

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *SOCIAL CAPITAL* PEDAGANG
DI KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Departemen Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang



NUR FADHILA ARIVINO

2019/19053091

DEPARTEMEN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

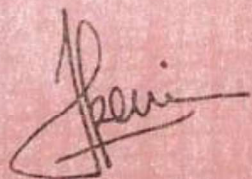
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *SOCIAL CAPITAL* PEDAGANG
DI KOTA BUKITTINGGI”

Nama : Nur Fadhila Arivino
Bp/NIM : 2019/19053091
Keahlian : Ekonomi Koperasi
Departemen : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Negeri Padang

Disetujui oleh
Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi

Padang, Januari 2024
Pembimbing



Dr. Friyatmi, S.Pd, M.Pd
NIP. 198205142006042001



Dr. Yulhendri, S.Pd, M.Si
NIP. 197705252005011005

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

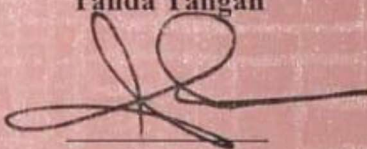
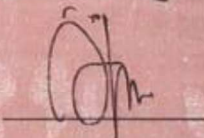
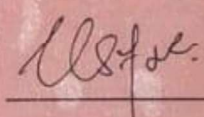
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Negeri Padang*

“Faktor yang Mempengaruhi *Social Capital* Pedagang di Kota Bukittinggi”

Nama : Nur Fadhila Arivino
BP/NIM : 2019/19053091
Keahlian : Ekonomi Koperasi
Departemen : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Negeri Padang

Padang, Januari 2024

Tim Penguji

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	: Dr. Yulhendri, S.Pd, M.Si	
2.	Anggota	: Jean Elikal Marna, S.Pd, M.Pd.E	
3.	Anggota	: Mentari Ritonga, S.Pd, M.Pd.E	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Fadhila Arivino
Nim/Tahun Masuk : 19053091/2019
Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi/11 Januari 2001
Departemen/Keahlian : Pendidikan Ekonomi/Ekonomi Koperasi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : "Faktor yang Mempengaruhi *Social Capital* Pedagang Di Kota Bukittinggi"
No. HP : 0852 6466 7698

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Oktober 2023

Yang menyatakan



Nur Fadhila Arivino

NIM. 19053091

ABSTRAK

Nur Fadhila Arivino (19053091/2019) : **Faktor Yang Mempengaruhi
Social Capital Pedagang
Di Kota Bukittinggi**

Pembimbing : **Dr. Yulhendri, S.Pd, M.Si**

Social Capital merupakan salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. *Social Capital* juga dapat memperbaiki hubungan sosial yang ada pada Pedagang di Kota Bukittinggi. Teknik analisis data menggunakan analisis *Structural Equation Model (SEM) with Partial Least Square (PLS)* yang diolah menggunakan *software* SmartPLS versi 4.0 dimana datanya diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada pedagang yang ada di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Habit* dan *Social Status* bersamaan berpengaruh terhadap *Social Capital* melalui *Personal Value*. *Habit* memiliki hubungan yang positif dan signifikan serta pengaruh yang moderet/ sedang terhadap *Personal Value*, *Personal Value* memiliki hubungan yang positif dan signifikan serta memiliki pengaruh yang tinggi terhadap *Social Capital*, *Social Status* memiliki hasil yang positif dan signifikan serta memiliki pengaruh yang tinggi terhadap *personal value*, *Social Status* memiliki hasil yang positif dan signifikan serta memiliki pengaruh yang tinggi terhadap *Social Capital*, *Habit* memiliki hasil yang positif dan signifikan namun memiliki pengaruh yang rendah terhadap *Social Capital* pedagang di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti berikutnya untuk melihat hubungan sosial antara pedagang dengan pemasok barang, dan juga konsumen serta masyarakat sekitar.

Kata Kunci : *Habit, Social Status, Personal Value, Social Capital*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang tak putus-putus pada penulis, serta shalawat beserta salam penulis sampaikan kepada kekasih Allah, suri tauladan kita yakni Nabi Muhammad Saw. dengan rahmat dan izin Allah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor yang Mempengaruhi *Social Capital* Pedagang Di Kota Bukittinggi”**.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak serta berkah dari Allah SWT membuat kendala-kendala yang dihadapi tadinya dapat diatasi dan diselesaikan dengan sebaik mungkin. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Yulhendri, S.Pd, M.Si selaku dosen Pembimbing Skripsi serta Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan ilmu, pengetahuan, waktu serta masukan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Selanjutnya ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
2. Ibu Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang beserta staf-staf yang telah memberikan dorongan dan layanan fasilitas dalam proses perkuliahan selama penulis mengikuti Pendidikan serta menyelesaikan penulisan skripsi

3. Ibu Jean Elikal Marna, S.Pd, M.Pd.E dan Ibu Mentari Ritonga, S.Pd, M.Pd selaku dosen penguji 1 dan penguji 2 yang telah memberikan saran serta arahan kepada penulis agar skripsi ini semakin baik
4. Bapak dan Ibu dosen Departemen Pendidikan Ekonomi yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu staf tata usaha dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
6. Dan terutama ucapan terimakasih yang teristimewa kepada kedua Orang tua tercinta yakni ayahanda Khalinovendri Ahmad dan ibunda Devi Rahmad yang sudah membesarkan dan selalu menyempatkan diri untuk berdo'a dalam setiap sujudnya serta senantiasa memberikan dukungan materil dan dukungan moril didalam segala kondisi. Tiada henti-hentinya juga menjadi penyemangat utama penulis dalam menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
7. Kepada Saudara-saudaraku tersayang Muhammad Fadhli Gusvino, S.Si, Muhammad Fakhru Devino, dan Muhammad Faishal Guciano yang selalu memberikan semangat dan dukungan moral kepada penulis agar dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
8. Kepada Kakek, Nenek, Om Hen, Makwo Kunik, Ante Dessi, Ante Reisky dan Ante Lola yang telah memberikan dukungan materil dan moril selama penulis melaksanakan studi hingga selesai.
9. Kepada Saudariku Mimi Filma Herita, S.Pd, Twiin Jelekku Nurul Fadhila Ramadhani, SE, Karmila Fandora S.Pd, dan Nelvi Andriana, S.Pd yang sama-sama berjuang dalam studi ini namun, tidak pernah lupa untuk memberikan

semangat dan juga dukungannya terhadap proses yang penulis jalani untuk menyelesaikan studi ini baik dari awal hingga akhir.

10. Kepada Bang Dedy Rahman, S.E dan Kakak Fitrah Haini Sudisma Btb, S.Pd yang telah membantu penulis dalam mencari judul skripsi hingga memecahkan permasalahan yang penulis hadapi selama proses pembuatan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Kepada rekan-rekan Departemen Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019, rekan-rekan dari UKKPK dan BEM FEB UNP yang telah bersedia membantu serta memberi semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Yang teristimewa terimakasih kepada perempuan hebat yang selalu kuat untuk berusaha keras dalam mencapai impiannya di Universitas Negeri Padang sehingga dapat meraih gelar S.Pd dan Bintang Aktivis Kampus Universitas Negeri Padang Periode 133 yaitu Nur Fadhila Arivino. Semoga perempuan ini tetap menjadi pribadi yang kuat, hebat, tangguh, dan lebih baik lagi kedepannya untuk mewujudkan mimpi-mimpi selanjutnya
13. Dan yang terakhir, kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Padang, November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Teori	10
C. Kerangka Konseptual	34
D. Hipotesis Penelitian	36
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Variable Penelitian dan Defenisi Operasional	43

G. Instrumen Penelitian	46
H. Teknik Analisis Data	47
BAB 4	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Penelitian	57
B. Hasil Penelitian	60
C. Hasil Analisis Data Penelitian	69
D. Pembahasan	84
E. Temuan Penelitian	93
F. Keterbatasan Penelitian	94
BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 2.Peta Tata Ruang Kota Bukittinggi.....	58
Gambar 3. Inner Model (2023)	76

DAFTAR TABEL

Table 1. Data Jumlah Pedagang pada pasar utama yang ada di Kota Bukittinggi pada tahun 2021	3
Table 2. Definisi Operasional	43
Table 3. Skala Likert	47
Table 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Table 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Table 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Berdagang	62
Table 7. Analisis Deskriptif Habit	63
Table 8. Analisis Deskriptif Social Status	64
Table 9. Analisis Deskriptif Personal Value	65
Table 10. Analisis Deskriptif Trust	66
Table 11. Analisis Deskriptif Networking	67
Table 12. Analisis Deskriptif Cooperation	68
Table 13. Analisis Deskriptif Norm	69
Table 14. Outer Loading dan Cross Loading	70
Table 15. Kriteria Fornell-Larcker	72
Table 16. Hasil Analisis Average Variance Extracted (AVE)	74
Table 17. Hasil Analisis Composite Reliability	75
Table 18. Hasil Analisis R-Square	77
Table 19. Hasil Analisis Inner Model	79
Table 20 Pengaruh Tidak Langsung Spesifik	81
Table 21. Pengaruh Total Habit (X1), Social Status (X2), dan Personal Value (X3, Social Capital (Y), dan Personal Value sebagai variabel mediasi.	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha atau bisnis akan lama bertahan jika pelaku usaha tersebut memiliki jaringan yang luas, dipercayai oleh pelanggan dan mitra bisnisnya, memiliki norma sosial yang bagus, serta memiliki sikap saling menghargai antar sesama pelaku bisnis yang ada di lingkungan masyarakat. Untuk menjalankan sebuah usaha pelaku usaha harus memiliki modal berupa modal finansial / *financial capital* dan *Social Capital* / *social capital*. Modal finansial merupakan modal yang berkaitan dengan keuangan dan juga materil yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menjalankan dan membangun usahanya baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang (Atsu & Adams, 2023) dengan adanya modal finansial inilah seorang pengusaha bisa membangun dan menjalankan usahanya, modal finansial bisa berasal dari pribadi pengusaha maupun pihak lain yang ingin menginvestasikan kekayaannya untuk membangun usaha bersama.

Sementara *Social Capital* merupakan sebuah modal yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha sebelum membangun usaha, karena dengan adanya *Social Capital* ini pelaku usaha dapat menjalankan usahanya dengan baik. *Social Capital* berasal dari dalam diri seseorang yang tidak bisa digantikan oleh keberadaan orang lain (Peluso et al., 2024) sehingga jika pelaku usaha ingin usaha yang dijalankannya berjalan dengan baik, maka pelaku usaha tersebut harus menanamkan *Social Capital* di dalam dirinya serta mengimplementasikannya saat melakukan interaksi baik

dengan sesama pelaku usaha, konsumen, investor, maupun masyarakat sekitar.

Saat modal finansial dan *Social Capital* yang ada pada pelaku usaha dapat diseimbangkan, maka usaha yang dibangun akan memiliki peluang besar untuk berkembang dengan baik. Untuk menyeimbangkan antara modal finansial dan *Social Capital* maka pelaku usaha harus memahami dengan baik faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi modal finansial dan *Social Capital* itu. Pada penelitian ini penulis akan fokus kepada faktor-faktor yang mempengaruhi *Social Capital* pada pedagang (pelaku usaha).

Bukittinggi merupakan kota yang diberi julukan Kota Wisata. Bukittinggi terletak di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Kota Bukittinggi memiliki penduduk yang rata-rata bekerja sebagai wiraswasta dimana penduduknya memiliki usaha sendiri dan tidak bekerja di bawah perintah orang lain, seperti pedagang, petani, dan pengusaha industri kecil-kecilan. Berdasarkan data yang diambil dari DKB Semester II Tahun 2018, jumlah wiraswasta yang ada di Kota Bukittinggi adalah 32,855 jiwa dari 121,59 jiwa penduduk yang ada di Kota Bukittinggi.

Bukittinggi memiliki 3 pasar yaitu pasar bawah, pasar atas dan pasar Aur Kuning Pasar inilah yang menjadi pusat perdagangan atau tempat pengembangan usaha bisnis masyarakat yang ada di Kota Bukittinggi, sehingga penghasilan utama masyarakat Bukittinggi sebagai pedagang juga harus didukung dengan kerjasama antara pedagang dengan Masyarakat

sekitar agar mendapatkan penghasilan yang mencukupi untuk pedagang tersebut. Berikut data jumlah pedagang yang ada di Kota Bukittinggi:

Table 1. Data Jumlah Pedagang pada pasar utama yang ada di Kota Bukittinggi pada tahun 2021

Lokasi Pasar	Jumlah Pedagang
Pasar Atas	193
Pasar Bawah	623
Pasar Simpang Aur	1499
Total	2.315

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Dari Tabel.1 dapat dilihat bahwa jumlah pedagang yang ada di Kota Bukittinggi mencapai 2.315 pedagang, yang mana jumlahnya tidaklah sedikit untuk kota Bukittinggi yang hanya memiliki luas wilayah sekitar 25,24 km² . Untuk itu pedagang yang ada di Kota Bukittinggi memiliki peran yang penting dalam menjalankan perekonomian dan juga keharmonisan masyarakat yang ada di Kota Bukittinggi. Peran tersebut harus dijalankan dengan kerjasama yang baik oleh semua pelaku ekonomi terutama bagi masyarakat yang tinggal dekat dengan pusat pasar/perekonomian. Oleh karena itu, pedagang yang ada di Kota Bukittinggi haruslah memiliki *Social Capital* yang baik agar dapat menjalin interaksi serta kerjasama dengan semua pelaku ekomi dan juga masyarakat sekitar.

Social Capital yang baik dapat memberikan manfaat yang berpengaruh dalam berbagai konteks seperti; di dalam dunia kerja, komunitas, maupun kehidupan sosial secara umum. *Social Capital* yang

baik dapat dilihat dari jaringan sosial yang kuat dalam membangun dan menjalin koneksi dengan berbagai kalangan untuk mendukung pertukaran informasi yang positif dengan orang lain, dapat membangun kepercayaan di antara sesama, dapat membangun komunikasi yang efektif serta mendapatkan umpan balik yang baik dari lawan interaksinya, serta terlibat dalam kegiatan sosial dan menciptakan dampak positif dalam lingkungan sekitar.

Melalui hasil pengamatan penulis selama penulis melakukan Magang di Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi penulis menemukan beberapa permasalahan yang ada pada pedagang di Kota Bukittinggi yang berkaitan dengan *Social Capital*. Dimana permasalahannya seperti; kurangnya interaksi positif antar sesama pedagang, adanya rasa saling cemburu terhadap sesama pedagang, adanya sikap saling tidak percaya antar sesama pedagang dan masyarakat setempat, serta terjadinya konflik antara pedagang dengan pedagang, konsumen, dan pemilik modal/investor.

Dengan adanya permasalahan tersebut pasar yang ada di Kota Bukittinggi pun akan menjadi tidak kondusif dan bisa saja menghilangkan daya tarik konsumen serta wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi. Sehingga, penulis tertarik untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembentukan *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi.

Social Capital yang terbentuk pada pedagang di kota Bukittinggi dapat menjadi pendorong bagi pedagang itu sendiri untuk bertahan, hal ini dapat kita lihat dari pendapat yang disampaikan oleh (Mashkov & Shoval, 2020) bahwa Interaksi yang terjadi di pasar tidak hanya antara penjual dengan pembeli dan uang dengan barang tetapi juga antar etnis sebagai akibat dari migrasi penduduk, sehingga hubungan-hubungan ini menyangkut kepercayaan, jaringan, budaya serta nilai dan norma. Unsur-unsur *Social Capital* seperti kepercayaan (*trust*), jaringan (*networking*), dan norma (*norms*) harus dimiliki oleh para pedagang di Kota Bukittinggi agar kerjasama yang terjalin di kota bukittinggi dapat berjalan dengan baik (Rosad, 2015).

Kualitas *Social Capital* justru akan semakin baik apabila sering dimanfaatkan. Berkenaan dengan hal tersebut, beberapa faktor umum yang mempengaruhi pembentukan modal adalah: *Habit*, kedudukan (peranan aktor), pendidikan, kelas sosial ekonomi dan nilai-*Personal Value*. *Social Capital* terutama berakar pada gagasan kepercayaan, norma, dan jaringan informal dan percaya bahwa relasi sosial adalah sumber daya yang berharga. Ketiga hal tersebut, yaitu norma sosial, jaringan sosial dan kepercayaan merupakan indikator atau unsur *Social Capital*. Ketiganya memiliki hubungan yang saling keterkaitan. (Suparyanto dan Rosad (2015, 2020)

Social Capital berupa kejujuran, telaten dan kesabaran saat menjalin hubungan dalam mencari pelanggan dan juga pemasok barang merupakan sebuah modal yang paling penting untuk mempertahankan sebuah usaha. Saat modal tersebut sudah ada pada pedagang, maka pemasok barang dan

agen-agen akan percaya untuk memberikan barangnya kepada pedagang dengan cara membayar modalnya kemudian. (Leksono, 2009)

Saat kondisi pedagang dan pasar bagus, maka pasar tersebut akan menarik pembeli dan secara tidak langsung akan meningkatkan transaksi jual beli yang nantinya akan meningkatkan perekonomian pada kota Bukittinggi. Pasar yang ada di Kota Bukittinggi memiliki keunggulan tersendiri, seperti harga yang terjangkau, produk yang beragam, serta para pedagang yang ramah (Syafitri & Sudarwati, 2015).

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap **“Faktor Yang Mempengaruhi *Social Capital* Pedagang Di Kota Bukittinggi”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Kurangnya interaksi yang positif antar sesama pedagang
2. Adanya rasa saling cemburu terhadap sesama pedagang
3. Adanya sikap saling tidak percaya antar sesama pedagang dan masyarakat setempat
4. Terjadinya konflik antara pedagang dengan pedagang, konsumen, dan pemilik modal/investor.

C. Batasan Masalah

Untuk mencegah agar pembahasan masalah tidak menjadi luas, maka permasalahan dalam penelitian ini hanya berfokus pada faktor apa saja yang mempengaruhi *Social Capital* pedagang yang ada di kota Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka disusun rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimanakah pengaruh *Habit* terhadap *Personal Value* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi ?
2. Bagaimanakah pengaruh *Habit* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi ?
3. Bagaimanakah pengaruh *Personal Value* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi ?
4. Bagaimanakah pengaruh *Social Status* terhadap *Personal Value* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi ?
5. Bagaimanakah pengaruh *Social Status* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi ?
6. Bagaimanakah pengaruh *Habit* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi dengan mediasi *Personal Value*?
7. Bagaimanakah pengaruh *Status Social* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi dengan mediasi *Personal Value*?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian dalam melaksanakan penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk menganalisis :

1. Pengaruh *Habit* terhadap *Personal Value* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi
2. Pengaruh *Habit* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi
3. Pengaruh *Personal Value* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi
4. Pengaruh *Social Status* terhadap *Personal Value* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi
5. Pengaruh *Social Status* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi
6. Pengaruh *Habit* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi dengan mediasi *Personal Value*
7. Pengaruh *Social Status* terhadap *Social Capital* pedagang yang ada di Kota Bukittinggi dengan mediasi *Personal Value*

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi pemikiran bagi para pembaca untuk memahami faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *Social Capital* pada pedagang baik yang berada di Kota Bukittinggi

maupun kota-kota lainnya sehingga *Social Capital* akan lebih terbentuk pada pedagang untuk menambah kesejahteraan pedagang.

2. Manfaat Bagi Peneliti

- a) Menambah pengalaman dalam melakukan penelitian.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran maupun sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya.