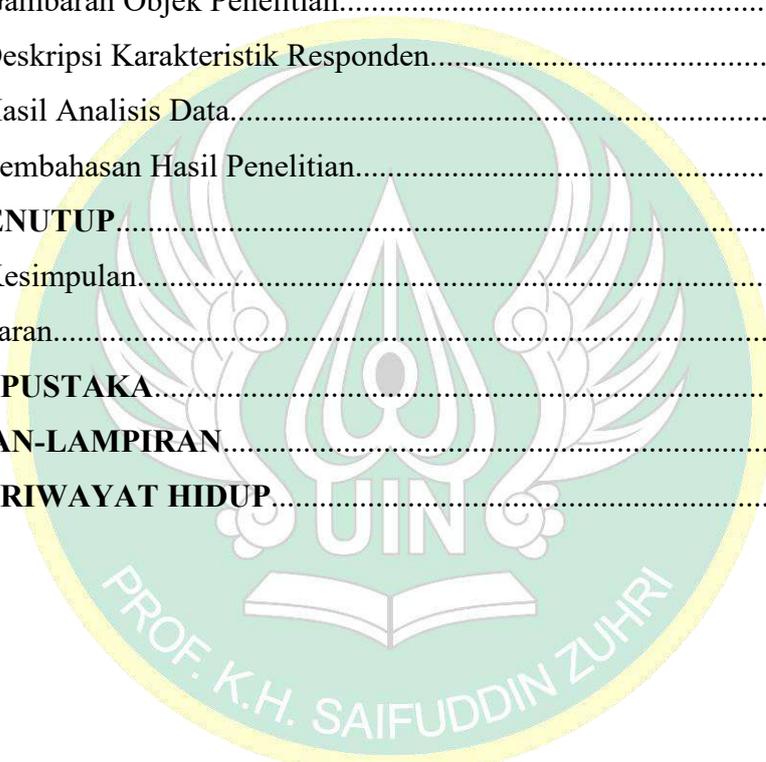


Levy Amalia Rahma
NIM. 1817201107

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GRAFIK.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Kerangka Teori.....	12
1. Hedonisme.....	12
2. <i>Self Efficacy</i>	15
3. Pengambilan Keputusan.....	19
4. Kredit.....	20
B. Landasan Teologis.....	25
C. Kajian Pustaka.....	30
D. Hipotesis.....	37
E. Kerangka Berpikir.....	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknis Analisis Data.....	45
BAB IV ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Objek Penelitian.....	48
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
C. Hasil Analisis Data.....	52
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	109



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu
Tabel 3.1	Indikator Penelitian
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 4.6	Hasil Uji T
Tabel 4.7	Hasil Uji Simultan (Uji F)
Tabel 4.8	Hasil Koefisien Determinasi
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas
Tabel 4.11	Uji Heteroskedastisitas (Gejser)



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 3.1 Rumus Sampel Wibisono
Gambar 3.2 Persamaan Regresi Linear Berganda
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Banyumas



DAFTAR GRAFIK

- Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot
Grafik 4.2 Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Statistik Perbankan Bank Umum di Indonesia Agustus 2022
Lampiran 3	Statistik Perbankan Bank Pengkreditan Rakyat di Indonesia Agustus 2022
Lampiran 4	Tabulasi Data
Lampiran 5	Distribusi Nilai t Tabel
Lampiran 6	Distribusi Nilai r Tabel
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas Variabel Hedonisme
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Self Efficacy</i>
Lampiran 9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pengambilan Kredit
Lampiran 10	Sertifikat BTA/PPI
Lampiran 11	Sertifikat Bahasa Inggris
Lampiran 12	Sertifikat Bahasa Arab
Lampiran 13	Sertifikat Aplikom
Lampiran 14	Sertifikat PPL
Lampiran 15	Sertifikat KKN
Lampiran 16	Sertifikat PBM
Lampiran 17	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
Lampiran 18	Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk hidup memerlukan berbagai kebutuhan dalam menunjang hidupnya. Kebutuhan yang dibutuhkan adalah kebutuhan pangan, sandang, papan, serta kebutuhan-kebutuhan lain untuk memenuhi kepuasan kebutuhan hidup dengan capaian suatu kemakmuran hidup. Pada dasarnya kehidupan merujuk kepada upaya seseorang dalam memenuhi kebutuhannya agar dapat bertahan hidup (Ahmad, 2021).

Menurut Abraham Maslow, salah satu yang melandasi perilaku manusia adalah kebutuhan. Segala sesuatu yang kita lakukan dalam beraktivitas dilatari oleh kebutuhan dimana kebutuhan tersebut yang harus kita penuhi. Kebutuhan dibagi menjadi beberapa tingkat. Dimana menurut Maslow pemenuhan kebutuhan harus dimulai dari tingkat yang paling rendah, barulah ke tingkat yang lebih tinggi. Jarang atau nyaris mustahil bahwa manusia dapat memenuhi kebutuhan paling tinggi tanpa melewati yang rendah terlebih dahulu. Kebutuhan paling rendah misalnya seperti kebutuhan fisiologis yaitu kebutuhan sandang dan pangan (Hadi, 2021).

Sektor industri sejalan dengan perkembangan perekonomian yang semakin pesat, dituntut memberikan produk yang inovatif. Dalam memproduksi produknya sebisa mungkin produk-produk mereka dapat menarik konsumennya. Contohnya produk elektronik, pakaian, peralatan rumah tangga, kosmetik, kendaraan, dan lain-lain. Produsen berlomba-lomba membuat produk yang terlihat menarik dan mewah dan menawarkannya kepada konsumen. Karena semakin banyaknya produk yang menarik, masyarakat akan memiliki keinginan untuk memilikinya bisa karena kebutuhan ataupun tidak. Keinginan masyarakat dalam memiliki produk tersebut telah menyebabkan meningkatnya minat beli dan perilaku kredit konsumen. Perilaku kredit konsumtif dapat mempengaruhi tatanan ekonomi dan kehidupan sosial

seseorang. Jika masyarakat memiliki gaya hidup mewah dan elegan yang didukung dana yang cukup.

Perkembangan teknologi yang tidak terbatas di era digital sekarang ini, semakin lengkap dengan hadirnya *fintech*. Istilah *fintech* merupakan sebuah layanan keuangan dengan menggunakan basis teknologi yang tentunya akan semakin memudahkan transaksi yang kita lakukan dimana saja dan kapan saja. Jumlah pencairan pinjaman baru dari industri *fintech* lending tumbuh 26,37 persen secara tahun ke tahun. Bersamaan dengan itu, jumlah pemberi pinjaman dan peminjam juga tumbuh sebesar 18,32 persen dan 134,59 persen tahun ke tahun. Lembaga keuangan dan perusahaan seperti Shopee, Akulaku, dan Cicil aktif mempromosikan produk dan layanan yang terkait dengan *online consumer credit* (Heriyanto, 2022).

Menurut Kepala Kantor Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Purwokerto, Riwin Mihardi, menuturkan bahwa kondisi sektor jasa keuangan di wilayah eks-Karesidenan Banyumas sampai dengan Triwulan pertama 2022 tercatat stabil. Dapat dilihat dari indikator sektor keuangan yang menunjukkan tren positif. Salah satunya dapat dilihat dari fungsi penyaluran kredit yang tumbuh sebesar 9,51% menjadi sebesar Rp38,41 triliun. Menurut beliau, pengeluaran kredit/pembiayaan pada BPR/BPRS tumbuh sebesar 12,66% menjadi Rp6,11 triliun (Sumartono, 2022).

Bank Indonesia melaporkan, penyaluran kredit baru oleh perbankan pada November 2022 terindikasi meningkat dibandingkan bulan sebelumnya. Tercermin dari Saldo Bersih Tertimbang (SBT) penyaluran kredit baru sebesar 58,6%, lebih tinggi dari SBT pada bulan sebelumnya sebesar 32,8%.

Faktor utama yang memengaruhi perkiraan penyaluran kredit baru tersebut yaitu permintaan pembiayaan dari nasabah, prospek kondisi moneter dan ekonomi ke depan, serta tingkat persaingan usaha dari bank lain. Sementara itu, untuk keseluruhan periode triwulan IV 2022, pertumbuhan kredit baru diperkirakan meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya. Nilai SBT penyaluran kredit baru diperkirakan sebesar 89,1%, lebih tinggi dibandingkan 84,5% pada triwulan III 2022. Permintaan pembiayaan korporasi

pada November 2022 terindikasi tumbuh positif. Hal tersebut tercermin dari SBT pembiayaan korporasi sebesar 13,2%. Mayoritas sumber pembiayaan terutama dipenuhi dari dana sendiri, diikuti oleh penambahan kredit baru ke perbankan dalam negeri, pemanfaatan fasilitas kelonggaran tarik, dan pinjaman/utang dari perusahaan induk.

Di sisi rumah tangga, permintaan pembiayaan baru juga terindikasi tumbuh positif pada November 2022. Mayoritas rumah tangga memilih bank umum sebagai sumber utama penambahan pembiayaan yang terpantau meningkat dibandingkan bulan sebelumnya. Jenis pembiayaan yang diajukan rumah tangga mayoritas berupa Kredit Multi Guna. Kredit Multi Guna atau sering juga disebut pinjaman dengan jaminan merupakan alternatif yang umum diambil ketika seseorang membutuhkan dana cepat dalam jumlah yang banyak dan keadaan mendesak. Aset yang bisa dijaminkan pun beragam, mulai dari BPKB kendaraan hingga sertifikat rumah. Sekarang ini, banyak perusahaan fintech yang menawarkan kemudahan pembiayaan multiguna, baik secara konvensional maupun secara online. Adapun sumber pembiayaan lainnya yang menjadi preferensi responden untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan antara lain koperasi dan leasing (Mutia, 2022).

Berdasarkan statistik perbankan Indonesia, jumlah penyaluran kredit Bank Pengkreditan Rakyat pada bulan Agustus tercatat Rp125,115 miliar meningkat dari bulan sebelumnya yang sebesar Rp124.085 miliar. Dengan komposisi kredit modal kerja sebesar 47,04%, kredit konsumsi sebesar 45,21%, dan kredit investasi sebesar 7,76%. Sedangkan perkembangan kredit pada bank umum tercatat pada bulan Agustus sebesar Rp6.179.454 miliar meningkat dari bulan sebelumnya yang sebesar Rp6.159.326 miliar. Dengan komposisi kredit modal kerja sebesar 46,02%, kredit konsumsi sebesar 27,53%, dan kredit investasi sebesar 26,45% (OJK,2022). Kredit konsumsi berada pada peringkat kedua setelah modal kerja, tingginya kredit konsumsi bisa jadi karna memang kebutuhan atau keinginan.

Pendapatan setiap orang berbeda-beda, namun pada hakikatnya manusia cenderung memiliki keinginan yang besar dalam memenuhi kebutuhan

hidupnya. Salah satu alat atau media yang manusia gunakan dalam memenuhi keinginannya yang tidak terbatas sedangkan kemampuannya terbatas dalam kehidupan sehari-harinya adalah dengan kredit. Kata “kredit” berasal dari bahasa Yunani “*Credere*” yang berarti kepercayaan atau dalam bahasa latin “*Creditum*” yang berarti kepercayaan atas kebenaran. Kemudian dalam kehidupan sehari-hari, pengertian kredit berkembang dengan definisi yang lebih luas dan berbeda dari kata asalnya. Kredit yang kita kenal memiliki arti kemampuan dalam melaksanakan pembelian atau mengadakan pinjaman dengan janji atau syarat pembayaran yang ditangguhkan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Dengan kredit, seseorang atau badan usaha meminjam uang untuk pembelian produk dan membayarnya kembali berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan (Adhitya, 2019).

Melalui perbankan, jika seseorang ingin memenuhi kebutuhannya yang belum terpenuhi tetapi tidak memiliki cukup uang, maka kredit hadir sebagai solusi alternatif. Salah satu jenis kredit untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk keperluan konsumsi adalah kredit konsumtif. Kredit konsumtif merupakan kredit dengan tujuan untuk konsumsi sendiri yang diberikan oleh pihak bank atau lembaga keuangan bukan bank. Contoh barang yang tergolong ke dalam kredit konsumtif yaitu: motor, mobil, barang elektronik, perabot rumah tangga, dll. Kredit konsumtif adalah cara instan karena barang yang diinginkan akan langsung didapat. Melalui kredit konsumtif, kita berkesempatan memperoleh barang yang dibutuhkan, walaupun uang belum terkumpul. Dengan mengajukan kredit konsumtif kepada bank ataupun non bank. Seseorang diberikan kemudahan dengan melakukan pembelian terlebih dahulu dengan syarat membayar pada jangka waktu tertentu membuat minat seseorang menjadi bertambah untuk melakukan kredit (Syahna, 2021).

Saat ini, tuntutan konsumen adalah untuk memuaskan kepuasan atau kesenangan emosional, bukan untuk memenuhi permintaan. Sering terjadi bahwa konsumen yang awal mulanya tidak berniat ataupun yang dirasa tidak mampu memenuhi kebutuhannya melakukan kredit. Dikarenakan pada masa ini banyak sekali lembaga bank maupun non bank yang menawarkan produk

kreditnya dengan syarat dan ketentuan yang membuat konsumen tertarik. Dalam pemenuhan kebutuhannya masyarakat tidak hanya diarahkan untuk mengandalkan pendapatannya semata. Terdapat jalan lain seperti pinjaman ke lembaga keuangan bank maupun non bank, disamping itu adapula kredit sebagai salah satu alternatif pilihan. Sistem kredit hampir semuanya sama yaitu seseorang dapat mengangsur pembayarannya selama periode tertentu.

Perilaku konsumen (nasabah) dalam memilih produk kredit dapat mempengaruhi daya saing produk kredit. Pihak lembaga pemberi kredit akan menerapkan strategi pemasaran dengan kebijakannya sendiri agar pemasarannya efektif. Selain itu agar diketahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah sekaligus merubah perilaku konsumennya. James F. Engel et. al dalam Mangkunegara (2002), mengatakan perilaku konsumen merupakan tindakan langsung seseorang dalam proses pendahuluan pengambilan keputusan dan yang menentukan tindakan tersebut dalam memperoleh dan menggunakan barang jasa ekonomis (Adhitya, 2019).

Terdapat faktor yang melandasi seseorang melakukan perilaku kredit. Seperti faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti faktor demografi dan pengetahuan keuangan, sedangkan faktor eksternal adalah *self-efficacy* dan hedonism (Raprayogha, 2021). Perilaku konsumtif melekat pada diri manusia. Perilaku ini merupakan kebiasaan melakukan konsumsi yang melampaui batas tanpa memperhitungkan, lebih mengutamakan kepuasan kesenangan daripada keperluan. Menurut Suwarman (2011) perilaku konsumtif didefinisikan sebagai tindakan, aktivitas, beserta proses perasaan yang melatarbelakangi perbuatan sebelum dan saat membeli, memakai, mengurangi suatu produk sesudah kegiatan mengevaluasi. Sedangkan menurut Sangadji & Sopiah (2013), perilaku konsumen merupakan aktivitas seseorang dalam memperoleh serta mencukupi kebutuhannya, baik untuk pemakaian, konsumsi, maupun dalam penggunaan barang dan jasa, yang merupakan salah satu pemrosesan dalam memutuskan dalam pengambilan keputusan. Kesimpulannya perilaku konsumtif ialah aktivitas atau gerakan yang berhubungan dengan keputusan pembelian suatu barang atau jasa. Salah satu penyebab terpenting pada tindakan pembeli

dalam pengambilan keputusan adalah adanya motivasi. Teori Maslow mengatakan bahwa manusia harus memenuhi kebutuhan dari tingkat paling rendah baru setelah itu bisa ke tingkat yang lebih tinggi. Dalam mengambil keputusan saat hendak melakukan pembelian produk atau jasa seseorang akan dipengaruhi oleh motivasi sebagai dorongan yang timbul dalam diri seseorang. Tetapi jika motivasi ini berlebihan maka akan berpengaruh pada gaya hidupnya yang menjadi hedonis (Abadi, 2020).

Gejala kredit konsumtif dapat ditimbulkan dari seseorang yang memiliki gaya hidup yang dapat membawa tingkat kepuasan tertentu dan tingkat kebahagiaan tertentu. Hedonisme menurut Imawati yaitu apabila seseorang tidak mampu dalam mempertimbangkan antara keinginan dan kebutuhannya, selain itu juga mengutamakan kebutuhan kedua dan ketiga daripada kebutuhan primernya akan menyebabkan pembelian berlebih dimana perilaku hedonis hanya akan disebabkan oleh faktor emosional. Terdapat faktor yang mempengaruhi perilaku hedonisme yaitu perbedaan individu dan faktor lingkungan. Perbedaan individu seperti personal, konsep diri, proses belajar, kebutuhan, pemahaman dan pengolahan informasi, pengetahuan, sikap, dan spiritual. Sedangkan faktor lingkungan didalamnya mencakup sosial, ekonomi, budaya, keluarga, karakteristik demografi, kelompok pertemanan, teknologi, dan keadaan lingkungan konsumen. Sedangkan menurut Sumartono, ada 8 indikator perilaku hedonisme yaitu: (1) hadiah/bonus; (2) kemasan yang menarik; (3) trend terkini; (4) tanda status; (5) peningkatan kepercayaan diri; (6) ambassador yang disukai; (7) Mencoba lebih dari dua produk namun merk yang berbeda; (8) Pembelian produk tidak berdasarkan kebutuhan dan nilai guna (Putri, 2022).

Menurut Bandura (2006) *self-efficacy* adalah keyakinan atau persepsi seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk melaksanakan perilaku yang diperlukan dalam mencapai hasil kinerja tertentu. *Self-efficacy* merupakan penilaian diri seseorang apakah akan melakukan tindakan yang tepat atau salah, baik atau buruk, bisa atau tidak, dalam mengerjakan sesuatu ataupun menghadapi situasi tertentu. Berbeda dengan aspirasi (cita-cita), karena

cita-cita menggambarkan suatu yang ideal yang seharusnya (dapat dicapai), sedang *self-efficacy* menggambarkan penilaian kemampuan diri. Ada beberapa elemen yang menyatakan *self-efficacy*. Elemen tersebut mencakup seberapa kuat seseorang terpengaruh oleh informasi yang diterimanya, apakah seseorang memiliki sikap yang optimis atau pesimis terhadap masa depannya ataupun berfikir dengan memperkuat diri atau melemahkan diri. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa keterlibatan seseorang atau individu dalam perilaku keuangan mencerminkan seberapa baik mereka mengelola keuangan pribadi mereka, bertanggung jawab secara finansial dan berpikiran untuk masa yang akan datang. Dalam penelitian Eka Yunista Nila Sari dan A. Khoirul Anam diperoleh bahwa sikap keuangan dan *Self-efficacy* berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku keuangan. Dimana salah satu perilaku keuangan ialah kredit (Sari, 2021).

Seseorang dalam kehidupan sehari-hari harus membuat keputusan setiap saat mengenai apa yang akan dilakukan dan seberapa lama dilakukannya. Keputusan ini akan dipengaruhi *self-efficacy*. Apakah seseorang akan melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuannya, atau akan menghindari situasi yang dinilai di luar dari kemampuannya. *Self-efficacy* membentuk pemikiran mengenai sebab akibat. Pola pemikiran dan reaksi emosional akan dipengaruhi oleh penilaian seseorang. Seseorang apakah merasa tidak yakin akan kemampuannya mengatasi situasi tertentu dan mempersepsikan situasi tersebut lebih sulit daripada sesungguhnya. Seseorang yang memiliki *self-efficacy* yang kuat apabila mampu melakukan usaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan sekalipun menghadapi hambatan (Herawati, 2018).

Kabupaten Banyumas, terbagi dalam 27 kecamatan. Wilayah tersebut terdiri dari 331 desa / kelurahan. Penduduk Kabupaten Banyumas berdasarkan Sensus Penduduk 2020 tercatat sebanyak 1.776.918 jiwa, dimana penduduk laki-laki sebanyak 894.695 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 882.223 jiwa. Karena data ini berdasarkan sensus penduduk 2020, maka diasumsikan saat ini jumlah penduduk bertambah (BPS, 2021).

Penduduk terbanyak terdapat di kecamatan Cilongok yaitu 124.680 jiwa atau sekitar 7,02% dari total populasi, sedangkan penduduk paling sedikit adalah kecamatan Purwojati dengan 36.980 jiwa atau sebesar 2,08% dari jumlah populasi. Berdasarkan kelompok umur penduduk berusia produktif(15-65 tahun) sebanyak 1,23 juta jiwa atau sekitar 68,57% dari jumlah populasi. Sisanya yang merupakan usia tidak produktif yaitu sebanyak 551.670 jiwa atau sebesar 31,05% dari jumlah populasi. Rinciannya, sebanyak 398 ribu jiwa (22,4%) merupakan usia belum produktif (usia 0-14 tahun) dan 153,67 jiwa (8,64%) adalah usia sudah tidak produktif (usia 65 tahun ke atas).

Luas wilayah Kabupaten Banyumas adalah 1.327,59 km² atau sekitar 4,04% dari luas wilayah Provinsi Jawa Tengah. Purwokerto merupakan ibu kota Kabupaten Banyumas yang memiliki kepadatan penduduk mencapai 1.338 jiwa/km². Kabupaten Banyumas terbagi menjadi 27 kecamatan dengan 331 desa/kelurahan. Kabupaten Banyumas memiliki pendapatan asli daerah (PAD) sebesar Rp 567,42 miliar pada 2020. Rinciannya, dari pajak daerah senilai Rp 208,01 miliar, retribusi daerah Rp 23,78 miliar, hasil dari perusahaan milik pemerintah daerah dan pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan Rp 15,8 miliar, serta PAD lain-lain yang sah Rp 319,82 miliar (Kusnandar, 2021).

Berdasarkan hasil Sakernas, angkatan kerja di Banyumas tahun 2020 mencapai 877.500 orang. Tingkat partisipasi angkatan kerja penduduk Banyumas tercatat sebesar 66,66 %. Sedangkan tingkat pengangguran terbuka di Banyumas sebesar 6,00 %. Jumlah penduduk yang bekerja pada Agustus 2020 sebesar 824.800 orang. Proporsi terbesar pekerja pada Agustus 2020 masih didominasi oleh buruh/karyawan/pegawai sebesar 29,32 % atau 241.890 orang. Sementara proporsi terkecil pekerja adalah pekerja berusaha dibantu buruh tetap/ buruh dibayar hanya sebesar 3,36 % atau 27.720 orang (BPS, 2021).

Keputusan kredit yang diambil oleh nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi faktor pribadi dan faktor psikologi. Sedangkan faktor eksternal meliputi faktor sosial,

faktor kebudayaan dan faktor dari perusahaan (kualitas pelayanan dan prosedur kredit) (Sari, 2016). Faktor-faktor yang berbeda pada setiap lembaga keuangan inilah yang membuat penulis tertarik dari sisi faktor internal. Tentunya dalam melakukan kredit ada pula pengaruh yang ditimbulkan baik secara langsung maupun tidak langsung. Sejauh mana pengaruh yang timbul dari pinjaman kredit, Karena tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat pengaruh yang muncul baik dari sisi negatif maupun positif. Oleh karena itu penelitian ini mengkaji mengenai Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Kabupaten Banyumas”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian berdasarkan latar belakang diatas yaitu:

1. Apakah Hedonisme berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit?
2. Apakah *Self Efficacy* berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit?
3. Apakah Hedonisme dan *Self Efficacy* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

Penelitian ini memiliki tujuan yang meliputi beberapa hal diantaranya:

- a. Mengetahui pengaruh Hedonisme terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Kabupaten Banyumas
- b. Mengetahui pengaruh *Self Efficacy* terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Kabupaten Banyumas
- c. Mengetahui pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* secara simultan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Kabupaten Banyumas

2. Manfaat Penelitian:

- a. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini akan berkontribusi sebagai referensi ilmu pengetahuan pada umumnya. Selain itu dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengenai Pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi objek acuan, yaitu Masyarakat Kabupaten Banyumas dapat dijadikan acuan bagi seluruh generasi khususnya generasi muda agar memiliki kehidupan yang positif.
- 2) Bagi peneliti sendiri, dapat memperoleh dan mengembangkan pengetahuan mengenai Pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.
- 3) Untuk referensi, dapat dijadikan rujukan bagi peneliti berikutnya.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran dalam penyusunan serta memudahkan dalam mempelajari dan memahami penelitian ini, maka penulis memberikan sistematika pembahasan yang dibagi menjadi lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini akan membahas latar belakang masalah dari yang diteliti, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan manfaat dari penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menguraikan mengenai kerangka teori, landasan teologis, kajian pustaka, rumusan hipotesis, dan kerangka berpikir yang digunakan peneliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini akan membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator yang digunakan, pengumpulan data penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bagian ini membahas mengenai gambaran umum yang menjelaskan tempat penelitian dan hasil penelitian yang didapat beserta penjelasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan penelitian yang didapat beserta saran yang diberikan. Selain itu pada bagian akhir akan dicantumkan data atau dokumen terkait penelitian seperti daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup peneliti.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Hedonisme

Menurut Kunto (1999) hedonisme dalam bahasa Yunani yaitu “hedone” adalah cara hidup yang mengutamakan kenikmatan atau kebahagiaan sebagai tujuan utama. Setiap tindakan yang dilakukan seseorang hanya untuk mencapai kenikmatan dan kesenangan terlepas dari cara yang digunakan atau apapun hasil yang diperoleh. Semua tindakannya diarahkan kepada pengejaran kesenangan tanpa henti dan tekad bulat untuk mencegah setiap atau semua emosi negatif (Suidarma, 2021).

Hedonisme merupakan gaya hidup, dimana menurut Kotler dan Keller (2012), Gaya hidup adalah cara seseorang di dunia seperti yang ditunjukkan dalam rutinitas sehari-hari, minat, dan opini mereka. Gaya hidup merupakan laporan komprehensif seseorang tentang tindakan dan reaksi mereka dalam berperilaku dan berhubungan dengan dunia luar. Gaya hidup seseorang mencakup semua kebiasaan mereka dalam berperilaku dan berhubungan dengan dunia luar. Sederhananya, cara hidup seseorang mencakup semua pilihan yang dia buat tentang waktu, energi, dan sumber dayanya termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya. Remaja cenderung menganut gaya hidup hedonis yang merupakan salah satu budaya remaja. Sebagai pandangan dunia, hedonisme merupakan pandangan bahwa individu dapat memaksimalkan rasa kesejahteraan mereka dengan secara aktif mengejar lebih banyak emosi positif dan mengurangi keterpaparan mereka terhadap emosi negatif. Hedonisme adalah ajaran atau gagasan bahwa kesenangan atau kenikmatan adalah tujuan hidup dan tingkah laku manusia.

Kemudian Engel, dkk (2005) menyatakan bahwa gaya hidup hedonistik adalah pola hidup seseorang dan cara menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup hedonistik di sini merupakan hasil dari motivasi dalam mengekspresikan nilai konsumen. Dengan kata lain, masalah gaya hidup

hedonis secara intrinsik terkait dengan kebiasaan konsumsi yang boros. Dari apa yang telah dikatakan di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah gaya hidup di mana kesenangan dan kepuasan diprioritaskan di atas segalanya dalam aktivitas, minat, dan pandangan seseorang sehari-hari sebagai tujuan utama dalam hidup (Suidarma, 2021).

Banyak keputusan pembelian konsumen didasarkan pada manfaat hedonisme dan atau manfaat utilitas yang dijanjikan oleh produk. Sebuah produk dapat saja memiliki kedua manfaat sekaligus misalkan dalam pembelian mobil mewah yang memiliki manfaat hedonis sekaligus memiliki manfaat utilitas sebagai alat transportasi. Sebelum melakukan pembelian konsumen akan melakukan proses evaluasi produk dan membandingkan sebuah produk dengan yang lain dalam perbedaan hedonis atau utilitarian. Produk Hedonis disini merupakan produk yang dikonsumsi dengan perasaan gembira, menyenangkan bahkan kenyamanan dari estetika sebagai ciri khasnya. Sedangkan produk utilitarian merupakan produk yang memiliki fungsi tertentu dan dikonsumsi dengan dorongan kognitif, memiliki tujuan konsumsi yang jelas yang dapat dipenuhi oleh fungsi produk tersebut.

Hedonisme, sebagai sistem nilai Untuk sepenuhnya memahami dan mengevaluasi kembali gagasan Kotler (2010) tentang nilai konsumen, pertama-tama kita harus mempelajari dan memahami peran nilai hedonis dalam penilaian konsumen. Selisih dari apa yang konsumen berikan atau korbankan dengan apa yang mereka peroleh adalah apa yang mereka anggap sebagai nilai produk atau layanan bagi mereka. Konsumen dengan nilai hedonistik tinggi mungkin tidak senang dengan betapa bermanfaatnya suatu produk atau nilai fungsional produk bagi mereka dan lebih menginginkan fitur tambahan yang memuaskan. Kenyamanan, hiburan, imajinasi, dan kegembiraan adalah kualitas hedonis yang berkontribusi pada perasaan "penghargaan diri" dari sebuah nilai hedonis. Nilai hedonis dapat diartikan sebagai nilai-nilai yang diperoleh konsumen dari perkiraan dan pengalaman mereka sendiri tentang perasaan subjektif tentang kenyamanan dan kesenangan (Ferrinadewi, 2016).

Terdapat faktor yang mempengaruhi perilaku hedonisme yaitu faktor individu dan faktor lingkungan. Faktor yang berasal dari dalam diri individu yang didasarkan pada keyakinan diri sendiri untuk bergaya hidup sesuai keinginannya. Sikap dan anggapan bahwa seseorang harus menunjukkan kemewahan, kemegahan, dan senang menjadi pusat perhatian. Adapun indikator perilaku hedonisme yaitu perbedaan individu seperti kebutuhan, personal, konsep diri, pengolahan dan pemahaman informasi, proses belajar, pengetahuan, sikap, dan spiritual.

Sedangkan pengaruh dari lingkungan secara langsung atau tidak langsung bisa menyebabkan seseorang menjalani gaya hidup hedonis. Sebagai contoh, seseorang yang berteman dengan orang-orang yang terbiasa hidup mewah, maka kemungkinan besar orang tersebut juga turut mengikuti gaya hidup di lingkungan pertemanan tersebut. Kemudian adanya faktor lingkungan yaitu budaya, karakteristik demografi, sosial, ekonomi, keluarga, kelompok pertemanan, keadaan lingkaran konsumen, juga teknologi (Sumarwan, 2011).

Menurut Sumartono (2012) bahwa terdapat 8 indikator perilaku hedonisme yaitu:

- a) Pembelian produk karena adanya hadiah/bonus,
- b) Pembelian karena produk kemasan yang menarik,
- c) Membeli produk untuk mengikuti trend,
- d) Membeli produk tidak berdasarkan kebutuhan dan nilai guna,
- e) Membeli hanya untuk tanda status,
- f) Penggunaan produk karena ambassador yang disukai,
- g) Adanya pemikiran barang dengan harga tinggi meningkatkan kepercayaan diri,
- h) Mencoba lebih dari dua produk namun merk yang berbeda.

Sementara Setianingsih (2018) mengungkapkan bahwa ciri-ciri gaya hidup hedonisme adalah:

- a) Ingin segala sesuatu yang serba mewah.

Orang-orang Hedon telah terbiasa dengan setiap keinginan mereka dipenuhi oleh fasilitas yang paling mewah. Di mana pengejaran kemewahan diprioritaskan di atas segalanya. Bisa jadi orang-orang yang seperti ini memang sebenarnya mampu secara finansial, bisa juga mereka memaksakan diri untuk terlihat “mampu”, misalkan lebih memilih tinggal di apartemen meski harus mencicil dari pada di rumah sendiri, lebih suka naik taksi daripada naik motor, dan sebagainya.

b) Pilih-pilih teman.

Memang mengesalkan sebenarnya orang yang memiliki gaya hidup hedonis, sebab mereka cenderung selektif alias memilih milih teman.

c) Konsumerisme yang akut.

Sifat konsumtif adalah sifat mutlak seorang hedonis, mereka tidak memiliki skala prioritas. Mereka akan berusaha untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan segera tidak peduli butuh atau tidak, penting atau tidak. Orang yang hedonis juga paling getol dengan diskon, promo dan sebagainya meski sebenarnya mereka tidak membutuhkan barang tersebut. Tidak jarang orang hedonis tidak memiliki tabungan atau investasi apapun selain barang-barang yang mereka beli dan mereka pakai, Hedonis sering mengandalkan kartu kredit dan siap berhutang untuk membayar kebutuhan mereka daripada menabung untuk masa depan.

d) Cenderung anti sosial dan jauh dari agama.

Mereka jarang atau bahkan tidak memiliki kepekaan dilingkungan sosial, mereka hanya peduli pada diri mereka sendiri dan orang lain yang mereka anggap sejajar dengan mereka, dan mereka jarang bergaul atau sekedar menyapa kepada tetangga mereka (Setianingsih, 2018).

2. *Self Efficacy*

Menurut Bandura (2006) *self-efficacy* merupakan keyakinan atau persepsi seseorang terhadap kapasitasnya sendiri untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam kinerja tertentu.

Self-efficacy merupakan penilaian diri seseorang apakah akan melakukan tindakan yang tepat atau salah, baik atau buruk, bisa atau tidak, dalam mengerjakan sesuatu ataupun menghadapi situasi tertentu. Berbeda dengan aspirasi (cita-cita), karena cita-cita menggambarkan suatu yang ideal yang seharusnya (dapat dicapai), sedang *self-efficacy* menggambarkan penilaian kemampuan diri. Ada beberapa elemen yang menyatakan *self-efficacy*. Elemen tersebut mencakup seberapa kuat seseorang terpengaruh oleh informasi yang diterimanya, apakah seseorang memiliki sikap yang optimis atau pesimis terhadap masa depannya ataupun berfikir dengan memperkuat diri atau melemahkan diri. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa keterlibatan seseorang atau individu dalam perilaku keuangan mencerminkan seberapa baik mereka mengelola keuangan pribadi mereka, bertanggung jawab secara finansial dan berpikiran untuk masa yang akan datang (Sari, 2021).

Menurut Maddux (2016) berpendapat bahwa Keyakinan *self-efficacy* adalah keyakinan orang tentang kemampuan untuk menghasilkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui tindakan mereka. Dalam memenuhi keinginan untuk memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan, apakah seseorang dapat bertahan dalam menghadapi rintangan dan tantangan memiliki dampak yang besar pada dirinya. Keyakinan seseorang dalam menyelesaikan konsumsi kredit yang diambil terkadang bisa menjadi kendala ketika seseorang berada pada titik jenuh. Pada titik ini, seseorang terkadang tidak mau menyelesaikan kredit berjalan. Pada titik ini, *self-efficacy* meningkatkan kepercayaan seseorang pada kemampuan mereka sendiri dan memastikan bahwa mereka dapat membayar biaya sampai waktu yang ditentukan selesai (Syahna, 2021).

Seperti yang dikemukakan Bandura (1997) *Self efficacy* merupakan variabel diri yang diturunkan dari pendekatan behavioral dan kognitif sosial. Keyakinan pada kemampuan diri sendiri untuk mengendalikan keadaan dan mencapai hasil yang diinginkan adalah inti dari efikasi diri. Faktor ini menjadi prediktor tindakan jika dipasangkan dengan tujuan yang jelas dan apresiasi kemajuan menuju tujuan tersebut. Dalam bidang akademik, *self*

efficacy merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi prestasi siswa. Siswa dengan *self efficacy* yang tinggi setuju dengan pernyataan seperti “saya tahu bahwa saya akan mampu menguasai materi ini” dan “saya akan bisa mengerjakan tugas ini”. Selain itu, siswa dengan *self efficacy* yang tinggi akan mau mengerjakan tugas dalam jumlah yang banyak. Sebaliknya siswa dengan *self efficacy* rendah akan cenderung menghindari tugas-tugas yang sulit dan menantang tersebut. Dalam penelitian ini *self efficacy* dihubungkan dengan *financial self efficacy* yang dapat didefinisikan sebagai keyakinan atas kemampuan diri untuk melakukan perubahan perilaku keuangan ke arah yang lebih baik. Dimensi *financial self efficacy* yang berpengaruh terhadap perilaku keuangan dapat dikaitkan dengan dimensi *self efficacy* pada umumnya yaitu: level (magnitude), strength, dan generality.

Dimensi pertama menurut Bandura (1997) yaitu level (*magnitude*), merupakan dimensi pengukuran *financial self efficacy* yang dilihat dari tingkat kesulitan tugas yang dirasakan seseorang. Faktor ini mempengaruhi proses pemilihan perilaku yang disesuaikan dengan kesulitan. Seorang individu akan berusaha melakukan hal-hal yang menurutnya sesuai dengan kemampuannya, sambil menghindari hal-hal yang dianggapnya terlalu menantang. Dalam hal keuangan dimensi level dapat dilihat dari keyakinan seseorang dalam pengambilan keputusan keuangan dan kemampuannya untuk mengatasi masalah keuangan. Kedua, dimensi *generality*. Dimensi ini merupakan skala pengukuran *financial self efficacy* yang mengukur sejauh mana individu yakin dengan kemampuannya dalam berbagai situasi tugas, mulai dari aktifitas yang biasa dilakukan sampai pada aktifitas yang belum pernah dilakukan. Seberapa percaya diri seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan berbagai aktivitas, baik secara individu maupun kolektif, ditunjukkan dengan ukuran tersebut. Salah satu indikator kemampuan *generality* seseorang dalam bidang keuangan adalah apakah mereka optimis atau tidak, dan benar-benar tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang berbagai kemungkinan pilihan keuangan dengan sikap positif dan rasa keingintahuan yang tinggi terhadap berbagai alternatif keputusan keuangan.

Ketiga adalah dimensi *strength*. Faktor ini mewakili keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri untuk melakukan aktivitas tertentu. Keyakinan seseorang terhadap bakatnya sendiri meningkat ketika dia mengembangkan kemampuan untuk tugas yang menantang dan menjadi percaya diri dalam kapasitasnya untuk menyelesaikan tugas dan bertahan meskipun menghadapi beberapa masalah di sepanjang jalan. Memiliki keyakinan pada kemampuan sendiri untuk mengatasi kesulitan uang dan kemauan yang kuat untuk membuat rencana keuangan di masa kini dan masa yang akan datang adalah dua indikator dari dimensi ini.

Salah satu sumber efikasi diri yang dapat mempengaruhi *financial self efficacy* adalah pengalaman menguasai suatu kompetensi (*enactive mastery experiences*). Seseorang yang memiliki penguasaan kompetensi tertentu, dapat membuat orang tersebut meraih kesuksesannya. Dengan kesuksesan tersebut, akan membantu meningkatkan *self efficacy* seseorang. Kompetensi dalam penelitian ini adalah kompetensi dalam hal literasi keuangan yaitu: pengetahuan, kemampuan, dan keahlian untuk mengelola keuangan. Seseorang yang memiliki literasi yang tinggi maka *financial self efficacy* yang dimilikinya juga tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Heckman & Grable (2011) yang menyebutkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap *financial self efficacy* seseorang. Individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik mampu meningkatkan *financial self efficacy* (Herawati, 2018).

Setiap tahapan proses memiliki peran penting untuk dapat meyakinkan diri sendiri untuk mengembangkan dan mengkoordinasikan setiap pekerjaan yang dilakukan. Proses pertama yang harus dilalui adalah meyakini adanya Allah SWT yang menciptakan dan mengatur segala sesuatu yang ada di langit dan bumi. Dengan akal yang dimiliki manusia, mereka mampu melihat peluang di hadapannya dengan percaya diri, terampil, dan mampu mengendalikan pekerjaannya.

3. Pengambilan Keputusan

James A.F Stoner mengemukakan, keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif pilihan. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu :

- a. Sebuah keputusan diambil setelah memikirkan dengan hati-hati semua faktor yang relevan berdasar alasan logis atau dengan berbagai pertimbangan.
- b. Pilihan terbaik dari beberapa alternatif yang bersifat wajib.
- c. Tujuan yang ingin dicapai dan keputusan yang mendekatkan pada tujuan tersebut.

Dalam setiap proses pengambilan keputusan hendaknya memahami empat komponen dari sebuah pengambilan keputusan, yaitu :

- a. Tujuan pengambilan keputusan
- b. Identifikasi alternatif keputusan untuk menemukan solusi
- c. Perhitungan mengenai faktor-faktor tidak terduga
- d. Sarana atau alat untuk evaluasi hasil dari suatu pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan ditentukan oleh perilaku konsumen dalam pembelian mereka. Terdapat lima tahap dalam proses pendekatan masalah yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung yang terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Kotler (2002) para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian yaitu:

- a. Pengenalan Masalah

Merupakan faktor terpenting dalam melakukan proses pembelian, di mana pembeli akan mengenali suatu masalah atau kebutuhan.

- b. Pencarian Informasi

Seseorang selalu mempunyai minat atau dorongan untuk mencari informasi. Apabila dorongan tersebut kuat dan obyek yang dapat memuaskan kebutuhan itu tersedia maka konsumen akan bersedia

membelinya. Situasi ini terbagi menjadi dua yaitu, (1) menguatnya perhatian dan (2) pencarian aktif informasi.

c. Evaluasi Alternatif

Konsumen akan mempunyai pilihan yang tepat dan membuat pilihan alternatif secara teliti terhadap produk yang akan dibelinya. Beberapa konsep dasar dalam proses evaluasi konsumen dijelaskan dalam tiga bagian yaitu : (1) konsumen berusaha memenuhi suatu kebutuhan; (2) konsumen mencari manfaat tertentu dari produk; (3) konsumen menganggap tiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

d. Keputusan Membeli

Setelah konsumen mempunyai evaluasi alternatif maka konsumen akan membuat keputusan untuk membeli. Penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihan produk di antara beberapa produk yang tersedia.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah konsumen mengadakan pembelian, konsumen akan mengevaluasi tentang seberapa baik suatu produk dapat memenuhi atau melebihi harapannya (Yahya, 2016).

4. Kredit

Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank ataupun lembaga keuangan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Sedangkan pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank ataupun lembaga keuangan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk

mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Susetyo, 2011).

a. Unsur-unsur Kredit

Pemberian fasilitas kredit mencakup unsur-unsur kredit sebagai berikut:

1) Kepercayaan

Keyakinan kreditur dalam pembayaran pinjaman bahwa kredit yang diberikan akan benar-benar diterima kembali di masa tertentu di masa datang.

2) Kesepakatan

Kredit melibatkan kepercayaan antara pemberi pinjaman dan peminjam, tetapi juga melibatkan kesepakatan di antara mereka. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian di mana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.

3) Jangka Waktu

Terdapat batas waktu pada setiap kredit, dan waktu tersebut sudah termasuk jangka waktu pengembalian yang telah disepakati.

4) Risiko

Adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan risiko tidak tertagihnya pemberian kredit. Semakin panjang suatu kredit maka semakin besar risikonya demikian pula sebaliknya.

5) Balas Jasa

Merupakan keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga.

b. Tujuan dan Fungsi Kredit

Pemberian suatu fasilitas kredit mempunyai tujuan tertentu. Tujuan pemberian kredit tersebut tidak akan terlepas dengan misi bank tersebut diberikan.

Adapun tujuan utama pemberian suatu kredit adalah sebagai berikut:

1) Mencari Keuntungan

Yaitu bertujuan untuk memperoleh hasil dari pemberian kredit tersebut. Hasil tersebut terutama dalam bentuk bunga yang diterima sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada anggota.

2) Membantu Usaha Nasabah

Tujuan lainnya adalah untuk membantu usaha anggota yang memerlukan dana, dengan dana tersebut maka pihak debitur akan dapat mengembangkan dan memperluas usahanya.

3) Membantu Pemerintah

Bagi pemerintah semakin banyak kredit yang disalurkan maka semakin baik, mengingat semakin banyak kredit berarti adanya peningkatan pembangunan di berbagai sektor

Kemudian disamping tujuan di atas suatu fasilitas kredit memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan daya guna uang
- 2) Meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang
- 3) Meningkatkan daya guna barang
- 4) Meningkatkan peredaran barang
- 5) Sebagai alat stabilitas ekonomi
- 6) Meningkatkan kegairahan berusaha
- 7) Meningkatkan pemerataan pendapatan

c. Jenis Kredit

1) Kredit menurut sifat penggunaan:

a) Kredit investasi

Pengembangan bisnis, konstruksi baru, dan restorasi adalah penggunaan umum dari pembiayaan investasi. Kredit yang diberikan untuk investasi seringkali digunakan untuk jangka waktu yang lebih lama

b) Kredit modal kerja.

Peminjaman dilakukan dengan maksud mendongkrak output usaha yang sudah ada. Merupakan praktik umum bagi pemberi pinjaman untuk memberikan pinjaman modal kerja kepada bisnis

sehingga organisasi semacam itu dapat memperoleh perlengkapan yang diperlukan untuk membayar biaya operasional, seperti upah dan sewa.

2) Kredit menurut tujuan penggunaan:

a) Kredit produktif

Memperluas usaha, pabrik, dan modal dengan menggunakan kredit. Pinjaman seperti ini mendorong kegiatan ekonomi dengan memfasilitasi penciptaan produk dan jasa.

b) Kredit konsumtif

Kredit yang digunakan untuk keperluan yang bersifat konsumtif atau digunakan secara pribadi. Dalam kredit ini tidak terdapat penambahan barang dan jasa yang dihasilkan.

c) Kredit perdagangan

Kredit perdagangan dikelompokkan dalam kredit perdagangan dalam negeri dan kredit perdagangan luar negeri atau dikenal dengan kredit ekspor dan impor. Kredit perdagangan dalam negeri tidak mengenal lintas batas sehingga pembayarannya berbeda dengan kelompok kredit perdagangan luar negeri yang menggunakan LC (*Letter of Credit*) (Ibrahim, 2004).

3) Kredit menurut jangka waktu:

a) Kredit jangka pendek

Diklasifikasikan sebagai jangka pendek jika durasi pinjaman lebih pendek dari satu tahun. Sebagian besar lembaga keuangan akan mengizinkan perpanjangan waktu tambahan setelah kedaluwarsa. Paling sering, pemilik bisnis mengambil pinjaman jangka pendek untuk mendanai operasi yang sedang berlangsung.

b) Kredit jangka menengah

Dikategorikan sebagai kredit jangka menengah bila periode kredit antara 1 (satu) tahun sampai dengan 3 (tiga) tahun. Kredit jangka menengah umumnya diberikan untuk investasi jangka pendek, pembelian kendaraan bermotor, dan produksi

c) Kredit jangka panjang

Jika durasi pinjaman lebih dari 3 atau 5 tahun, itu dianggap sebagai pinjaman jangka panjang. Investasi dengan jangka waktu yang panjang, seperti pembelian rumah, adalah penggunaan umum dari jenis modal ini.

4) Kredit ditinjau dari segi jaminan:

a) Kredit dengan jaminan (*secured loan*)

Kredit yang diberikan dengan suatu jaminan yang secara fisik dapat meyakinkan bank akan kemampuan debitur dalam pengembalian kredit. Kredit tersebut adalah jenis kredit yang penilaiannya dari segala aspek dengan tekanan pada jaminan secara fisik

b) Kredit tanpa jaminan (*unsecured loan*)

Kredit tanpa jaminan dikenal pula dengan kredit blangko merupakan kredit yang tidak didukung dengan jaminan secara fisik. Pembiayaan semacam ini mengutamakan legitimasi dan kesuksesan bisnis yang mencari pembiayaan di masa depan. Dalam ketentuan normatif yaitu Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, dalam Pasal 8 dimungkinkan untuk merealisasikan kredit tanpa jaminan.

5) Kredit ditinjau dari sektor usaha:

a) Kredit pertanian, merupakan kredit yang dibiayai untuk sektor perkebunan atau pertanian rakyat.

b) Kredit peternakan, untuk membiayai peternakan ayam dalam jangka pendek atau kambing/sapi untuk jangka panjang.

c) Kredit industri, yaitu kredit untuk membiayai industri kecil, menengah atau besar.

d) Kredit pertambangan, untuk membiayai usaha tambang. Misalnya tambang emas, minyak atau timah.

e) Kredit pendidikan, merupakan kredit yang diberikan untuk membangun sarana dan prasarana pendidikan atau dapat pula kredit yang diberikan bagi para mahasiswa.

- f) Kredit profesi, diberikan kepada para profesional seperti, dosen, dokter atau pengacara.
- g) Kredit perumahan, yaitu kredit untuk membiaya pembangunan atau pembelian perumahan.
- h) Dan sektor-sektor lainnya.

B. Landasan Teologis

Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga keuangan. lembaga atau badan usaha yang menawarkan jasa di bidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menggunakannya dalam bentuk aset keuangan lain. Lembaga keuangan mencakup berbagai operasi bisnis dalam sektor jasa keuangan termasuk bank, perusahaan perwalian, perusahaan asuransi, perusahaan pialang, dan pedagang investasi. Dalam kegiatan bermuamalah, perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat. Terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah. Haram zatnya disebabkan oleh objek transaksinya yang haram, haram selain zatnya didasarkan bahwa setiap transaksi haruslah memiliki prinsip kerelaan atau kedua belah pihak yang sama-sama ridho terhadap terjadinya suatu transaksi sehingga tidak akan terjadi *tadlis* yaitu penipuan. Haram selain zatnya dalam praktek kegiatan perekonomian karena melanggar beberapa hal berikut : *gharar, bai'najasy, riba, maysir, riswah*. Selain itu adanya dukungan dari Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat islam (Yahya, 2016).

Sistem kredit yang telah diterapkan dalam skala global mengacu kepada bunga yang digunakan sebagai bagian dari proses pembayaran. Bunga adalah hal yang telah disepakati keharamannya oleh semua lapis umat Islam. Sebab bunga itu dengan mudah bisa dibedakan dengan jual beli yang halal. Betapapun kecil bunga yang dikenakan, tetaplah Allah SWT telah mengharamkannya. Sebab keberadaan bunga itu memang wujud dari riba itu

sendiri, yang di dalam Al-Quran telah disebutkan harus ditinggalkan sekecil-kecilnya. Sebagaimana riba dilarang yang telah di jelaskan dalam QS. Ali Imran Ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”.

Dari sudut pandang Islam, ada beberapa aturan kegiatan konsumsi yang dapat menjadikan manusia lebih baik daripada perilaku konsumsi. Perspektif islam terhadap perkreditan yang dilakukan masyarakat luas saat ini, islam memandangnya menjadi 2 pendapat: pendapat pertama mengatakan boleh, pendapat kedua mengharamkan. Jelas yang mengharamkan dikarenakan adanya penambahan bunga pada sistem kredit dimana bunga merupakan riba. Pendapat yang memperbolehkan kredit disini, apabila dalam sistem kredit tidak ada bunga dan akadnya dilakukan sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan fasilitas kredit itu sendiri hukumnya tergantung dari bagaimana anatomi sistemnya. Bila masih terdapat unsur bunga ribawi, maka menjadi haram. Sedangkan bila murni akad kredit yang sesuai dengan syariat yang tanpa adanya bunga, maka hukumnya halal (Abdullah,2019). Lembaga keuangan yang diperbolehkan secara islam maka sebaiknya dalam perolehan tambahan bukan menggunakan hutang piutang, melainkan jenis perikatan jual beli. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS Al Baqarah Ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya (QS. Al Baqarah Ayat 275).

Berdasarkan ayat diatas, jelas disebutkan bahwa Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Berarti segala praktik muamalah diperbolehkan kecuali praktik yang mengandung riba dan tidak sesuai dengan syariat yang ada.

Saat ini masyarakat lebih mudah mendapatkan perolehan dana, sebab banyak lembaga keuangan yang menawarkan jasa keuangan guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Hedonisme juga bisa muncul dalam kehidupan seorang muslim ketika tujuan hidupnya hanya untuk memuaskan nafsunya dan tujuan ingin meraih kesenangan sesaat di dunia saja. Allah Swt sudah tegaskan bahwa kehidupan dunia adalah senda gurau dan permainan. Oleh sebab itu manusia harus hati-hati dengan ornamen kehidupan dunia. Bagi orang yang bertaqwa kehidupan akhirat itu lebih baik. Sifat yang mementingkan kesenangan untuk memuaskan nafsunya juga dapat membuat seseorang memiliki sifat hedonisme yang berkaitan dengan sifat pemborosan. Sebagaimana yang tertuang pada QS. Al Isra Ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya." (QS. Al Isra: 27).

Berdasarkan ayat di atas mengenai pemborosan yang diakibatkan oleh gaya hidup hedonisme yang tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi

didasarkan pada motivasi untuk mendapatkan tantangan, suatu sensasi, kegembiraan dan hanya untuk mengikuti perkembangan trend atau model terbaru yang memicu perilaku konsumsi *impulse buying*. Kebanyakan yang terjadi pada konsumen saat ini adalah terkadang sulit membedakan antara kebutuhan (*need/hajah*) dengan keinginan (*want/raghbah*). Tuntutan gaya hidup pada saat ini, menjadikan manusia mengarah kepada sikap pemborosan yang tidak terhentikan, karena diliputi oleh pemikiran untuk berkonsumsi secara terus-menerus. Dimana semakin tinggi perilaku hedonise maka semakin tinggi perilaku *impulse buying* (Celinediora,2020).

Ketika mencapai tujuan, dibutuhkan kepercayaan internal untuk berjalan dengan lancar. Setiap tahapan proses memiliki peran penting dalam dapat meyakinkan diri sendiri untuk mengembangkan dan mengkoordinasikan setiap pekerjaan yang dilakukan. Proses pertama yang harus dilalui adalah meyakini adanya Allah SWT yang menciptakan dan mengatur segala sesuatu yang ada di langit dan bumi. Dengan akal yang dimiliki manusia, mereka mampu melihat peluang di hadapannya dengan percaya diri, terampil, dan mampu mengendalikan pekerjaannya. Berdasarkan firman Allah SWT, dalam QS Ar Ra'd Ayat 11 :

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.(Q.S. Ar Ra'd:11)

Allah tidak akan mengubah keadaan mereka, selama mereka tidak mengubah keadaan dalam diri mereka. Ada pula yang menafsirkan, bahwa Allah tidak akan mencabut nikmat yang diberikan-Nya, sampai mereka

mengubah keadaan diri mereka, seperti dari iman kepada kekafiran, dari taat kepada maksiat dan dari syukur kepada kufur. Demikian pula apabila hamba mengubah keadaan diri mereka dari maksiat kepada taat, maka Allah akan mengubah keadaannya dari sengsara kepada kebahagiaan. Disimpulkan bahwa apabila seseorang itu tidak memiliki niat dalam dirinya untuk mengubah keadaannya menjadi lebih baik, maka Allah SWT tidak akan mengubah keadannya.

Terkait hal tersebut Bandura (2006), menyatakan bahwasanya *self-efficacy* merupakan kepercayaan seseorang pada kemampuan mereka sendiri menentukan apakah mereka akan melakukan tindakan tertentu atau tidak. Keyakinan yang dia miliki adalah sumber dari tindakannya. Tanda adanya *self-efficacy*, seseorang bahkan akan enggan untuk mencoba sesuatu karena individu tersebut sudah tidak yakin terhadap kemampuannya. Begitupun sebaliknya, apabila memiliki *self efficacy* maka orang tersebut akan yakin terhadap perilaku yang akan diambilnya dalam menghadapi sesuatu.

Salah satu sifat yang paling dikagumi Allah SWT adalah keyakinan pada kemampuan diri sendiri. Individu yang cenderung lebih optimis cenderung melihat masalah dan tantangan sebagai hal yang sementara dan akan berlalu. Jangan sampai terlambat untuk memiliki ide-ide buruk, tetapi selalu berpikir positif dan belajar dari segala sesuatu di masa lalu. Dalam setiap kegiatan sangat diperlukan adanya rasa percaya diri yang baik untuk menunjang setiap kegiatan dan pekerjaan yang dilakukan. Namun, ketika seseorang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam mengembangkan kegiatan kredit konsumen, kepercayaan diri ini harus dikurangi untuk menghindari situasi yang tidak terduga seperti wanprestasi. Karena setiap aktivitas kredit yang dilakukan tidak selalu lancar. Nasabah harus membayar cicilan kredit dari tanggung jawab yang telah disepakati setiap bulan, tetapi ketika kemampuan dan kepercayaan diri berbanding terbalik, maka ada wanprestasi yang menyebabkan seseorang gagal (Syahna, 2021).

C. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka adalah data yang mengacu kepada referensi terkait. Kajian pustaka menjelaskan laporan mengenai penelitian sebelumnya atau membahas masalah peneliti. Berikut merupakan kajian pustaka penelitian ini yang merujuk kepada penelitian terdahulu.

Pertama, Penelitian oleh Rusdi R dan Ilsa Agustina dalam jurnal *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM) UIN Alauddin Makassar Vol.2 No.3,(September) 2021:17-26* dengan judul “Pengaruh *Financial Literacy* dan *Self Efficacy* terhadap Minat Kredit pada Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Alauddin Di Koperasi Al-Muawwanah”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan *Financial Literacy* terhadap perilaku kredit, *self efficacy* berpengaruh positif terhadap perilaku kredit, dan secara simultan *Financial Literacy*, dan *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kredit pada Civitas Akademika UIN Alauddin Makassar (Raprayogha, 2021).

Kedua, penelitian oleh Rangga Adi Caksana, Dwi Wulandari pada tahun 2021 yang berjudul “Faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit konsumtif pada aparatur sipil negara Kecamatan Lumajang”. Jenis penelitiannya adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitiannya adalah Literasi keuangan dan sifat materialisme berpengaruh secara signifikan baik secara parsial atau simultan terhadap keputusan pengambilan kredit konsumtif. Sedangkan Gender dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengambilan kredit konsumtif, tetapi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengambilan kredit (Caksana, 2021).

Ketiga, Penelitian oleh Tan Yesika Andriani , Idham Cholid , Kardinal pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Kasus Nasabah Bess Finance Palembang)”. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial

antara antara variabel independen Literasi Keuangan dan Demografi (usia dan pendapatan) terhadap variabel dependen, sedangkan faktor demografi (jenis kelamin dan pendidikan) memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen. Secara simultan variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Andriani, 2019).

Keempat, Penelitian oleh I Kadek Astrawan, I Ketut Suamba, I Dewa Gede Raka Sarjana dalam Jurnal Agribisnis dan Agrowisata ISSN: 2685-3809 Vol. 9, No. 1, Januari 2020 dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit di LPD Desa Adat Pujungan, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan". Penelitian ini terdiri atas data kualitatif yang menyajikan gambaran umum serta sejarah LPD, dan data kuantitatif yang menyajikan laporan keuangan LPD. Hasil penelitian ini adalah tingkat suku bunga (X1) berpengaruh nyata terhadap keputusan debitur dalam pengambilan kredit. Berdasarkan hasil uji regresi yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, kualitas pelayanan (X2) berpengaruh nyata terhadap keputusan debitur dalam pengambilan kredit. Berdasarkan hasil uji regresi nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan prosedur penyaluran kredit (X3) berpengaruh nyata terhadap keputusan debitur dalam pengambilan kredit. Berdasarkan hasil uji regresi yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ rata – rata kesesuaian pemanfaatan kredit oleh debitur di alokasikan ke kredit produktif berdasarkan nilai rasio kesesuaian pemanfaatan kredit sebesar 92,44 % (Astrawan, 2020).

Kelima, penelitian oleh Dwi Rahmadhani dan Eka Indriyani MS pada tahun 2022 dalam jurnal SSBM Vol.3 No.2, (Februari)2022 : 46-55 dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit di Masa Pandemi Covid-19". Jenis penelitian kuantitatif. Hasil penelitiannya adalah Secara parsial ketiga variabel yaitu tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk mengambil kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu. Secara bersama-sama (simultan) tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu (Rahmadhani, 2022).

Keenam, Penelitian oleh Silvia Anggraeni, Nurdin dalam Prosiding Manajemen ISSN: 2460-6545 Volume 5, No. 1, Tahun 2019 dengan judul " Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada Bank Mandiri KCP Kantor Unit Jamika Kota Bandung". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berada posisi angka 76,79% dengan kategori baik, faktor demografi berada pada posisi 62,32% dengan kategori cukup baik. Berdasarkan koefisien determinasi sesuai dengan rumusan masalah terdapat pengaruh sebesar 32,61% dan sisanya 67,39% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor internal yaitu gaya hidup dan psikologis serta faktor eksternal seperti pengaruh keluarga dan rekan kerja (Anggraeni, 2019).

Ketujuh, Penelitian oleh Handra Tipa, Mortigor Afrizal Purba dalam Jurnal Akuntansi Bareleng Vol.3 No. 1 Tahun 2018 yang berjudul "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit oleh Pelaku Usaha Property di Kota Batam ". Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah 1) Suku Bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit oleh pelaku usaha property di Kota Batam. Dan bisa menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha property di Batam. 2) Jaminan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit oleh pelaku usaha property di Kota Batam 3) Nominal Kredit berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit oleh pelaku usaha property di Kota Batam 4) Pelayanan Bank berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit oleh pelaku usaha property di Kota Batam 5) Suku Bunga, Jaminan, Nominal Kredit dan Pelayanan Bank berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit oleh pelaku usaha property di Kota Batam (Purba, 2018).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Rusdi R Dan Ilsa Agustina (2021) Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Dan <i>Self Efficacy</i> Terhadap Minat Kredit Pada Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Alauddin Di Koperasi Al-Muawwanah	<i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kredit pada, dan <i>self efficacy</i> berpengaruh positif terhadap perilaku kredit pada, dan secara simultan <i>Financial Literacy</i> , dan <i>self efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kredit pada pada Civitas Akademika UIN Alauddin Makassar	- Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan Variabel <i>self-efficacy</i> - Perbedaannya terletak pada Objek Penelitian, Variabel <i>Financial Literacy</i>
2.	Rangga Adi Caksana (2021) Dwi Wulandari, Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Konsumtif Pada Aparatur Sipil Negara Kecamatan Lumajang	Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan baik secara parsial atau simultan terhadap keputusan pengambilan kredit konsumtif. Sifat materialisme berpengaruh signifikan baik secara parsial atau simultan terhadap keputusan pengambilan kredit konsumtif. Gender tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengambilan kredit	- Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan variabel Keputusan Pengambilan Kredit, faktor yang diperoleh salah satunya adalah variabel hedonisme - Perbedaan terletak pada Objek Penelitian, Variabel <i>Self Efficacy</i> , faktor lain yang didapat

		<p>konsumtif, tetapi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengambilan kredit. Tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pengambilan kredit konsumtif, tetapi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengambilan kredit konsumtif</p>	
3.	<p>Tan Yesika Andriani , Idham Cholid , Kardinal (2019) Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Kasus Nasabah Bess Finance Palembang)</p>	<p>Literasi keuangan dan faktor demografi (usia, pendapatan) secara parsial memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit, sedangkan faktor demografi (jenis kelamin dan pendidikan) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit, serta secara simultan Literasi keuangan dan faktor demografi (usia, jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit nasabah Bess Finance Palembang</p>	<p>- Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan Variabel keputusan pengambilan kredit - Perbedaanya terletak pada Objek penelitian, Variable literasi keuangan, variabel faktor demografi</p>

4.	I Kadek Astrawan, I Ketut Suamba, I Dewa Gede Raka Sarjana dalam Jurnal Agribisnis dan Agrowisata ISSN: 2685-3809 Vol. 9, No. 1, Januari (2020) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit di LPD Desa Adat Pujungan, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan	Tingkat suku bunga (X1) berpengaruh nyata terhadap keputusan debitur dalam pengambilan kredit., kualitas pelayanan (X2) berpengaruh nyata terhadap keputusan debitur dalam pengambilan kredit., dan prosedur penyaluran kredit (X3) berpengaruh nyata terhadap keputusan debitur dalam pengambilan kredit. Rata – rata kesesuaian pemanfaatan kredit oleh debitur di alokasikan ke kredit produktif.	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan Variabel keputusan pengambilan kredit - Perbedaan terletak pada Objek Penelitian, Variabel yang didapat seperti tingkat suku bunga, variabel kualitas pelayanan, variabel prosedur penyaluran kredit
----	---	--	---



<p>5.</p>	<p>Dwi Rahmadhani dan Eka Indriyani MS pada tahun 2022 dalam jurnal SSBM Vol.3 No.2, (Februari) 2022: 46-55.</p> <p>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit di Masa Pandemi Covid-19</p>	<p>Hasil penelitiannya adalah Secara parsial ketiga variabel yaitu tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk mengambil kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu. Secara bersama-sama (simultan) tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan Variabel keputusan pengambilan kredit - Perbedaan terletak pada Objek Penelitian, Variabel yang didapat seperti tingkat suku bunga, variabel pendapatan, variabel kualitas pelayanan
<p>6.</p>	<p>Silvia Anggraeni, Nurdin dalam Prosiding Manajemen ISSN: 2460-6545 Volume 5, No. 1, (2019) Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada Bank Mandiri KCP Kantor Unit Jamika Kota Bandung”</p>	<p>Literasi keuangan berada posisi angka 76,79% dengan kategori baik, faktor demografi berada pada posisi 62,32% dengan kategori cukup baik. Berdasarkan koefisien determinasi terdapat pengaruh sebesar 32,61% dan sisanya 67,39% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor internal yaitu gaya hidup dan psikologis serta faktor eksternal seperti pengaruh keluarga dan rekan kerja.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan Variabel keputusan pengambilan kredit - Perbedaan terletak pada Objek penelitian, Variabel literasi keuangan, variabel faktor demografi

7.	Handra Tipa, Mortigor Afrizal Purba dalam Jurnal Akuntansi Barelang Vol.3 No. 1 (2018) Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit oleh Pelaku Usaha Property di Kota Batam	Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa Suku bunga dan Jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit oleh pelaku usaha properti di kota Batam. Serta nominal kredit, pelayanan bank secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit. Dan secara simultan suku bunga, jaminan, nominal kredit, dan pelayanan bank berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit.	- Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan Variabel keputusan pengambilan kredit - Perbedaan terletak pada Objek penelitian, Variabel suku bunga, Variabel jaminan, Variabel nominal, Variabel pelayanan
----	--	--	--

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Pernyataan tersebut merupakan jawaban sementara yang didasarkan kepada teori, belum kepada fakta empiris yang didapat dari pengumpulan data. Berikut merupakan hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

1. Terdapat pengaruh Hedonisme terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (H1)

Teori Maslow menuturkan bahwasannya orang bertekad mencukupi keperluan terendahnya terlebih dahulu sebelum menuntaskan keperluan tambahan. Seseorang yang sudah dapat mencukupi keperluan wajibnya, maka keperluan lain yang lebih mewah bisa tumbuh, begitu selanjutnya. Dalam penelitian oleh Rangga Adi Caksana, Dwi Wulandari pada tahun

2021 Sifat materialisme berpengaruh signifikan baik secara parsial atau simultan terhadap keputusan pengambilan kredit konsumtif.

Oleh karena itu, hipotesisnya yaitu:

H1 = Hedonisme berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Banyumas

2. Terdapat pengaruh *Self Efficacy* terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (H2)

Self-efficacy menggambarkan keyakinan dalam diri seseorang berdasarkan dari pengalaman, serta akan membentuk pola perilaku yang konsisten. Dapat dikatakan bahwa keterlibatan individu dalam perilaku keuangan mencerminkan seberapa baik mereka mengelola keuangan pribadi mereka, bertanggung jawab secara finansial dan berpikiran untuk masa yang akan datang. Dalam penelitian oleh Rusdi R dan Ilsa Agustina (2021) menyatakan *self efficacy* berpengaruh positif terhadap perilaku kredit Civitas Akademika UIN Alauddin Makassar.

Oleh karena itu, hipotesisnya yaitu:

H2 = *Self Efficacy* berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Banyumas

3. Terdapat pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (H3)

Hedonisme dapat menimbulkan sifat ingin memiliki barang konsumtif dan memberikan dorongan untuk segera memenuhi keinginannya dan mengurangi kemampuan untuk membatasi keinginan dan berlanjut sampai menimbulkan perasaan kurang puas dalam dirinya. Hedonisme menimbulkan sifat materialism yang nantinya akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan keuangan. Perilaku materialisme menimbulkan berbagai masalah emosional maupun masalah keuangan. Karena seseorang akan cenderung ingin membeli yang nantinya akan membebani diri mereka dengan hutang yang membuat keuangan menjadi bermasalah. Jika keinginan untuk memiliki barang tidak bias ditolak maka menyebabkan individu dengan materialisme tinggi mengambil kredit untuk

memenuhi kepuasan (Rangga Adi Caksana, 2021). Sedangkan *self efficacy* merupakan keyakinan yang dapat memandu seseorang untuk bertindak dan melakukan perubahan perilaku keuangan kearah yang lebih baik. Salah satu sumber *self efficacy* yang dapat mempengaruhi *financial self efficacy* adalah pengalaman menguasai suatu kompetensi (*enactive mastery experiences*). Seseorang yang memiliki penguasaan kompetensi tertentu, dapat membuat orang tersebut meraih kesuksesannya. Dengan kesuksesan tersebut, akan membantu meningkatkan *self efficacy* seseorang (NyomanTrisna Herawati, 2018).

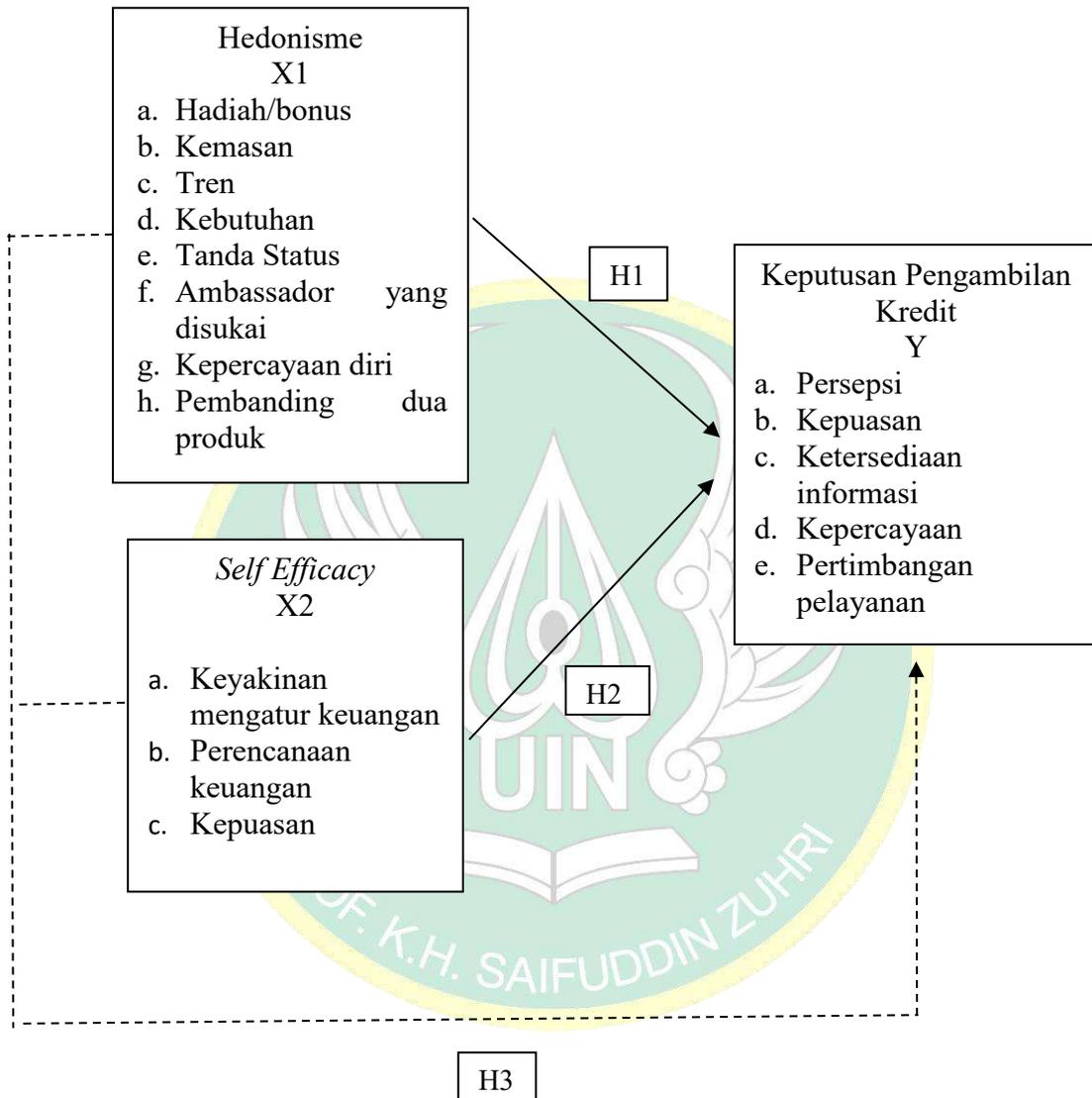
Oleh karena itu, hipotesisnya yaitu:

H3 = Hedonisme dan *Self Efficacy* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Banyumas



E. Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir



Keterangan:

—————▶ = parsial

- - - - -▶ = simultan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan pengalaman empiris dengan mengumpulkan data berbentuk angka yang bisa dihitung. Penelitian kuantitatif juga diartikan sebagai penelitian yang didasari pada asumsi, selain menentukan variabel dan melakukan analisis menggunakan metode penelitian valid. Karena metode yang menggunakan data berupa angka-angka yang nantinya akan di analisis menggunakan statistik. Metode ini dilakukan pada populasi dan sampel tertentu yang bersifat representatif, yang bertujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2017).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Kabupaten Banyumas. Penelitian ini akan dilaksanakan selama bulan September 2022- Januari 2023.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa populasi merupakan cakupan wilayah dimana didalamnya terdapat objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang akan dikaji oleh peneliti serta diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah masyarakat Kabupaten Banyumas.

2. Sampel

Bagian dari keseluruhan dan karakteristik dari suatu populasi dinamakan sampel. Kesimpulan akan diperoleh dari apa yang didapat dari sampel. Maka dari itu, sampel harus mewakili dari keseluruhan populasi. Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling* untuk penentuan dengan pertimbangan masyarakat yang sudah pernah kredit dan memiliki pendapatan. Karena jumlah responden melakukan kredit di Kabupaten Banyumas tidak diketahui dengan pasti sehingga

menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dengan menggunakan rumus Wibisono untuk populasi tidak diketahui (Ruhamak, 2018) dengan perhitungan sebagai berikut:

Gambar 3.1

Rumus Sampel Wibisono

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$
$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$
$$= 96,04$$

Sumber : Ruhamak, 2018

Sehingga berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 atau setidaknya peneliti harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya 100 orang. Dikarenakan saat pengambilan sampel melalui google form, peneliti mendapatkan responden sebanyak 102 orang, maka peneliti menggunakan 102 orang tersebut sebagai sampel dalam penelitian ini.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti akan menentukan topik yang didalamnya terdapat karakteristik, jumlah, kualitas atau segala sesuatu yang akan diproses sesuai dengan topik penelitian yang nantinya akan dipelajari sehingga diperoleh informasi untuk ditarik kesimpulannya disebut variabel.

Penelitian ini memiliki variabel antara lain:

1. Variabel Independen atau variabel bebas di dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjadi penyebab perubahannya atau yang mempengaruhi variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel hedonisme dan variabel *self-efficacy*.

X1 : Hedonisme

X2 : *Self Efficacy*

2. Variabel Dependen atau variabel bebas di dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang disebabkan karena adanya pengaruh atau yang timbul karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah variabel keputusan pengambilan kredit.

Y: Keputusan Pengambilan Kredit

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
<i>Self Efficacy</i>	a. Keyakinan mengatur keuangan b. Perencanaan keuangan c. Kepuasan Teori Bandura, 1997:42-43) (Yuzrizal Aminullah, 2022)	Likert 1-5
Hedonisme	a. Hadiah/bonus b. Kemasan c. Tren d. Kebutuhan e. Tanda Status f. Ambassador yang disukai g. Kepercayaan diri h. Perbandingan dua produk Teori Sumartono (2012) (Putri, 2022)	Likert 1-5
Keputusan Pengambilan Kredit	a. Persepsi b. Kepuasan c. Ketersediaan informasi d. Kepercayaan e. Pertimbangan pelayanan Teori Phillip Kotler (2008) (Caksana, 2021)	Likert 1-5

E. Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan sebagai berikut:

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Responden akan diberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis yang akan dijawab. Pertanyaan yang diberikan ada dua yaitu pertanyaan terbuka dan tertutup. Dimana nanti jawaban dari responden akan diolah dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menyebarkan kuesioner dengan menggunakan google form, yaitu perangkat yang berisi kuesioner dengan menyebarkan secara *online*. Teknik ini merupakan teknik yang mudah karena lebih efisien, apabila peneliti sudah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden.

b. Dokumentasi

Melihat catatan kepustakaan atau dokumen yang merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Contoh catatan kepustakaan ini dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya seseorang. Pengambilan catatan kepustakaan ini digunakan peneliti sebagai landasan teori serta penambah wawasan dalam penelitian. (Sugiyono, 2017).

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sumadi Suryabrata pengujian validitas dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana instrumen itu dapat diukur. Suatu instrumen dapat dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut. Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah jawaban kuisisioner dan responden benar-benar sesuai digunakan dalam penelitian ini atau tidak (Suryabrata, 2016). Uji validitas adalah membandingkan revisi nilai item-korelasi total dengan menghitung r hitung masing-masing item dalam r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merujuk kepada konsistensi instrumen jika instrumen tersebut digunakan oleh orang atau kelompok orang yang sama apabila digunakan di waktu yang sama ataupun berbeda. Dilihat apabila hasilnya konsisten maka instrumen tersebut dapat dipercaya ataupun dapat

diandalkan. Jika penelitian berulang dilakukan pada dimensi waktu yang berbeda, ketika nilai alpha (α) 0,6 akan mencapai kesimpulan yang sama, maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Namun, ketika alpha (α) 0,6 dianggap kemampuan yang buruk, ketika variabel penelitian diperiksa kembali dan diperoleh kesimpulan yang berbeda.

F. Teknik Analisis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Apabila variabel dalam penelitian tidak hanya satu variabel bebas tetapi dipengaruhi oleh variabel lain dalam arti lain apabila variabel bebasnya lebih dari satu maka menggunakan analisis regresi linear berganda (Suliyanto, 2011). Persamaanya dapat ditulis sebagai berikut :

Gambar 3.2
Persamaan Regresi Linear Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel tergantung (Nilai yang diproyeksikan)

a = Intercept (Konstanta)

b_1 = Koefisien regresi untuk X_1

b_2 = Koefisien regresi untuk X_2

b_n = Koefisien regresi untuk X_n

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

X_n = Variabel bebas ke-n

ε = Nilai residu

Sumber: Suliyanto, 2011

2. Uji Asumsi Klasik

Uji ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel independen dengan variabel dependen dalam model regresi terdapat hubungan yang valid atau tidak.

a. Uji Normalitas

Dalam model regresi antara variabel dependen dengan variabel independen perlu diketahui apakah berdistribusi normal harus melalui uji normalitas. Apabila distribusi data menunjukkan normal atau mendekati normal maka model regresi ini akan dinyatakan baik. Uji ini dilakukan dengan model grafik dengan mendeteksi kenormalan dari melihat distribusi data pada sumbu diagonal grafik atau melihat histogram dari residual.

- 1) Apabila data yang terdistribusi disekitar diagonal dan mengikuti diagonal menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi oleh pola distribusi normal regresi.
- 2) Apabila data menjauhi dari garis diagonal atau tidak menyebar sepanjang garis diagonal, menunjukkan bahwa pola distribusi tidak normal, dan asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Selain menggunakan metode grafik, penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov yang merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau nilai $Sig. > 0,05$ (Suliyanto, 2011).

b. Uji Multikolinearitas

Di dalam model regresi perlu diuji apakah antara variabel bebas terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna, uji ini menggunakan uji multikolinearitas. Gejala multikolinearitas terjadi apabila dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas. Pada penelitian ini menggunakan uji multikolinearitas dengan TOL (Tolerance) dan VIF (Variance Inflation Factor). metode ini dengan melihat nilai TOL dan VIF dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, dan nilai TOL $> 0,100$ maka model tidak terdapat gejala multikolinearitas (Suliyanto, 2011).

c. Uji Heterokedastisitas

Apabila varians tidak konstan atau berubah ketika faktor gangguan tidak memiliki varians yang sama maka heterokedastisitas akan terjadi. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis grafik dengan melihat *scatterplot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai *Predicted Standardized* sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai *Residual Studentized*. Jika *scatterplot* menyebar secara acak disekitar garis maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Selain menggunakan metode grafik, penelitian ini juga menggunakan metode Gejser dimana metode ini dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ (Suliyanto, 2011).

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji t dilakukan untuk melihat sejauh mana satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Variabel dikatakan berpengaruh signifikan apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai signifikan < 0,05. Pengujian menggunakan uji f akan dilihat sejauh mana hubungan seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Signifikan kurang dari 5% berarti secara bersama-sama variabel dependen mempunyai pengaruh terhadap variabel independen (Suliyanto, 2011).

Cilongok memiliki penduduk terbanyak yaitu 124.680 (7,02%), sedangkan Purwojati memiliki penduduk paling sedikit yaitu 36.980 (2,08%). Sekitar 1,23 juta orang, atau sekitar 68,57 persen dari seluruh penduduk, termasuk dalam rentang usia produktif antara lima belas hingga enam puluh lima tahun. Sisanya yang merupakan usia tidak produktif yaitu sebanyak 551.670 jiwa atau sebesar 31,05% dari jumlah populasi. Rinciannya, sebanyak 398 ribu jiwa (22,4%) merupakan usia belum produktif (usia 0-14 tahun) dan 153,67 jiwa (8,64%) adalah usia sudah tidak produktif (usia 65 tahun ke atas).

Pada tahun 2020, jumlah orang yang bekerja di Banyumas diproyeksikan mencapai 877.500 orang, menurut data Sakernas. Banyumas memiliki tingkat partisipasi angkatan kerja sebesar 66,66 %. Sedangkan tingkat pengangguran terbuka di Banyumas sebesar 6,00 %. Jumlah penduduk yang bekerja pada Agustus 2020 sebesar 824.800 orang. Proporsi terbesar pekerja pada Agustus 2020 masih didominasi oleh buruh/karyawan/pegawai sebesar 29,32 % atau 241.890 orang. Sementara proporsi terkecil pekerja adalah pekerja berusaha dibantu buruh tetap/ buruh dibayar hanya sebesar 3,36 % atau 27.720 orang (BPS, 2021).

B. Karakteristik Responden

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 102 masyarakat Banyumas yang tersebar dari berbagai kecamatan yang ada di Kabupaten Banyumas seperti: Baturaden, Sumbang, Kedungbanteng, Kembaran, Purwokerto Utara, Purwokerto Timur, Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, Karanglewas, Cilongok, Ajibarang, Wangon, Patikraja, Rawalo, Kebasen. Adapun kriteria responden dapat dijelaskan dalam berbagai karakteristik seperti: berdasarkan Usia, Pendapatan Perbulan, Pekerjaan. Adapun hasil analisis deskriptif karakteristik responden sebagai berikut:

1. Responden berdasarkan Usia

Setelah mengolah kuesioner, peneliti menemukan informasi pada responden, yang dikelompokkan berdasarkan kelompok usia sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
19-30	39	38,23 %
31-40	19	18,62 %
41-50	30	29,41 %
51-65	14	13,75 %
Jumlah	102	100 %

Sumber: Output Kuesioner

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden adalah sebanyak 102 orang. Usia 19-30 tahun sebanyak 39 orang dengan persentase 38,23%, usia 31-40 tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 18,62%, usia 41-50 tahun sebanyak 30 orang dengan persentase 29,41%, dan responden dengan usia 51-65 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 13,75%.

2. Responden Berdasarkan Pendapatan

Hasil responden setelah mengolah kuesioner, peneliti menemukan informasi pada responden, yang dikelompokkan berdasarkan pendapatan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
<1.000.000	17	16,7%
1.000.000-3.000.000	65	63,7%
3.000.000-5.000.000	11	10,8%
5.000.000-7.000.000	5	4,9%
>7.000.000	4	3,9%
Jumlah	102	100%

Sumber: Output Kuesioner

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatannya dengan pendapatan dibawah 1.000.000 sebanyak 17 orang dengan persentase 16,7%, responden dengan pendapatan 1.000.000-3.000.000 sebanyak 65 orang dengan persentase 63,7%, responden dengan pendapatan 3.000.000-5.000.000 sebanyak 11 orang dengan persentase 10,8%, responden dengan pendapatan 5.000.000-7.000.000 sebanyak 5 orang dengan persentase 4,9%, dan responden dengan pendapatan lebih dari 7.000.000 sebanyak 4 orang dengan persentase 3,9%.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil responden setelah mengolah kuesioner, peneliti menemukan informasi pada responden, yang dikelompokkan berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Wirausaha	31	30,39%
Swasta	28	27,45%
PNS	9	8,82%
Lain-lain	34	33,33%
Jumlah	102	100%

Sumber: Output Kuesioner

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar 30,39%, responden dengan pekerjaan swasta sebanyak 28 orang dengan persentase sebesar 27,45%, responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebaak 9 orang dengan persentase sebesar 8,82%, dan sebanyak 34 orang responden lainnya dengan pekerjaan seperti : Asisten Rumah Tangga, *Freelancer*, *Part Time*, Guru Honorar, dan lainnya.

C. Hasil dan Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sumadi Suryabrata pengujian validitas dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana instrumen itu dapat diukur. Suatu instrumen dapat dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut. Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah jawaban kuisioner dan responden benar-benar sesuai digunakan dalam penelitian ini atau tidak (Suryabrata, 2016). Uji validitas adalah membandingkan revisi nilai item-korelasi total dengan menghitung r hitung masing-masing item dalam r tabel. Nilai r tabel dicari menggunakan rumus $df = n-2$. Penelitian ini menggunakan 102 responden, jadi $102-2=100$, nilai r tabelnya adaah 0,195.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Hedonisme	X1.1	0,692	0,195	Valid
	X1.2	0,678	0,195	Valid
	X1.3	0,711	0,195	Valid
	X1.4	0,779	0,195	Valid
	X1.5	0,628	0,195	Valid
	X1.6	0,607	0,195	Valid
	X1.7	0,686	0,195	Valid
	X1.8	0,733	0,195	Valid
<i>Self Efficacy</i>	X2.1	0,623	0,195	Valid
	X2.2	0,655	0,195	Valid
	X2.3	0,365	0,195	Valid
	X2.4	0,578	0,195	Valid
	X2.5	0,581	0,195	Valid
Keputusan Pengambilan Kredit	Y.1	0,765	0,195	Valid
	Y.2	0,617	0,195	Valid
	Y.3	0,845	0,195	Valid
	Y.4	0,793	0,195	Valid

	Y.5	0,814	0,195	Valid
--	-----	-------	-------	-------

Sumber: Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas seluruh variabel Hedonisme, *Self Efficacy*, dan Keputusan Pengambilan Kredit menunjukkan bahwa data yang diperoleh valid dan seluruh item pertanyaan dapat diandalkan. Hal ini terlihat dari r hitung yang lebih besar dari r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang andal adalah instrumen yang menghasilkan hasil yang sama baik digunakan oleh individu yang sama atau kelompok orang yang sama pada berbagai kesempatan. Jika pengukuran dapat diulang, ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut akurat. Maka perlu melakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi instrumen. Dilihat apabila hasilnya konsisten maka instrumen tersebut dapat dipercaya ataupun dapat diandalkan. Jika penelitian berulang dilakukan pada dimensi waktu yang berbeda, ketika nilai alpha (α) 0,60 akan mencapai kesimpulan yang sama, maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Namun, ketika alpha (α) 0,60 dianggap kemampuan yang buruk, ketika variabel penelitian diperiksa kembali dan diperoleh kesimpulan yang berbeda.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.829	18

Sumber: SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.5 didapatkan bahwa hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* diperoleh nilai 0,829 lebih

besar dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel dan kuesioner dalam penelitian dapat diandalkan.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara dua variabel untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen (Suliyanto, 2011). Variabel dikatakan berpengaruh signifikan apabila t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikan $<$ 0,05. Hasil uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji T

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	3.959	2.081		1.903	.060
	<i>Hedonisme</i>	.168	.059	.242	2.863	.005
	<i>Self Efficacy</i>	.651	.119	.464	5.488	.000

a. *Dependent Variable: Keputusan Pengambilan*

Sumber: Data Output SPSS 25

Analisis Data : Berdasarkan tabel 4.6 Variabel Hedonisme memiliki nilai t hitung sebesar 2,863 lebih besar dari t tabel yaitu 1,664 dan nilai signifikan 0,005 yang kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Variabel *Self Efficacy* memiliki nilai t hitung sebesar 5,488 lebih besar dari t tabel yaitu 1,664 dan nilai signifikan 0,000 yang kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit.

b. Uji simultan (Uji F)

Pengujian menggunakan uji f akan dilihat sejauh mana hubungan seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Suliyanto, 2011). Signifikan kurang dari 0,05 berarti secara bersama-sama variabel dependen mempunyai pengaruh terhadap variabel independen. Hasil uji f dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Simultan (Uji F)

<i>ANOVA^a</i>						
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	261.341	2	130.670	22.280	.000 ^b
	Residual	580.620	99	5.865		
	Total	841.961	101			
a. <i>Dependent Variable: Keputusan Pengambilan</i>						
b. <i>Predictors: (Constant), Self Efficacy, Hedonisme</i>						

Sumber: Data Output SPSS 25

Analisis Data: Berdasarkan tabel 4.7 Nilai f hitung adalah 22,280 dan nilai f tabel adalah 2,36. Maka nilai f hitung > f tabel dan nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 maka lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Variabel Hedonisme dan Variabel *Self Efficacy*) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Variabel Keputusan Pengambilan Kredit).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada persamaan regresi berganda, gunakan aplikasi SPSS 25 untuk melakukan uji statistik sebagai berikut :

a. Persamaan Regresi

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 3,959 + 0,168X_1 + 0,61X_2 + \varepsilon$$

Analisis: Berdasarkan tabel 4.6 pada *Unstandardized Coefficients* didapat bahwa Nilai Konstanta yang didapat sebesar 3,959 maka memiliki arti bahwa apabila Variabel Hedonisme dan *Self Efficacy* nilai konstantanya diasumsikan 0 maka nilai Keputusan Pengambilan Kredit adalah 3,959. Nilai Koefisien Regresi Variabel Hedonisme bernilai positif sebesar 0,168 yang memiliki arti bahwa apabila terdapat kenaikan 1% Variabel Hedonisme akan menyebabkan kenaikan pada Keputusan Pengambilan Kredit sebesar 0,168. Nilai Koefisien Regresi Variabel *Self Efficacy* bernilai positif sebesar 0,61 yang memiliki arti bahwa apabila terdapat kenaikan 1% Variabel *Self Efficacy* akan menyebabkan kenaikan pada Keputusan Pengambilan Kredit sebesar 0,61.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*R-square*) pada dasarnya mengukur kemampuan model untuk menampilkan dan menjelaskan berbagai perubahan variabel dependen. Koefisien Determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.557 ^a	.310	.296	2.422
a. Predictors: (Constant), <i>Self Efficacy</i> , Hedonisme				

Sumber: Data Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai R² (R-squared) adalah 0,310. Hal ini menjelaskan sebesar 31% bahwa Keputusan

Pengambilan Kredit dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu *Self Efficacy* dan Hedonisme. Sedangkan sebesar 69% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel independen dengan variabel dependen dalam model regresi terdapat hubungan yang valid atau tidak.

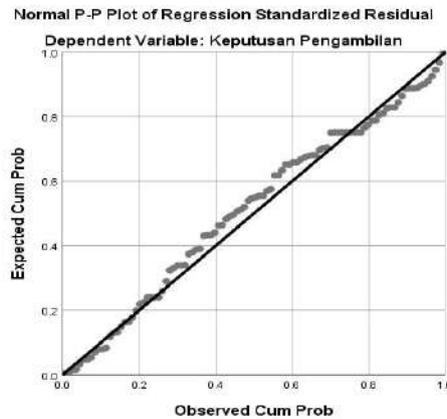
a. Uji Normalitas

Dalam model regresi antara variabel dependen dengan variabel independen perlu diketahui apakah berdistribusi normal harus melalui uji normalitas. Apabila distribusi data menunjukkan normal atau mendekati normal maka model regresi ini akan dinyatakan baik. Uji ini dilakukan dengan model grafis dengan mendeteksi kenormalan dari melihat distribusi data pada sumbu diagonal grafik atau melihat histogram dari residual.

- 1) Apabila data yang terdistribusi disekitar diagonal dan mengikuti diagonal menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi oleh pola distribusi normal regresi.
- 2) Apabila data menjauhi dari garis diagonal atau tidak menyebar sepanjang garis diagonal, menunjukkan bahwa pola distribusi tidak normal, dan asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Selain menggunakan metode grafik, penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov yang merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau nilai $Sig. > 0,05$ (Suliyanto, 2011).

Grafik 4.1
Hasil Uji Normalitas P-P Plot



Sumber: Data Output SPSS 25

Berdasarkan garfik 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa normal Probability Plot menunjukkan data yang terdistribusi di sekitar diagonal untuk menyimpulkan bahwa data yang diuji telah terdistribusi secara normal.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
<i>Unstandardized Residual</i>		
<i>N</i>		102
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.39764710
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.074
	<i>Positive</i>	.048
	<i>Negative</i>	-.074
<i>Test Statistic</i>		.074
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.197 ^c
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		

Sumber: Data Output SPSS 25

Kriteria : Jika nilai Asymp. Sig.(2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Analisis Data : Berdasarkan tabel 4.9 nilai yang didapat adalah 0,197 (>0,05) maka berkesimpulan data berdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Di dalam model regresi perlu diuji apakah antara variabel bebas terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna, uji ini menggunakan uji multikolinearitas. Gejala multikolinearitas terjadi apabila dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas. Pada penelitian ini menggunakan uji multikolinearitas dengan TOL (Tolerance) dan VIF (Variance Inflation Factor). metode ini dengan melihat nilai TOL dan VIF dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, dan nilai TOL > 0,100 maka model tidak terdapat gejala multikolinearitas (Suliyanto, 2011).

Tabel 4.10
Hasil Uji Mutikolinearitas

<i>Coefficients^a</i>								
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>(Constant)</i>	3.959	2.081		1.903	.060		
	<i>Hedonisme</i>	.168	.059	.242	2.863	.005	.974	1.027
	<i>Self Efficacy</i>	.651	.119	.464	5.488	.000	.974	1.027
a. <i>Dependent Variable: Keputusan Pengambilan</i>								

Sumber: Data Output SPSS 25

Analisis Data : Berdasarkan tabel 4.10 didapatkan bahwa Variabel Independen memiliki nilai Tolerance lebih dari (>0,100) dan

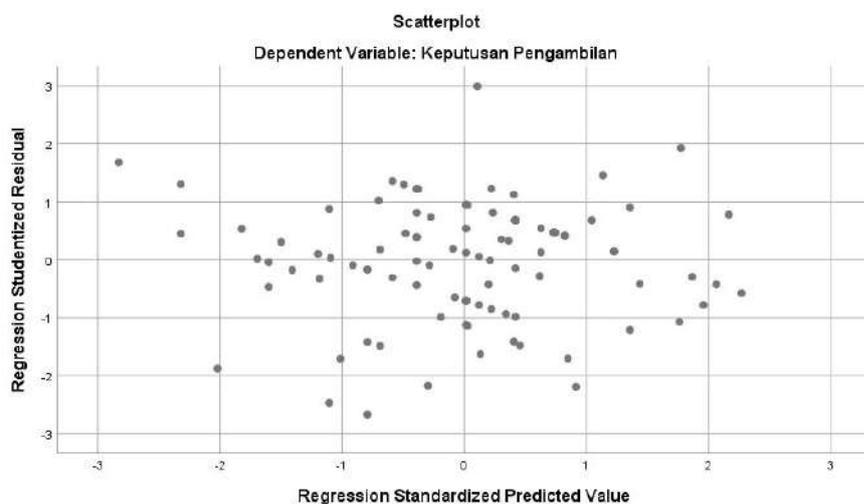
VIF kurang dari ($<10,00$) maka berkesimpulan tidak terjadi gejala multikolinearitas atau asumsi multikolinearitas terpenuhi.

c. Uji Heterokedastisitas

Apabila varians tidak konstan atau berubah ketika faktor gangguan tidak memiliki varians yang sama maka heterokedastisitas akan terjadi. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis grafik dengan melihat *scatterplot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai *Predicted Standardized* sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai *Residual Studentized*. Jika *scatterplot* menyebar secara acak disekitar garis maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Selain menggunakan metode grafik, penelitian ini juga menggunakan metode Gejser dimana metode ini dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($\text{Sig.} > 0,05$), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heterokedastisitas atau dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ (Suliyanto, 2011).

Grafik 4.2

Uji Heterokedastisitas (Scatterplot)



Sumber: Data Output SPSS 25

Analisis Data : Berdasarkan grafik 4.2 didapatkan bahwa tidak ada pola yang jelas dan sebaran data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0 maka berkesimpulan data tidak ada gejala Heteroskedastisitas atau Asumsi Uji Heterosedastisitas sudah terpenuhi.

Tabel 4.11
Uji Heteroskedastisitas (Gejser)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	2.254	1.265		1.781	.078
	<i>Hedonisme</i>	-.014	.036	-.040	-.396	.693
	<i>Self Efficacy</i>	-.007	.072	-.010	-.097	.923

a. *Dependent Variable: ABS_RES*

Sumber: Output Data SPSS 25

Kriteria : Jika Nilai Signifikansi lebih besar dari 0,05 maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Analisis Data : Berdasarkan tabel 4.11 didapatkan bahwa Variabel Hedonisme memiliki nilai signifikansi sebesar 0,693 (>0,05). Variabel *Self Efficacy* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,923 (>0,05). maka variabel independen yang digunakan memiliki nilai lebih besar.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang didapat peneliti, bahwa dari 102 responden yang pernah melakukan kredit bahwa sebanyak 28 orang atau sekitar 27,5% pernah melakukan kredit sebanyak 1 kali, 69 orang atau sekitar 67,6% pernah melakukan kredit sebanyak 2-5 kali, dan 5 orang atau sekitar 4,9% pernah melakukan kredit sebanyak 5-10 kali. Jenis kredit yang pernah dilakukan oleh 102 responden terbagi atas jenis kredit konsumsi dan kredit produksi. Dimana

kredit konsumsi merupakan kredit untuk kepentingan konsumsi pribadi seperti pembelian elektronik, pembelian rumah pribadi, pembelian kendaraan pribadi, pembelian perabot rumah tangga, dan lain-lain. Sedangkan kredit produksi adalah kredit untuk kepentingan usaha. Sebanyak 83 orang atau sekitar 81,4% pernah melakukan kredit konsumsi, dan sisanya sebanyak 19 orang atau sekitar 18,6% pernah melakukan kredit produksi. Melakukan kredit bisa kepada lembaga keuangan Bank maupun non Bank. Dalam penelitian ini sebanyak 41 orang atau sekitar 40,19% melakukan kredit di Bank, sebanyak 43 orang atau sekitar 42,15% melakukan kredit di lembaga keuangan non Bank, dan sebanyak 18 orang atau sekitar 17,64% melakukan di Bank dan Non Bank.

Berdasarkan hasil analisis data di atas, pembahasan akan menampilkan beberapa informasi rinci tentang hasil penelitian dan pengaruh variabel dalam penelitian. Variabel dalam penelitian ini adalah Hedonisme dan *Self Efficacy* sebagai variabel independen, dan Keputusan Pengambilan Kredit sebagai variabel dependen. Berikut merupakan pembahasan mengenai pengaruh variabel dalam penelitian:

1. Pengaruh Hedonisme terhadap Keputusan Pengambilan Kredit

Teori Maslow menuturkan bahwasannya orang bertekad mencukupi keperluan terendahnya terlebih dahulu sebelum menuntaskan keperluan tambahan. Seseorang yang sudah dapat mencukupi keperluan wajibnya, maka keperluan lain yang lebih mewah bisa tumbuh, begitu selanjutnya. Dalam mengambil keputusan saat hendak melakukan pembelian produk atau jasa seseorang akan dipengaruhi oleh motivasi sebagai dorongan yang timbul dalam diri seseorang. Tetapi jika motivasi ini berlebihan maka akan berpengaruh pada gaya hidupnya yang menjadi hedonis (Abadi, 2020).

Hasil penelitian terhadap Variabel Hedonisme memiliki nilai t hitung sebesar 2,863 lebih besar dari t tabel yaitu 1,664 dan nilai signifikan 0,005 yang kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Sejalan dengan penelitian oleh Rangga Adi Caksana, dan Dwi Wulandari

pada tahun 2021 , dimana hasil penelitiannya adalah sifat materialisme berpengaruh secara signifikan baik secara parsial atau simultan terhadap keputusan pengambilan kredit konsumtif. Sifat materialisme disini sama dengan sifat hedonisme.

Gaya hidup hedonisme merupakan hasil dari motivasi dalam mengekspresikan nilai konsumen. Dengan kata lain, masalah gaya hidup hedonis secara intrinsik terkait dengan kebiasaan konsumsi yang boros. Dimana kesenangan dan kepuasan diprioritaskan di atas segalanya dalam aktivitas, minat, dan pandangan seseorang sehari-hari sebagai tujuan utama dalam hidup (Suidarma, 2021).

2. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Keputusan Pengambilan Kredit

Self-efficacy merupakan penilaian diri seseorang apakah akan melakukan tindakan yang tepat atau salah, baik atau buruk, bisa atau tidak, dalam mengerjakan sesuatu ataupun menghadapi situasi tertentu. Berbeda dengan aspirasi (cita-cita), karena cita-cita menggambarkan suatu yang ideal yang seharusnya (dapat dicapai), sedang *self-efficacy* menggambarkan penilaian kemampuan diri. Ada beberapa elemen yang menyatakan *self-efficacy*. Elemen tersebut mencakup seberapa kuat seseorang terpengaruh oleh informasi yang diterimanya, apakah seseorang memiliki sikap yang optimis atau pesimis terhadap masa depannya ataupun berfikir dengan memperkuat diri atau melemahkan diri.

Self-efficacy menggambarkan keyakinan dalam diri seseorang berdasarkan dari pengalaman, serta akan membentuk pola perilaku yang konsisten. Seseorang dalam kehidupan sehari-hari harus membuat keputusan setiap saat mengenai apa yang akan dilakukan dan seberapa lama dilakukannya. Keputusan ini akan dipengaruhi *self-efficacy*. Apakah seseorang akan melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuannya, atau akan menghindari situasi yang dinilai di luar dari kemampuannya. Dapat dikatakan bahwa keterlibatan individu dalam perilaku keuangan mencerminkan seberapa baik mereka mengelola keuangan pribadi mereka,

bertanggung jawab secara finansial dan berpikiran untuk masa yang akan datang (Sari, 2021).

Hasil penelitian terhadap Variabel *Self Efficacy* memiliki nilai t hitung sebesar 5,488 lebih besar dari t tabel yaitu 1,664 dan nilai signifikan 0,000 yang kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Sejalan dengan penelitian oleh Rusdi R dan Ilsa Agustina (2021) yang hasil penelitiannya menyatakan *self efficacy* berpengaruh positif terhadap perilaku kredit Civitas Akademika UIN Alauddin Makassar. *Self-efficacy* secara teoritis mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, karena ketika seseorang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, ia akan berani memutuskan apakah akan melakukan kegiatan konsumsi kredit besar atau kecil sampai kegiatan transaksi kredit yang dilakukannya selesai (Syahna, 2021).

3. Pengaruh Hedonisme dan *Self Efficacy* terhadap Keputusan Pengambilan Kredit

Hedonisme dapat menimbulkan sifat ingin memiliki barang konsumtif dan memberikan dorongan untuk segera memenuhi keinginannya dan mengurangi kemampuan untuk membatasi keinginan dan berlanjut sampai menimbulkan perasaan kurang puas dalam dirinya. Hedonisme menimbulkan sifat materialism yang nantinya akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan keuangan. Perilaku materialisme menimbulkan berbagai masalah emosional maupun masalah keuangan. karena seseorang akan cenderung ingin membeli yang nantinya akan membebani diri mereka dengan hutang yang membuat keuangan menjadi bermasalah. Jika keinginan untuk memiliki barang tidak bias ditolak maka menyebabkan individu dengan materialisme tinggi mengambil kredit untuk memenuhi kepuasan (Caksana, 2021). Sedangkan *self efficacy* merupakan keyakinan yang dapat memandu seseorang untuk bertindak dan melakukan perubahan perilaku keuangan kearah yang lebih baik. Salah satu sumber *self efficacy* yang dapat mempengaruhi *financial self efficacy* adalah

pengalaman menguasai suatu kompetensi (*enactive mastery experiences*). Seseorang yang memiliki penguasaan kompetensi tertentu, dapat membuat orang tersebut meraih kesuksesannya. Dengan kesuksesan tersebut, akan membantu meningkatkan *self efficacy* seseorang (Herawati, 2018).

Hasil penelitian didapat Nilai f hitung adalah 22,280 dan nilai f tabel adalah 2,36. Maka nilai f hitung $>$ f tabel dan nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 maka lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Variabel Hedonisme dan Variabel *Self Efficacy*) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Variabel Keputusan Pengambilan Kredit).



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Hedonisme dan *Self Efficacy* terhadap variabel dependennya yaitu Keputusan Pengambilan Kredit dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Hedonisme memiliki nilai t hitung sebesar 2,863 lebih besar dari t tabel yaitu 1,664 dan nilai signifikan 0,005 yang kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit.
2. Variabel *Self Efficacy* memiliki nilai t hitung sebesar 5,488 lebih besar dari t tabel yaitu 1,664 dan nilai signifikan 0,000 yang kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit.
3. Hasil penelitian didapat Nilai f hitung adalah 22,280 dan nilai f tabel adalah 2,36. Maka nilai f hitung $>$ f tabel dan nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 maka lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Variabel Hedonisme dan Variabel *Self Efficacy*) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Variabel Keputusan Pengambilan Kredit).

B. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan memiliki keterbatasan dalam literatur, referensi, serta teori-teori yang mendukung. Maka dari itu melalui tahap analisis penelitian ini, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Kepada Masyarakat, penulis berharap agar masyarakat lebih mempertimbangkan kembali dalam pemilihan kredit yang sesuai dengan

kebutuhan dan kemampuan dalam membayarnya, jangan sampai lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan. Untuk masyarakat muslim hendaknya melakukan pemilihan kredit sesuai dengan transaksi yang diperbolehkan oleh syariat.

2. Untuk Fakultas, Penulis berharap agar menyediakan dan menambahkan literatur yang lebih memadai agar peneliti selanjutnya dapat memperoleh informasi dari literatur yang ada pada fakultas.
3. Untuk peneliti selanjutnya penulis menyarankan agar mengkaji lebih detail berkaitan dengan faktor *self efficacy* terhadap keputusan pengambilan kredit pembiayaan ditinjau dari segi pendapatan atau penaruh lain yang lebih beragam.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. 2019, Januari-Juni. Pinjaman Kredit Dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 40-52.
- Abadi, AFP., Utomo, SW., dan Yusdita, EE. 2020, Juli. Studi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264-274.
- Adhitya, W. R. 2019, Juli. Analisis Perilaku Nasabah dan Loyalitas Nasabah terhadap Pengambilan Keputusan Kredit di Koperasi Simpan Pinjam Baitul Maal Wattamwill(BMT) Medan Johor. *Accumulated Journal*, 1(2), 142-159.
- Ahmad. 2021. *Gramedia Blog*. Retrieved April 2022, from Gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/kebutuhan-manusia/>
- Aminullah, Y. dan Kustini, K. (2022). Kontribusi Self Efficacy dan Motivasi Kerja terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. BPR Bank Jombang (Perseroda). *Jurnal E-Bis (Ekonomi Bisnis)*, 6(1), 256-270. Retrieved Agustus 2022, from <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/index.php/E-Bis>
- Andriani, TY., Cholid, I., dan Kardinal. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Kasus Nasabah Bess Finance Palembang). *IJCCS*.
- Anggraeni, S. dan Nurdin. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada Bank Mandiri KCP Kantor Unit Jamika Kota Bandung. *Prosiding Manajemen*, 5(1), 212-218.
- Astrawan, I. K., Suamba, IK., dan Sarjana, IDGR. 2020, Januari. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit di LPD Desa Adat Pujungan, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 9(1), 20-28.
- Banyumas, BPS. 2021, Maret. BPS Kabupaten Banyumas. Retrieved Agustus 2022, from [banyumaskab.bps.go.id:](https://banyumaskab.bps.go.id/) <https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2021/03/06/304/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-banyumas-2020.html>
- Banyumas, B. K. (2021). *Kabupaten Banyumas dalam Angka: Banyumas Regency in Figures 2021*. (B. K. Banyumas, Ed.) Banyumas: BPS Kabupaten Banyumas.

- Caksana, RA. dan Wulandari, D. 2021. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Konsumtif pada Aparatur Sipil Negara Kecamatan Lumajang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, 1, 889-905.
- Celinediora, M. 2020. "Analisis Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumsi (*Impulse Buying*) Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan 2016)". *Skripsi*. Lampung. UIN Raden Intan Lampung
- Elkan, M. 2015. *Tafsir Ibnu Katsir*. Retrieved Juni 20, 2022, from <http://www.ibnukatsironline.com/2015/04/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-148.html?m=1>
- Ferrinadewi, E. 2016, Agustus. Pengaruh Nilai-nilai dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek di Surabaya (Studu pada Pembelian Barang Mewah). *e-Jurnal Manajemen Kinerja*, 2(2).
- Hadi, A. 2021, September. *Tirto*. Retrieved Januari Selasa, 2022, from [tirto.id: https://tirto.id/teori-kebutuhan-maslow-pengertian-dan-contohnya-gjrV](https://tirto.id/teori-kebutuhan-maslow-pengertian-dan-contohnya-gjrV)
- Herdiansyah, H. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Herawati, NT. dkk. 2018, November. Pengaruh Kualitas Pembelajaran Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Financial Self Efficacy Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Keuangan*, 2(2), 115-128.
- Heriyanto, DV. dan Leon, FM. 2022. Analisis Literasi Keuangan Efikasi Diri, dan Perilaku Kredit Berisiko pada Mahasiswa di DKI Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13202-13216.
- Ibrahim, J. 2004. *Mengupas Tuntas Kredit Komersial dan Konsumtif Dalam Perjanjian Kredit Bank (Perspektif Hukum dan Ekonomi)*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Kusnandar, V. B. 2021, September. *databoks*. Retrieved Agustus 2022, from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/20/jumlah-penduduk-kabupaten-banyumas-178-juta-jiwa-pada-2020](https://databoks.katadata.co.id)

- Muhammad, N. A. 2018, Februari. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Ilmiah Semarang*, 1(1), 107-115.
- Mulfachrizta, N. B. 2021, Juni. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit Bank BRI dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 70-79. Retrieved Agustus 2022
- Mutia, A. 2022. "BI: Penyaluran Kredit Baru Perbankan Terindikasi Meningkat pada November 2022" diakses pada tanggal 17 Januari 2022 pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/20/bi-penyalaran-kredit-baru-perbankan-terindikasi-meningkat-pada-november-2022> pukul 10.37
- OJK, 2022. "Statistik Perbankan Indonesia - Agustus 2022" diakses pada tanggal 18 Januari 2022 pada <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---Agustus-2022.aspx> pukul 17.06
- Pearce , J. A., & Robinson, R. B. 2013. *Strategi Management Formulation, Implementation, and control* (12 ed.). Jakarta Selatan: McGraw-Hill Education (Asia) and Salemba Empat.
- Purba, H. T. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit oleh Pelaku Usaha Propeerty di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(1), 49-56.
- Putri, E., Pramudita, AE., dan Akbar, AM. 2022. Financial Behavior dan E-Money pada Perilaku Hedonisme di Era Pandemi Covid-19. *Equilibrium*, 11(1), 66-72.
- Rahayuningsih, D. R. 2018, September. Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Untag Surabaya*, 3(2), 121-134. Retrieved from jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17
- Rahmadhani, D. dan Indriyani, E. 2022, Februari. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit di Masa Pandemi Covid-19. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(1), 46-55. Retrieved from <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm>
- Raprayogha, R. dan Agustina, I. 2021, September. Pengaruh Financial Literacy dan Self Efficacy. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 2(3), 17-26

- Ruhamak, MD. dan Sya'idah, EH. 2018. Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Jurnal EkoNika*. P-ISSN.2502-9304, 3(2), 118-135.
- Sari, EYN. dan Anam, AK. 2021, Mei. Sikap Keuangan, Kontrol Perilaku, Efikasi Diri dan Perilaku Keuangan. *Organum: Jurnal Sainifik Manajemen dan Akuntansi*, 04(01), 28-39.
- Sari, F. K. dan Aisyah, MN. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan prosedur Kredit Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Dengan Reference Group Sebagai Variabel Moderating Pada Badan Kredit Desa (BKD) Gombang. *Jurnal Profita*, 7, 1-12.
- Setianingsih, ES. 2018. Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. Semarang. *Jurnal MALIH PEDDAS*, 8(2), 2088-5792.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuanitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suidarma, IM. dkk. 2021. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Pengetahuan Keuangan, dan Penggunaan Do-Pay Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Widayacakra*, 2(2), 14-30.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan-Teori dan Aplikasi dengan Spss*. Yogyakarta: CV.Andi.
- Sumartono. 2022."OJK Purwokerto: Sektor Jasa Keuangan di Banyumas Raya Stabil," diakses pada 10 Desember 2022 dari <https://www.antaraneews.com/berita/3295055/ojk-purwokerto-sektor-jasa-keuangan-di-banyumas-raya-stabil> pukul 20.25
- Suryabrata, S. 2016. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Susetyo, A. 2011, Desember. Anaisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit fi KSP Anugerah Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis*, 10, 1-23.
- Syahna, I. A. 2021. Pengaruh Faktor Demografi, Pengetahuan Keuangan, Self Efficacy dan Hedonisme terhadap Minat Kredit Konsumtif Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Alauddin di Koperasi Al-Muawwanah. *Skripsi*, 13.

Yahya, A. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Pada KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah*.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Responden yang terhormat, perkenalkan saya Levy Amalia Rahma, Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Memohon kiranya kesediaan untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi yang Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat bermanfaat bagi saya dalam rangka menyelesaikan penelitian skripsi yang saya lakukan untuk menyelesaikan studi S1 yang berjudul **"PENGARUH HEDONISME DAN SELF EFFICACY TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT DI KABUPATEN BANYUMAS"** Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden

Penelitian ini dengan kriteria sebagai berikut:

1. Bertempat tinggal di Kabupaten Banyumas
2. Sudah Bekerja/ memiliki penghasilan
3. Pernah melakukan kredit

Seluruh jawaban yang Saudara/i berikan akan dirahasiakan, atas bantuan dan kesediaan waktu Saudara/i saya ucapkan banyak terimah kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Petunjuk pengisian : Bacalah setiap pertanyaan yang ada dibawah ini dengan teliti dan cermat. Pilihlah jawaban yang menurut anda tepat dan berilah **tanda centang (√)** sesuai dengan yang menggambarkan kegiatan komsumsi kredit yang anda lakukan.

1. Nama :
2. Usia :
3. Alamat (Kecamatan) :
4. Pekerjaan :

PNS

- Swasta
- Lainnya :
5. Penghasilan:
- < 1000.000
- 1.000.000 sd 3.000.000
- 3.000.000 sd 5.000.000
- 5.000.000 sd 7.000.000
- > 7.000.000
6. Pernah melakukan kredit
- Ya
- Tidak
7. Berapa kali anda pernah melakukan kredit
- 1 kali
- 2-5 kali
- 5-10 kali
- > 10 kali
8. Jenis Kredit
- Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
- Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
9. Lembaga Pemberi Kredit
- Bank
- Non Bank
- Keduanya

Pertunjuk Pengisian: Bacalah setiap pertanyaan yang ada dibawah ini dengan teliti dan cermat. Pilihlah jawaban yang menurut anda tepat dan berilah **tanda centang** (√) yang menggambarkan kegiatan kredit yang anda lakukan.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-Ragu (R)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Variabel Self Efficacy

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Pendapatan saya dapat memenuhi kebutuhan harian					
2	Saya mampu menyelesaikan kredit dengan jangka waktu yang telah ditentukan					
3	Saya melakukan kredit hanya saat benar-benar membutuhkannya					
4	Saya sangat senang melakukan pembelian barang secara kredit dengan jangka waktu yang lama					
5	Saya sangat senang mencari barang-barang yang diperjual belikan secara kredit					

6. Apa yang Anda ketahui mengenai kredit :

.....

7. Saya melakukan kredit karena :

.....

Variabel Hedonisme

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Saya mengkredit barang tersebut karena orang lain melakukannya					
2	Saya mengkredit barang tersebut karena adanya hadiah/bonus,					
3	Saya melakukan kredit karena kemasan yang menarik,					
4	Trend menjadi pertimbangan dalam mengkredit barang					
5	Saya mengkredit barang hanya untuk tanda status					
6	Saya lebih mengutamakan brand dari barang yang saya beli secara kredit walaupun harganya					

	maha					
7	Saya memilih barang dengan harga tinggi karena meningkatkan kepercayaan diri					
8	Saya senang mencoba lebih dari dua produk namun merk yang berbeda					

9. Apakah anda setuju dengan konsumsi kredit dalam jumlah yang besar (karena apa):

.....

Variabel Keputusan Pengambilan Kredit

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Kinerja karyawan berpengaruh terhadap proses pengambilan kredit pada suatu lembaga					
2	Saya mengambil kredit apabila penawaran kredit yang sesuai dengan kebutuhan					
3	Penyampaian informasi yang baik oleh suatu lembaga membuat saya ingin melakukan kredit pada lembaga tersebut					
4	Saya melakukan kredit di lembaga tersebut karena orang lain merekomendasikannya					
5	Pelayanan dari lembaga pemberi kredit mempengaruhi keputusan saya dalam pengambilan kredit					

6. Apakah keputusan anda dalam pengambilan kredit berpengaruh dari pendapatan?

.....

7. Apakah pengambilan kredit menguntungkan bagi anda?

.....

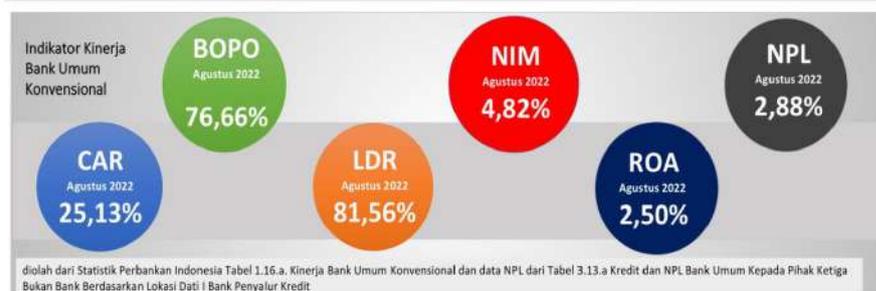
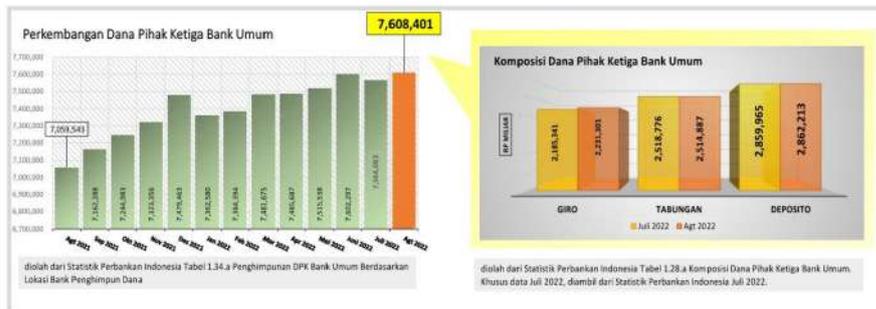
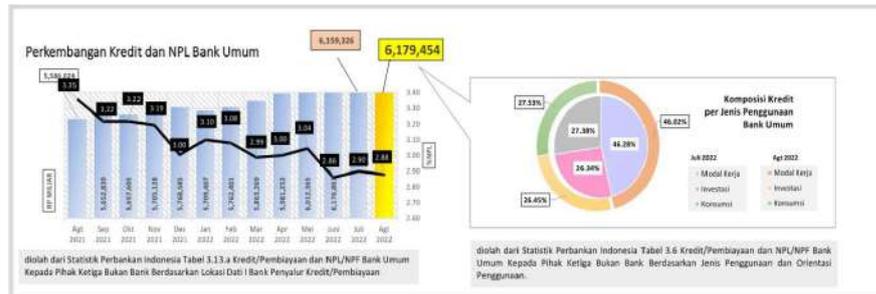
8. Kendala apa saja yang pernah Anda alami saat melakukan kredit?

.....

Lampiran 2 : Statistik Perbankan Bank Umum di Indonesia Agustus 2022

Lampiran 2 Statistik Perbankan Bank Umum di Indonesia Agustus 2022

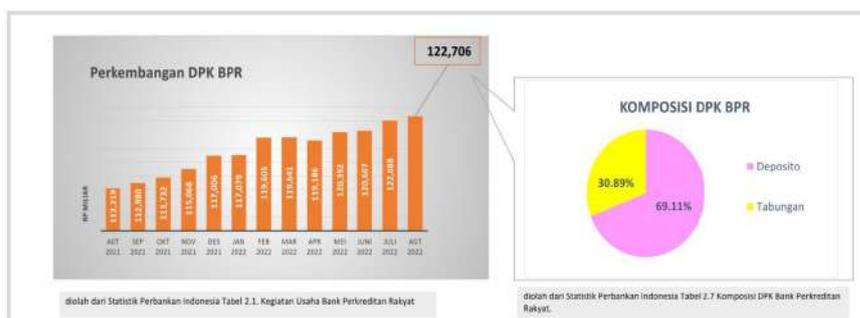
INFOGRAFIS STATISTIK PERBANKAN INDONESIA AGUSTUS 2022 BANK UMUM



Lampiran 3 : Statistik Perbankan Bank Pengkreditan Rakyat di Indonesia Agustus 2022

Lampiran Statistik Perbankan Bank Pengkreditan Rakyat di Indonesia Agustus 2022

**INFOGRAFIS STATISTIK PERBANKAN INDONESIA AGUSTUS 2022
BANK PERKREDITAN RAKYAT**



Lampiran 4 : Tabulasi Data

**Tabulasi Data
Variabel Hedonisme (X1)**

No Responden	Hedonisme (X1)								TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	4	4	3	2	2	2	2	23
2	1	2	1	1	1	1	1	3	11
3	4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	3	2	2	3	3	2	3	4	22
5	2	2	2	3	1	4	3	2	19
6	2	5	4	4	3	1	2	4	25
7	4	4	1	4	2	5	4	4	28
8	2	2	2	3	3	2	3	2	19
9	2	2	2	2	2	1	1	1	13
10	2	2	2	1	2	2	1	1	13
11	1	1	1	1	1	1	2	2	10
12	2	2	2	2	1	1	1	1	12
13	2	2	2	1	2	1	1	1	12
14	4	2	2	3	2	2	3	3	21
15	1	3	3	2	2	2	2	3	18
16	2	2	2	2	2	1	1	1	13
17	2	2	2	3	2	2	1	2	16
18	3	2	2	3	2	3	3	2	20
19	2	2	2	2	2	4	4	2	20
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	2	2	2	2	2	3	3	4	20
22	2	4	2	2	2	2	2	2	18
23	2	4	3	3	2	4	3	4	25
24	1	1	1	4	1	1	1	4	14
25	2	2	2	3	2	2	2	2	17
26	2	1	1	2	2	3	3	2	16
27	2	1	1	1	2	2	3	2	14
28	1	2	2	3	2	3	3	3	19
29	3	1	1	1	1	2	2	2	13
30	2	2	1	2	2	1	2	1	13
31	1	2	2	1	2	1	1	1	11
32	1	3	5	5	1	1	1	3	20
33	1	1	1	1	1	5	1	1	12
34	2	2	2	2	5	2	2	2	19

35	4	3	3	3	3	3	3	3	25
36	3	3	3	1	1	1	1	3	16
37	2	2	2	2	2	2	2	2	16
38	3	2	2	2	2	2	2	2	17
39	2	1	1	1	1	2	2	2	12
40	2	1	1	1	1	2	3	2	13
41	2	2	2	2	2	2	2	2	16
42	2	1	2	2	2	3	2	3	17
43	2	4	4	4	2	2	2	2	22
44	1	3	1	2	2	2	2	1	14
45	2	2	2	2	2	1	1	1	13
46	2	2	2	2	2	2	2	2	16
47	4	3	3	3	3	3	3	4	26
48	3	2	2	2	2	2	2	3	18
49	3	2	2	2	2	2	2	2	17
50	2	2	2	2	2	3	2	3	18
51	3	2	2	2	2	2	2	2	17
52	2	2	2	2	2	2	2	2	16
53	2	3	3	3	3	3	3	3	23
54	2	2	1	1	1	1	1	1	10
55	2	2	1	1	1	1	1	1	10
56	5	3	5	3	3	3	3	4	29
57	2	2	2	2	2	2	2	2	16
58	2	2	2	1	1	2	2	2	14
59	2	2	2	2	2	2	2	2	16
60	2	2	2	2	2	2	2	2	16
61	2	2	2	2	2	2	2	2	16
62	2	2	2	2	2	2	2	2	16
63	2	2	2	2	2	2	2	2	16
64	2	2	2	2	2	2	2	2	16
65	2	2	2	2	2	2	2	2	16
66	3	3	2	2	2	2	2	2	18
67	1	2	2	2	2	2	2	2	15
68	2	2	2	2	2	2	2	2	16
69	2	2	2	2	2	2	2	2	16
70	1	2	2	2	2	2	2	2	15
71	2	2	2	2	2	2	2	2	16
72	2	2	2	2	2	2	2	2	16
73	2	2	2	2	2	2	2	2	16
74	2	2	2	2	2	2	2	2	16
75	2	2	2	2	2	2	2	2	16

76	2	2	2	2	2	2	2	2	16
77	3	3	2	2	2	2	2	2	18
78	3	2	2	2	2	4	2	2	19
79	1	2	1	1	1	2	2	3	13
80	2	2	2	2	2	2	2	2	16
81	4	3	4	4	4	4	4	4	31
82	2	2	2	2	2	2	2	2	16
83	2	2	2	2	2	2	2	2	16
84	2	2	2	2	2	2	2	2	16
85	2	3	2	3	2	2	2	2	18
86	3	3	3	2	2	2	2	2	19
87	4	3	3	3	2	3	2	3	23
88	4	3	3	3	2	2	2	2	21
89	4	4	4	4	2	3	2	3	26
90	3	2	2	2	2	2	2	2	17
91	3	2	2	3	3	4	4	3	24
92	2	2	2	2	2	2	2	2	16
93	3	2	2	2	2	2	2	2	17
94	2	2	2	2	2	2	2	2	16
95	2	2	2	2	2	2	2	2	16
96	2	2	2	2	2	2	2	2	16
97	2	2	2	2	2	2	2	2	16
98	2	2	2	2	2	2	2	2	16
99	2	2	2	2	2	2	2	2	16
100	2	2	2	2	2	2	2	2	16
101	2	2	2	2	2	2	2	2	16
102	2	2	2	2	2	2	2	2	16

Tabulasi Data
Variabel *Self Efficacy* (X2)

No Responden	Self Efficacy (X2)					TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	5	2	4	19
3	4	4	4	3	3	18
4	3	4	5	3	3	18
5	5	5	5	2	2	19

6	4	4	5	2	3	18
7	4	3	5	2	1	15
8	4	4	3	2	2	15
9	5	5	5	1	2	18
10	4	4	4	1	2	15
11	4	4	4	3	1	16
12	4	3	4	1	1	13
13	5	5	5	2	2	19
14	4	4	5	1	2	16
15	4	4	4	1	2	15
16	4	4	5	1	1	15
17	4	5	5	2	2	18
18	3	3	3	2	2	13
19	4	4	4	2	2	16
20	3	4	4	3	3	17
21	2	4	4	3	3	16
22	4	5	4	2	2	17
23	4	4	5	3	3	19
24	5	5	5	2	2	19
25	4	4	5	2	2	17
26	3	3	3	2	2	13
27	4	2	4	2	2	14
28	2	4	4	1	1	12
29	2	3	3	2	2	12
30	3	3	5	3	3	17
31	4	4	4	2	2	16
32	3	5	5	1	1	15
33	5	5	5	2	2	19
34	4	4	4	2	2	16
35	4	5	5	3	3	20
36	4	5	5	1	1	16
37	4	4	4	2	1	15
38	3	3	4	2	3	15
39	2	2	5	1	1	11
40	2	2	4	2	2	12
41	2	2	4	3	2	13
42	3	4	4	2	2	15
43	2	4	4	3	3	16
44	4	4	5	2	2	17
45	5	5	5	3	2	20
46	1	4	4	2	4	15

47	3	5	5	3	3	19
48	3	3	4	3	2	15
49	3	3	3	2	2	13
50	4	4	4	3	2	17
51	3	3	4	2	2	14
52	2	3	4	3	2	14
53	3	4	4	3	2	16
54	3	4	5	1	1	14
55	5	5	5	2	2	19
56	3	5	5	2	3	18
57	4	4	4	2	2	16
58	5	4	5	2	2	18
59	4	4	4	3	3	18
60	4	4	4	3	3	18
61	4	4	4	3	2	17
62	4	4	4	3	3	18
63	4	4	4	3	3	18
64	4	4	4	3	2	17
65	4	4	4	2	2	16
66	4	4	5	3	2	18
67	4	4	4	2	2	16
68	4	4	4	3	3	18
69	4	4	4	3	2	17
70	4	4	4	3	2	17
71	4	4	4	2	2	16
72	4	4	4	3	2	17
73	4	4	4	3	2	17
74	4	4	4	3	2	17
75	3	4	4	2	2	15
76	3	4	4	2	2	15
77	4	4	4	4	4	20
78	3	4	4	3	4	18
79	4	4	4	2	2	16
80	3	4	4	4	2	17
81	2	3	3	3	3	14
82	4	4	4	4	2	18
83	4	4	4	2	2	16
84	4	4	4	4	3	19
85	4	4	4	4	2	18
86	4	4	4	3	3	18
87	3	4	4	2	4	17

88	3	4	4	2	2	15
89	4	4	4	4	4	20
90	3	4	4	2	3	16
91	4	4	4	4	4	20
92	4	4	3	3	3	17
93	3	4	4	3	3	17
94	4	4	4	4	4	20
95	4	3	4	3	2	16
96	4	4	4	3	2	17
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	2	2	16
99	4	4	4	3	3	18
100	4	4	4	3	3	18
101	4	4	4	3	3	18
102	4	4	4	4	3	19

**Tabulasi Data
Variabel Keputusan Pengambilan Kredit (Y)**

No Responden	Keputusan Pengambilan Kredit (Y)					TOTAL
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	4	4	4	4	19
2	3	4	4	4	4	19
3	4	4	3	3	3	17
4	4	5	4	4	4	21
5	3	5	5	5	5	23
6	5	5	4	4	4	22
7	4	3	4	1	3	15
8	4	4	3	3	4	18
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	2	4	18
11	1	4	1	3	3	12
12	2	2	2	2	2	10
13	5	4	4	4	4	21
14	3	4	3	2	2	14
15	4	4	4	4	4	20
16	2	2	2	2	2	10
17	3	3	4	3	3	16
18	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	4	20

20	3	3	3	3	3	15
21	3	4	3	2	3	15
22	4	4	5	4	4	21
23	4	4	3	2	5	18
24	4	4	4	2	4	18
25	3	4	3	3	3	16
26	3	3	3	3	3	15
27	3	3	3	3	3	15
28	4	4	2	2	3	15
29	3	3	3	3	3	15
30	2	4	2	2	2	12
31	3	4	3	3	3	16
32	4	2	4	5	5	20
33	1	3	4	3	4	15
34	4	4	2	3	3	16
35	4	4	5	5	5	23
36	3	4	3	3	3	16
37	2	3	3	2	3	13
38	4	4	3	3	3	17
39	4	4	3	3	3	17
40	3	5	3	3	3	17
41	3	3	2	3	3	14
42	3	3	2	3	2	13
43	4	4	4	4	4	20
44	2	4	3	3	3	15
45	4	3	1	1	5	14
46	2	2	2	2	2	10
47	4	4	4	4	4	20
48	3	4	3	3	3	16
49	3	4	3	3	3	16
50	3	4	3	3	3	16
51	3	4	3	3	3	16
52	3	4	3	3	3	16
53	3	4	3	3	3	16
54	4	4	3	1	4	16
55	2	5	3	3	4	17
56	5	5	5	5	5	25
57	3	4	4	2	4	17
58	4	4	2	4	4	18
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20

61	3	4	3	3	3	16
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	3	3	4	18
70	4	4	4	3	3	18
71	4	4	4	3	3	18
72	3	4	3	3	3	16
73	3	4	3	3	3	16
74	3	4	3	3	3	16
75	3	4	3	3	3	16
76	3	4	3	3	3	16
77	4	4	4	3	4	19
78	4	4	4	4	4	20
79	4	5	4	3	3	19
80	3	3	3	3	3	15
81	4	3	4	4	4	19
82	4	4	4	3	3	18
83	4	4	4	3	4	19
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	3	4	19
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	3	4	4	4	4	19
89	4	4	4	4	4	20
90	3	4	4	3	3	17
91	4	4	4	4	4	20
92	4	4	4	3	4	19
93	3	4	4	3	4	18
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	3	3	18
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	4	4	20
101	4	4	4	4	4	20

102	4	4	4	4	4	20
-----	---	---	---	---	---	----

**Tabulasi Data
Karakteristik Rasponden**

No Responden	Usia (tahun)	Pekerjaan	Pendapatan (Per Bulan dalam Rupiah)
1	42	Guru	< 1.000.000
2	26	karyawan	1.000.000 sd 3.000.000
3	47	Guru	< 1.000.000
4	22	Wirasaha	1.000.000 sd 3.000.000
5	47	PNS	5.000.000 sd 7.000.000
6	22	Wiraswasta	< 1.000.000
7	19	BUMN	> 7.000.000
8	22	BUMN	1.000.000 sd 3.000.000
9	36	Wiraswasta	> 7.000.000
10	23	Freelancer	3.000.000 sd 5.000.000
11	46	PNS	3.000.000 sd 5.000.000
12	36	Swasta	1.000.000 sd 3.000.000
13	37	PNS	5.000.000 sd 7.000.000
14	52	PNS	> 7.000.000
15	50	PNS	3.000.000 sd 5.000.000
16	32	swasta	1.000.000 sd 3.000.000
17	27	Swasta	1.000.000 sd 3.000.000
18	23	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
19	22	Mahasiswa	1.000.000 sd 3.000.000
20	48	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
21	22	Mahasiswa	< 1.000.000
22	45	Ibu rumah tangga	1.000.000 sd 3.000.000
23	43	Buruh	< 1.000.000
24	41	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
25	49	IRT	< 1.000.000
26	27	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
27	35	Dagang	< 1.000.000
28	29	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
29	25	Karyawan swasta	1.000.000 sd 3.000.000
30	28	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
31	41	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
32	22	Part time	1.000.000 sd 3.000.000
33	43	PNS	5.000.000 sd 7.000.000
34	46	PNS	5.000.000 sd 7.000.000

35	24	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
36	55	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
37	41	karyawan swasta	3.000.000 sd 5.000.000
38	39	PNS	3.000.000 sd 5.000.000
39	48	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
40	45	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
41	49	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
42	29	Karyawan	1.000.000 sd 3.000.000
43	43	swasta	1.000.000 sd 3.000.000
44	25	Karyawan swasta	3.000.000 sd 5.000.000
45	67	PNS	3.000.000 sd 5.000.000
46	33	Wiraswasta	3.000.000 sd 5.000.000
47	23	Wiraswasta	< 1.000.000
48	44	Dagang	1.000.000 sd 3.000.000
49	40	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
50	50	Karyawan swasta	3.000.000 sd 5.000.000
51	48	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
52	51	Dagang	1.000.000 sd 3.000.000
53	26	Karyawan swasta	1.000.000 sd 3.000.000
54	30	Ibu rumah tangga	1.000.000 sd 3.000.000
55	30	Karyawan Swasta	> 7.000.000
56	22	Freelancer	< 1.000.000
57	22	BUMN	5.000.000 sd 7.000.000
58	23	Seniman batu	1.000.000 sd 3.000.000
59	31	IRT	1.000.000 sd 3.000.000
60	23	Guru	< 1.000.000
61	23	Karyawan	1.000.000 sd 3.000.000
62	19	Admin	1.000.000 sd 3.000.000
63	20	Part time	1.000.000 sd 3.000.000
64	47	IRT	< 1.000.000
65	51	Supir	1.000.000 sd 3.000.000
66	51	IRT	< 1.000.000
67	42	Swasta	1.000.000 sd 3.000.000
68	22	Karyawan	1.000.000 sd 3.000.000
69	28	Karyawan	1.000.000 sd 3.000.000
70	27	Karyawan	1.000.000 sd 3.000.000
71	26	Karyawan	1.000.000 sd 3.000.000
72	28	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
73	25	Karyawan swasta	1.000.000 sd 3.000.000
74	24	Karyawan swasta	1.000.000 sd 3.000.000
75	24	Karyawan swasta	1.000.000 sd 3.000.000

76	25	Karyawan swasta	1.000.000 sd 3.000.000
77	55	Ibu rumah tangga	< 1.000.000
78	53	IRT	< 1.000.000
79	34	IRT	1.000.000 sd 3.000.000
80	60	IRT	< 1.000.000
81	57	Ibu rumah tangga	< 1.000.000
82	41	IRT	1.000.000 sd 3.000.000
83	36	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
84	32	Kary. Swasta	1.000.000 sd 3.000.000
85	47	IRT	1.000.000 sd 3.000.000
86	36	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
87	31	IRT	1.000.000 sd 3.000.000
88	35	Swasta	1.000.000 sd 3.000.000
89	30	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
90	38	IRT	1.000.000 sd 3.000.000
91	41	Wiraswasta	3.000.000 sd 5.000.000
92	44	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
93	24	Karyawan swasta	1.000.000 sd 3.000.000
94	65	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
95	32	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
96	47	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
97	50	Ibu rumah tangga	< 1.000.000
98	49	Wiraswasta	1.000.000 sd 3.000.000
99	38	ART	1.000.000 sd 3.000.000
100	55	Ibu rumah tangga	1.000.000 sd 3.000.000
101	57	Ibu rumah tangga	3.000.000 sd 5.000.000
102	42	Kary. Swasta	1.000.000 sd 3.000.000

**Tabulasi Data
Tempat Pengambilan Kredit**

No Responden	Banyak Melakukan Kredit	Tempat Melakukan Kredit
1	> 10 kali	Koperasi
2	2-5 kali	Bank
3	2-5 kali	Bank
4	1 kali	Bank
5	2-5 kali	Bank
6	1 kali	Koperasi
7	2-5 kali	shopee

8	1 kali	Non Bank
9	2-5 kali	Pernah semuanya
10	1 kali	Pegadaian
11	2-5 kali	bank
12	1 kali	bank
13	2-5 kali	Bank
14	2-5 kali	Bank
15	2-5 kali	BRI
16	1 kali	bank
17	1 kali	shopee
18	1 kali	Bank
19	5-10 kali	Non bank
20	2-5 kali	Bank
21	1 kali	koperasi
22	2-5 kali	Bank
23	1 kali	Bank BRI
24	2-5 kali	Bank
25	2-5 kali	Koperasi
26	2-5 kali	Bank, koperasi
27	2-5 kali	Koperasi
28	2-5 kali	Shopee pay later
29	2-5 kali	Koperasi, online seperti shopee
30	2-5 kali	Bank
31	2-5 kali	Bank, koperasi
32	1 kali	Non bank
33	1 kali	Bank
34	2-5 kali	Bank
35	1 kali	koperasi
36	2-5 kali	Bank
37	2-5 kali	bank
38	2-5 kali	Bank
39	5-10 kali	Bank, koperasi, BMT
40	2-5 kali	Bank
41	2-5 kali	Bank, koperasi
42	2-5 kali	Shopee pay later, bank,
43	2-5 kali	Bank
44	1 kali	Bank
45	2-5 kali	Bank
46	1 kali	Bank
47	1 kali	Non bank
48	2-5 kali	BRI, koperasi

49	2-5 kali	Koperasi, bank
50	2-5 kali	Bank
51	2-5 kali	Bank
52	2-5 kali	Koperasi, bank
53	1 kali	Shopee pay later
54	2-5 kali	Bank,shope
55	2-5 kali	Bank
56	1 kali	Non bank
57	2-5 kali	Bank
58	2-5 kali	Bank
59	2-5 kali	Non Bank
60	1 kali	Non bank
61	2-5 kali	Non bank
62	2-5 kali	Non bank
63	1 kali	Non bank
64	1 kali	Non bank
65	2-5 kali	Bank
66	1 kali	Non bank
67	1 kali	Bank
68	1 kali	Non bank
69	2-5 kali	Bank
70	1 kali	Bank
71	2-5 kali	Bank, nonbank
72	2-5 kali	Non bank
73	1 kali	Non bank
74	2-5 kali	Non bank, shopee pay later
75	1 kali	Non bank
76	2-5 kali	Non bank
77	2-5 kali	Bank
78	5-10 kali	Bank dan nonbank
79	2-5 kali	Bank
80	2-5 kali	Bank
81	5-10 kali	Koperasi
82	2-5 kali	Bank
83	2-5 kali	Bank
84	2-5 kali	Koperasi
85	2-5 kali	Non bank, mekar
86	2-5 kali	Koperasi, Bank
87	2-5 kali	Bank, non bank
88	2-5 kali	Bank
89	2-5 kali	Koperasi

90	1 kali	Koperasi
91	2-5 kali	Bank
92	2-5 kali	Bank, koperasi
93	2-5 kali	Non bank
94	2-5 kali	Koperasi
95	2-5 kali	Bank
96	2-5 kali	Bank dan non bank
97	2-5 kali	Koperasi
98	2-5 kali	Bank, koperasi
99	2-5 kali	Koperasi
100	2-5 kali	Koperasi
101	2-5 kali	Koperasi, bank
102	2-5 kali	Koperasi, non bank

**Tabulasi Data
Jenis Kredit**

No Responden	Jenis kredit yang pernah dilakukan
1	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
2	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
3	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
4	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
5	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
6	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
7	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
8	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
9	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
10	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
11	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
12	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
13	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi,

	kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
14	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
15	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
16	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
17	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
18	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
19	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
20	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
21	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
22	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
23	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
24	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
25	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
26	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
27	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
28	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
29	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
30	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
31	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
32	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
33	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
34	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
35	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
36	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
37	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi,

	kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
38	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
39	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
40	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
41	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
42	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
43	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
44	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
45	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
46	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
47	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
48	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
49	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
50	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
51	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
52	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
53	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
54	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
55	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
56	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
57	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
58	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
59	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
60	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
61	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
62	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi,

	kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
63	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
64	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
65	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
66	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
67	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
68	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
69	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
70	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
71	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
72	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
73	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
74	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
75	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
76	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
77	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
78	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
79	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
80	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
81	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
82	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
83	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
84	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
85	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)

86	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
87	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
88	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
89	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
90	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
91	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
92	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
93	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
94	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
95	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
96	Kredit Produktif (untuk kepentingan usaha)
97	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
98	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
99	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
100	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
101	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)
102	Kredit Konsumtif (pembelian elektronik, rumah pribadi, kendaraan, perabotan rumah tangga, dll)

Lampiran 5 : Distribusi Nilai t Tabel

Lampiran 5 Distribusi Nilai t Tabel

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel}

df	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	df	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
39	1.304	1.685	2.023	2.425	2.708	99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
43	1.302	1.681	2.017	2.415	2.695	103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630

Lampiran 6 : Distribusi Nilai r Tabel

Lampiran 6
Distribusi Nilai r Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Variabel Hedonisme

**Lampiran 7
Hasil Uji Validitas Variabel Hedonisme**

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.406**	.451**	.369**	.388**	.355**	.425**	.370**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.2	Pearson Correlation	.406**	1	.694**	.587**	.332**	.151	.174	.384**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.129	.081	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.3	Pearson Correlation	.451**	.694**	1	.642**	.410**	.122	.144	.430**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.220	.148	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.4	Pearson Correlation	.369**	.587**	.642**	1	.405**	.313**	.383**	.573**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.5	Pearson Correlation	.388**	.332**	.410**	.405**	1	.275**	.473**	.315**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.005	.000	.001	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.6	Pearson Correlation	.355**	.151	.122	.313**	.275**	1	.695**	.410**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.129	.220	.001	.005		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.7	Pearson Correlation	.425**	.174	.144	.383**	.473**	.695**	1	.542**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.081	.148	.000	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.8	Pearson Correlation	.370**	.384**	.430**	.573**	.315**	.410**	.542**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.692**	.678**	.711**	.779**	.628**	.607**	.686**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102

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

Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas Variabel *Self Efficacy*

**Lampiran 8
Hasil Uji Validitas Variabel *Self Efficacy***

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.511**	.322**	.055	-.078	.623**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.583	.436	.000
	N	102	102	102	102	102	102
X2.2	Pearson Correlation	.511**	1	.430**	-.010	.087	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.917	.383	.000
	N	102	102	102	102	102	102
X2.3	Pearson Correlation	.322**	.430**	1	-.258**	-.143	.365**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.009	.152	.000
	N	102	102	102	102	102	102
X2.4	Pearson Correlation	.055	-.010	-.258**	1	.585**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.583	.917	.009		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102
X2.5	Pearson Correlation	-.078	.087	-.143	.585**	1	.581**
	Sig. (2-tailed)	.436	.383	.152	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.623**	.655**	.365**	.578**	.581**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102

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

Lampiran 9 : Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pengambilan Kredit

**Lampiran 9
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pengambilan Kredit**

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.391**	.545**	.423**	.579**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102
Y.2	Pearson Correlation	.391**	1	.406**	.349**	.368**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102
Y.3	Pearson Correlation	.545**	.406**	1	.633**	.616**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102
Y.4	Pearson Correlation	.423**	.349**	.633**	1	.565**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102
Y.5	Pearson Correlation	.579**	.368**	.616**	.565**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.765**	.617**	.845**	.793**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102

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

Lampiran 10 : Sertifikat BTA/PPI

Lampiran 10 Sertifikat BTA/PPI


IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp: 0281-635624, 628250 | www.iaipurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT
Nomor: In.17/UPT.MAJ/12716/13/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : LEVY AMALIA RAHMA
NIM : 1817201107

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	75
# Tartil	:	75
# Imla'	:	75
# Praktek	:	75
# Nilai Tahfidz	:	75



Purwokerto, 13 Jun 2020
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,


Nasrudin, M.Ag
NIP: 197002051 99803 1 001


ValidationCode

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page1/1

Lampiran 11 : Sertifikat Bahasa Inggris

Lampiran 11 Sertifikat Bahasa Inggris

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
J. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsatzu.ac.id | www.sib.uinsatzu.ac.id | +62 (281) 635624

CERTIFICATE
الشهادة
No.: B-227/Un.19/UPT.Bhs/PP.009/921/11/2022

This is to certify that
Name: **LEVY AMALIA RAHMA**
Place and Date of Birth: **Brebes, 24 Mei 2000**
Has taken: **EPTUS**
with Computer Based Test, organized by Language Development Unit on: **10 Februari 2022**
with obtained result as follows:
Listening Comprehension: **51** Structure and Written Expression: **53** Reading Comprehension: **55**
فهم السموع: **51** فهم العبارات والتركيب: **53** فهم المقروء: **55**
Obtained Score: **531** المجموع الكلي: **531**

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الملح سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبوكرتو.

Purwokerto, 10 Februari 2022
The Head of Language Development Unit,
رئيسة الوحدة لتتمة اللغة:

Ade Ruswatie, M. Pd.
NIP. 19860704 201503 2 004

Lampiran 12 : Sertifikat Bahasa Arab

Lampiran 12 Sertifikat Bahasa Arab

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
J. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsatzu.ac.id | www.sib.uinsatzu.ac.id | +62 (281) 635624

CERTIFICATE
الشهادة
No.: B-228/Un.19/UPT.Bhs/PP.009/921/11/2022

This is to certify that
Name: **LEVY AMALIA RAHMA**
Place and Date of Birth: **Brebes, 24 Mei 2000**
Has taken: **IQLA**
with Computer Based Test, organized by Language Development Unit on: **10 Februari 2022**
with obtained result as follows:
Listening Comprehension: **47** Structure and Written Expression: **46** Reading Comprehension: **42**
فهم السموع: **47** فهم العبارات والتركيب: **46** فهم المقروء: **42**
Obtained Score: **451** المجموع الكلي: **451**

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الملح سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبوكرتو.

Purwokerto, 10 Februari 2022
The Head of Language Development Unit,
رئيسة الوحدة لتتمة اللغة:

Ade Ruswatie, M. Pd.
NIP. 19860704 201503 2 004

Lampiran 13 : Sertifikat Aplikom

Lampiran 13
Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-638624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126

IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/7380/X/2020

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
66-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:
LEVY AMALIA RAHMA
NIM: 1817201107
Tempat / Tgl. Lahir: Brebes, 24 Mei 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	81 / A-

Purwokerto, 11 November 2020
Kepala UPT TIPD
[Signature]
Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 14 : Sertifikat PPL

Lampiran 14
Sertifikat PPL

KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-638614, Fax: 0281-638553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor: 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menenangkan bahwa:

Nama : Levy Amalia Rahma
NIM : 1817201107

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di:

Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas

Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai A. Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Manaqasyah/Skripsi.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
[Signature]
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021
Kepala Laboratorium FEBI
[Signature]
H. Sochimia, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 15 : Sertifikat KKN

**Lampiran 15
Sertifikat KKN**



Lampiran 16 : Sertifikat PBM

Lampiran 16
Sertifikat PBM



Lampiran 17 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal

Lampiran 17 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 4137/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/11/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Levy Amalia Rahma
NIM : 1817201107
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I
Judul : Pengaruh Hedonisme dan Self Efficacy terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Kabupaten Banyumas

Pada tanggal 24 November 2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 28 November 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 18 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif

Lampiran 18 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 2212/Un.19/FEBI.JES/PP.009//2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Levy Amalia Rahma

NIM : 1817201107

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 29/06/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **70 / B-**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **5 Juli 2022**
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilvatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Levy Amalia Rahma
NIM : 1817201107
Tempat/Tanggal Lahir : Brebes, 24 Mei 2000
Alamat Rumah : Perumahan Griya Satria Mandalatama Blok 27
No.30 Rt 03/Rw 05 Kelurahan Karanglewas Lor
Kecamatan Purwokerto Barat
Email : levyamalia2000@gmail.com
Nama Ayah : Lukman Aminudin
Nama Ibu : Nurlaelatul Maesaroh

B. Riwayat Pendidikan

1. TK, tahun lulus : TK Aisyiyah 1 Purwokerto, 2006
2. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri 2 Bantarsoka, 2012
3. SMP/MTS, tahun lulus : SMP Negeri 8 Purwokerto, 2015
4. SMA/MA, tahun lulus : SMA Negeri 5 Purwokerto, 2018
5. S.1, tahun masuk : UIN SAIZU Purwokerto, 2018

C. Pengalaman Organisasi

1. Komunitas Studi Ekonomi Islam (KSEI) IAIN Purwokerto (2019-2020)

Purwokerto, 30 Desember 2022



Levy Amalia Rahma