

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN HAJI DI
BANK SUMUT SYARIAH KOTA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**NURUL MA'ARIF NASUTION
NIM 20 401 00065**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN HAJI DI
BANK SUMUT SYARIAH KOTA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**NURUL MA'ARIF NASUTION
NIM 20 401 00065**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN HAJI DI
BANK SUMUT SYARIAH KOTA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

*Acc untuk disidangkan
17/10/2024*

**NURUL MA'ARIF NASUTION
NIM 20 401 00065**

Pembimbing I

[Signature]
**Dra. H. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001**

Pembimbing II *Acc/15-10-2024*

[Signature]
**Nando Fahrizal, M.E
NIP.1994101920220310003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **NURUL MA'ARIF NASUTION**
lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Oktober 2024
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. NURUL MA'ARIF NASUTION yang berjudul "Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

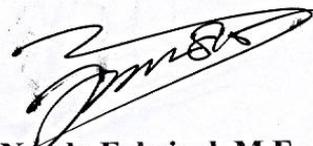
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

Pembimbing II



Nando Fahrizal, M.E
NIP. 1994101920220310003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **NURUL MA'ARIF NASUTION**
NIM : 2040100065
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 14 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 30 Oktober 2024
Saya yang menyatakan,



NURUL MA'ARIF NASUTION

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **NURUL MA'ARIF NASUTION**
NIM : 2040100065
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidimpuan Hak Bebas *Royalti Non eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya Ilmiah saya yang berjudul **“Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan”**. Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 20 Oktober 2024
Yang menyatakan,



NURUL MA'ARIF NASUTION



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : NURUL MA'ARIF NASUTION
NIM : 20 401 00065
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas: : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

Ketua,

Dra. Hj Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris,

Nofinawati, M.A
NIDN. 2016118202

Anggota

Dra. Hj Replita, M.Si
NIDN 2026056902

Nofinawati, M.A
NIDN. 2016118202

H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIDN.2007016301

Dr. Rosnani Siregar, M.Ag
NIDN. 2005058902

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/ Tanggal : Selasa, 12 November 2024
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/ Nilai : Lulus / 74,5 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH
TABUNGAN HAJI DI BANK SUMUT SYARIAH
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : Nurul Ma'arif Nasution
NIM : 20 401 00065

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 16 Desember 2024

Dekan,




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Nurul Ma'arif Nasution
NIM : 2040100065
Judul Skripsi : **Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan .**

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kelancaran kegiatan usahanya dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam. Salah satu perbankan syariah di provinsi Sumatera Utara adalah Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan. Salah satu kegiatan usahanya yaitu penjualan tabungan haji, yang mana tabungan haji adalah salah satu program tabungan yang ditunjukkan kepada para nasabah bank yang memiliki cita-cita untuk berangkat ketanah suci. Berdasarkan data yang ada, nasabah tabungan haji ib Maqbul pada setiap tahunnya mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh faktor promosi, pelayanan dan lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap minat nasabah untuk melakukan tabungan haji di Bank Sumut Kota Padangsidempuan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan teknik pengambilan sampling menggunakan rumus slovin dengan jumlah sebanyak 97 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 23. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial kualitas pelayanan dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

Kata Kunci : **Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, Keputusan Nasabah**

ABSTRACT

Name : Nurul Ma'arif Nasution
Reg. Number : 2040100065
Thesis Title : **Factors that Influence Customer Decisions in choosing Hajj Savings at Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan City.**

Sharia banking is a financial institution that acts as an intermediary between parties who have excess funds and parties who lack funds for the smooth running of their business activities and other activities in accordance with Islamic law. One of the sharia banks in North Sumatra province is Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan City. One of its business activities is the sale of Hajj savings, where Hajj savings is one of the savings programs offered to bank customers who aspire to go to the holy land. Based on existing data, Ib Maqbul Hajj savings customers experience fluctuations every year which are influenced by promotion, service and location factors. This research aims to determine the influence of service quality and marketing strategy on customer interest in making Hajj savings at Bank Sumut, Padangsidimpuan City. This research is quantitative research. The data used in this research is primary data obtained through distributing questionnaires. The sampling technique in this research was a sampling technique using the Slovin formula with a total of 97 respondents. The data analysis method used is multiple linear analysis using SPSS version 23 software. Based on partial hypothesis testing, service quality and marketing strategy have a significant effect on customers' decisions in choosing Hajj savings products at Bank Sumut Syariah, Padangsidimpuan City. Meanwhile, simultaneously service quality and marketing strategy have a significant influence on the factors that influence customers' decisions in choosing Hajj savings products at Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan City.

Keywords: Service Quality, Marketing Strategy, Customer Decisions

خلاصة

الاسم : نور المعارف ناسوتيون
الرقم : ٢٠٤٠١٠٠٠٦٥
عنوان الأطروحة : العوامل التي تؤثر على قرارات العملاء في اختيار مدخرات الحج في
بنك سوموت الشريعة في مدينة بادانجسيدمبوان.

الخدمات المصرفية الشرعية هي مؤسسة مالية تعمل كوسيط بين الأطراف التي لديها أموال فائضة والأطراف التي تفتقر إلى الأموال اللازمة لإدارة أنشطتها التجارية والأنشطة الأخرى بسلاسة وفقاً للشريعة الإسلامية. أحد البنوك الشرعية في مقاطعة سومطرة الشمالية هو بنك سوموت الشريعة في مدينة بادانجسيدمبوان. ومن أنشطتها التجارية بيع مدخرات الحج، حيث يعد مدخرات الحج أحد برامج التوفير المقدمة لعملاء البنك الذين يطمحون للذهاب إلى الأراضي المقدسة. استناداً إلى البيانات الموجودة، يواجه عملاء توفير إِب مقبول الحاج تقلبات كل عام والتي تتأثر بعوامل الترويج والخدمة والموقع. يهدف هذا البحث إلى تحديد تأثير جودة الخدمة واستراتيجية التسويق على اهتمام العملاء بتحقيق مدخرات الحج في بنك سوموت بادانجسيدمبوان سيتي. هذا البحث هو البحث الكمي. البيانات المستخدمة في هذا البحث هي البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من خلال توزيع الاستبيانات. كانت تقنية أخذ العينات في هذا البحث عبارة عن تقنية أخذ العينات باستخدام الصيغة السلوفينية مع إجمالي ٩٧ مشاركاً. طريقة تحليل البيانات المستخدمة هي التحليل الخطي المتعدد باستخدام برنامج حلول المنتجات والخدمات الإحصائية الإصدار ٢٣. بناءً على اختبار الفرضيات الجزئية، فإن جودة الخدمة واستراتيجية التسويق لهما تأثير كبير على قرارات العملاء في اختيار منتجات ادخار الحج في بنك سوموت الشريعة، مدينة بادانجسيدمبوان. وفي الوقت نفسه، فإن جودة الخدمة واستراتيجية التسويق لهما في نفس الوقت تأثير كبير على العوامل التي تؤثر على قرارات العملاء في اختيار منتجات ادخار الحج في بنك سوموت سياريا بادانجسيدمبوان سيتي.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، استراتيجية التسويق، قرارات العملاء

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat beserta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian Shalawat serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, yakni seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dan kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan”. Ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan dengan sangat terbatas dan amat jauh dan kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dan berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan,

serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Prof Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Au Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr Rukiah, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bismis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Pembimbing I peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi mi. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah ibu berikan.
5. Bapak Nando Fahrizal, M.E selaku Pembimbing II, peneliti ucapkan banyak terimakasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti

dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah bapak berikan.

6. Bapak Yusri Fabmi, M. Hum., Selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
8. Skripsi ini peneliti persembahkan sepenuhnya kepada kedua orang tua peneliti yaitu Ayahanda Irhan Nasution Cinta pertama peneliti dan sekaligus ayah hebat dan sangat luar biasa, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan namun beliau senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan mendukung peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai meraih sarjana, dan Ibunda Marela Lubis, S.Pd Cinta pertama peneliti dan sekaligus ibu yang sangat luar biasa dan sangat hebat, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi tingginya kepada kedua orang tua tercinta atas segala doa, dukungan, dan cinta kasih yang selalu diberikan, dan terima kasih atas pengorbanan, kerja keras, dan waktu yang telah diberikan sepenuhnya kepada putri pertamanya, serta kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan,

yang tidak mengenal kata lelah mendengar semua keluh kesah peneliti hingga dititik ini. Terirna kasih selalu berjuang untuk menuruti keinginan peneliti, Peneliti bersyukur mempunyai Orangtua hebat seperti ayah dan mama. Sernoga ayah dan mama selalu dalam lindungan Allah Swt.

9. Terirna kasih kepada Saudara peneliti yaitu Adik Laki-laki Rafif Dzaky Nasution dan Adik Perempuan Dma Uli Adzka Nasution dan Hannum Basa Rizkyna yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat, senyum dan doannya untuk keberhasilan in terima kasih juga atas kasih sayang yang diberikan kepada peneliti dan menuruti keinginan peneliti serta menjaga peneliti dan hal hal yang tidak baik bagi peneliti dan terimakasih atas motivasi, dukungan yang tiada henti, selalu menjadi support system dalam langkah peneliti, terima kasih dan sayang ku untuk kalian.
10. Terima kasih kepada Sahabat Kecil peneliti Ira Wardani, S.Pd yang selalu memberikan motivasi dan menjadi tempat keluh kesah, serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga dapat terselesaikan skripsi ini, terimakasih selalu mengingatkan peneliti.
11. Terima kasih kepada Sahabat Tersayang peneliti Addina Aulia Manik, Terima kasih telah menjadi teman terbaik selama perkuliah selalu membantu dan mendengarkan keluh kesah peneliti serta support dan kasih sayangnya selama ini. Peneliti bersyukur mengenal, berteman tanpa iri dan menjudge.
12. Terima Kasih Kepada teman-teman KKL 61 Muara Mais Parkandangan Pasaman Barat Yaitu Tiara Ritonga, Annisah Nasution, Khadijah Fitri, Santi

Siregar terimakasih selalu mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti. Semoga Allah mempermudah urusan kita. Aamiin.

13. Rekan-rekan mahasiswa/I utamanya Program Studi Ekonomi Bisnis Islam khususnya jurusan perbankan syariah enam atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
14. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan sath persatu yang telah banyak membantu dan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga do'a, dukungan dan perhatian dan semua pihak yang telah diberikan kepada peneliti mendapatkan balasan dan Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi mi masih jauh dan sempurna. Oleh karena itu, kritik serta saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sangat penting, khususnya bagi peneliti sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkan pada umumnya.

Padangsidempuan, 2024
Peneliti,

NURUL MA'ARIF NASUTION
NIM. 2040100065

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	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	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (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	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Deferiisi Operasional Variabel	12
F. Tujuan Penelitian	14
G. Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	16
1. Kualitas Pelayanan	16
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
b. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan	16
c. Kriteria Dalam Menilai Kualitas Pelayanan	17
2. Strategi Pemasaran	18
a. Pengertian Strategi Pemasaran	18
b. Tujuan Strategi Pemasaran	19
c. Fungsi Strategi Pemasaran	20
d. Konsep Strategi Pemasaran	20
3. Keputusan Nasabah	21
a. Pengertian Keputusan Nasabah	21
b. Proses Pengambilan Keputusan	21
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah ..	23
5. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah ..	24

B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
B. Jenis Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	31
D. Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Uji Instrumen	34
G. Teknik Analisis Data	36
1. Statistik Deskriptif	36
2. Uji Asumsi Kiasik	36
a. Uji Normalitas	36
b. Uji Multkolinearitas	37
c. Uji Heteroskedastisitas	37
3. Uji Regresi Linear Berganda	38
4. Uji Hipotesis	39
a. Uji Koefisien Secara Parsial (t)	39
b. Uji Koefisien Secara Sirnultan (F)	40
5. Uji Koetisien Determinasi (R2)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan	42
1. Sejarah Umum Bank Sumutu Syariah Padangsidimpuan	42
2. Visi & Misi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan ..	43
3. Struktur Organisasi P'l. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan	45
4. Aktivitas Usaha PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan	47
B. Deskripsi Data Penelitian	52
1. Uji Instrumen	53
2. Teknik Analisis Data	56
C. Pembahasan Dan Hash Penelitian	65
D. Keterbatasan Penelitian	68
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Implikasi Hasil Penelitian	70

C. Saran	70
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Haji iB Makbul Dari Tahun 2020-2023.	3
Tabel I. 2	Defenisi Operasional Variabel	13
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu 25	
Tabel II.2	Jumlah Nasabah Baru Tabungan Haji Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan	31
Tabel III.1	Indikator Skor 33	
Tabel III.2	Kisi-Kisi Angket 33	
Tabel IV.1	Aktivitas Usaha PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan	47
Tabel IV.2	Karakteristik Responden	52
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	53
Tabel IV. 4	Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran	54
Tabel IV. 5	Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah	54
Tabel IV. 6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	55
Tabel IV. 7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Pemasaran (X2)	55
Tabel IV. 8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)	55
Tabel IV.9	Uji Statistik Deskriptif	56
Tabel IV. 10	Hasil Uji Normalitas	57
Tabel IV. 11	Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel IV.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel IV. 13	Hasil Uji Analisis Linear Berganda	60
Tabel IV. 14	Hasil Uji Parsial (Uji t)	62
Tabel IV.15	Hasil Uji Simultan (Uji F)	63
Tabel IV. 16	Hasil Uji Determinasi (R2)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Organisasi Kantor Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan	46
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kelacaran kegiatan usahanya dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam¹. Kegiatan usaha bank syariah meliputi menghimpun dana, menyalurkan dana, dan produk jasa lainnya. Produk jasa lainnya terdiri dari beberapa aktivitas, salah satunya tabungan haji.

Salah satu perbankan syariah di Provinsi Sumatera Utara adalah Bank Sumut Syariah. Bank ini cukup dapat memberikan kepercayaan pada masyarakat dalam pelayanan maupun fasilitas. Bank ini didirikan pada tanggal 4 November 2005 dengan Akte Notaris Roesli Nomor 22 dalam bentuk perseroan Terbatas (PT). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang ketentuan pokok bank milik Pemerintah Daerah dengan Peraturan Daerah (Perda) Tingkat I Sumatera Utara Nomor 5 tahun 1965. Perda tersebut menetapkan modal dasar sebesar Rp 3 Triliun dan sahamnya hanya dimiliki oleh Pemerintahan Daerah Tingkat I Sumatera Utara dan Pemerintahan Daerah Tingkat II di seluruh Sumatera Utara.²

Salah satu kegiatan usaha pada PT. Bank Sumut Syariah di Kota Padangsidempuan yaitu penjualan tabungan. Tabungan merupakan dana yang

¹ Nofinawati, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm 5.

² Andra Mulia Fatwa, 'Perjanjian Pembiayaan Bank Sumut Syariah' (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008),hlm 9.

berasal dari pihak ketiga yang diletakkan dalam sebuah perbankan yang mana dana tersebut bisa ditarik kapan saja termasuk bisa mempergunakan ATM (*Automatic Teller Machine*). Salah satu jenis tabungan yang ada di PT. Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan yaitu tabungan haji.

Tabungan haji adalah suatu program tabungan yang ditunjukkan kepada para nasabah bank yang memiliki cita-cita untuk berangkat ketanah suci. Dalam program tabungan haji, para calon jamaah haji selain mendapatkan tabungan, calon jamaah haji juga akan mendapatkan asuransi yang akan mengcover mereka hingga tabungan tersebut cukup untuk dipakai menunaikan ibadah ketanah suci mekkah.³

Salah satu kegiatan usaha pada bank sumut syariah Kota Padangsidempuan yaitu penjualan tabungan. Tabungan merupakan dana yang berasal dari pihak ketiga yang diletakkan dalam sebuah perbankan yang mana dana tersebut bisa ditarik kapan saja termasuk bisa mempergunakan ATM. Dimana dalam hal ini saya akan membahas tentang salah satu jenis tabungan yang ada di bank sumut syariah Kota Padangsidempuan yaitu tabungan haji Ib Makbul. Tabungan haji iB Makbul merupakan produk tabungan khusus bagi nasabah yang disediakan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji terkoneksi secara online dengan system computer haji terpadu (SISKOHAT).

³ Makhladeva and Ade Sofyan, 'Pengaruh Promosi Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri', *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 8, No. (2017), hlm 21-22.

Tabel I. 3 Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Haji iB Makbul Dari Tahun 2020-2023.

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2020	1.257
2.	2021	609
3.	2022	597
4.	2023	435

Sumber Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, 2019-2023.

Dari tabel I.1 di atas terlihat pada tahun 2020 jumlah nasabah tabungan haji iB Makbul sebanyak 1.257. Sementara terjadi penurunan ditahun 2021 jumlah nasabah yang membuka tabungan haji berkurang menjadi 609 orang nasabah, dan ditahun 2022 terjadi penurunan nasabah yang membuka tabungan haji menjadi 597 nasabah, ditahun 2023 juga terjadi penurunan menjadi 435 nasabah. Perkembangan jumlah nasabah tabungan haji iB Makbul di atas dapat disimpulkan jumlah nasabah yang mengalami fluktuasi penurunantiap tahunnya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor promosi, pelayanan, lokasi dan lainnya karena di tahun 2020 dan 2021 tidak diadakan manasik haji gratis kemedan karena tidak ada pemberangkatan jamaah haji karena masa Corona dan banyaknya ekonomi masyarakat yang menurun di masa itu. Dalam hal ini Bank Sumut Syariah Padangsidempuan lebih memperhatikan kerjasama untuk meningkatkan jumlah nasabah yang memilih tabungan iB Makbul pada Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.

Keputusan Nasabah merupakan tindakan yang diambil dengan sengaja, tidak secara kebetulan, dengan memilih berbagai alternatif yang tersedia dengan penentuan yang matang dengan tujuan menyelesaikan suatu permasalahan.⁴

⁴ Irfan Fahmi, *Manajemen Strategis: Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 14.

Menurut George R. Terry adalah pemilihan alternative perilaku (kelakuan) dari dua atau lebih alternatif yang ada. Menurut James A.F Stoner, Keputusan adalah pemilihan diantara berbagai alternative Defenisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu: (1) ada pilihan atas dasar logika atau pengembangan; (2) ada beberapa alternative yang harus dipilih salah satu yang terbaik; dan (3) mendekati pada tujuan tersebut.

Kesadaran Merek menjadi factor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Menurut Aaker (1991) kesadaran merek mempengaruhi rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian pembelian dengan mengurangi tingkat risiko yang dirasakan atas suatu merek yang diputuskan untuk dibeli. Kesadaran merek memainkan peran penting dalam mengambil keputusan konsumen mengenai pertimbangan merek mana yang akan digunakan.⁵⁶

Dalam memasarkan produknya Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan telah memantapkan posisinya sebagai salah satu bank yang mempunyai upaya dalam strategi pemasaran. Hal ini di perlukan adanya tenaga pemasar yang harus bisa membaca situasi pasar sekarang dan masa mendatang. Selain itu harus diketahui juga factor-faktor apa saja yang menyebabkan orang memilih membuka tabungan di bank syariah khususnya tabungan haji.

⁵ Junaida, 'Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Sumut SYariah Kcp Syariah Panyabungan' (UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2023).

Kegiatan pemasaran merupakan factor yang sangat penting dan berpengaruh bagi bank untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang atau kesempatan yang ada, sehingga posisi bank di masyarakat dapat di pertahankan sekaligus dapat ditingkatkan. Strategi pemasaran yang berinovasi pada nasabah merupakan cara terbaik yang dapat dilakukan bank.

Perusahaan yang bijaksana akan mengambil langkah-langkah yang nyata untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat utamanya hubungan dengan masyarakat adalah suatu operasi pemasaran yang luas. Masyarakat diharapkan memberikan tanggapan kepada organisasi seperti nama baik serta kesan yang baik, perusahaan bertanya apa yang dibutuhkan masyarakat.⁷

Berdasarkan wawancara dengan salah seorang nasabah yang membuka tabungan haji iB Makbul di Bank Sumut Syariah yaitu Ibu Masrela Lubis adapun factor yang membuat ibu masrela tertarik untuk hal ini karena factor keluarga/pribadi, salah satu keluarga telah menjadi nasabh tersebut. Hal ini merupakan factor keluarga dan social.⁸

Strategi pemasaran adalah menentukan tujuan marketing dan menyusun anggaran untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan teknik tertentu sesuai sehingga jumlah penjualan menjadi lebih

⁷ Junaida.

⁸ Masrela Lubis, Nasabah Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan , *Wawancara* (Padangsidempuan, 14 Desember 2023. Pukul 14.00WIB).

tinggi. Pengertian pemasaran juga bisa diartikan sebagai rangkaian upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu.⁹

Menurut Indriyo Gitosudarso promosi merupakan kegiatan yang di tunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut¹⁰. Aktivitas promosi mempunyai pengaruh penting atas penjualan yang dicapai oleh perusahaan. Dalam hal ini, bank sumut syariah padangsidimpuan juga melakukan sarana promosi dalam menarik dan meningkatkan jumlah nasabah.

Aktivitas promosi mempunyai pengaruh penting atas penjualan yang dicapai oleh perusahaan. Dalam hal ini, Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan yang melakukan sarana promosi dalam menarik dan meningkatkan jumlah nasabah. Dari hasil wawancara dengan Ibu Nona selaku Karyawan di Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan bahwan promosi yang di lakukan di bank sumut syariah cukup memuaskan nasabah, di akibatkan mereka memiliki produk haji yang unggul dan memberikan fasilitas untuk calon jamaah haji yang membuka tabungan di bank sumut syariah gratis manasik haji ke kota medan selama 3 hari dan nasabah memperoleh soufenir seperti baju batik, mukena, dan kain ihram.¹¹ Akan tetapi beberapa tahun terakhir fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh bank sumut syariah kota padangsidimpuan tidak terlaksana karena akibat jumlah

⁹ Marissa Grace Haque, *Strategi Pemasaran* (Ciputat: Pascal Books, 2021), hlm 9.

¹⁰ Danang Suntoyo, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012), hlm 154.

¹¹ Nona, Karyawan Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan, *Wawancara* (Padangsidimpuan, 13 Desember 2023. Pukul 16.00 WIB).

nasabah yang semakin menurun mulai dari Covid 19 mulai 2020 yang tidak dilaksanakannya keberangkatan haji mulai tahun 2020 sampai 2022.

Menurut Bapak Irhan Nasution salah satu nasabah yang menggunakan tabungan haji di Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan dia merasa puas karena bebas biaya administrasi.¹² Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah melakukan strategi pemasaran, yaitu dengan promosi melalui brosur, memasang baliho dan blusukan dari tempat satu ke tempat lain. Namun yang terjadi dilapangan terdapat berbagai kendala atau hambatan dalam memasarkan produk tabungan haji kepada masyarakat, sehingga mengakibatkan jumlah nasabah ditabungan haji Bank Sumut Syariah, “mengalami penurunan selama 2 tahun terakhir ini”¹³. Penurunan ini terjadi karena maraknya Covid 19 ditahun 2020 yang pemerintah arab melarang Negara lain memasuki arab sehingga terbengkalainya keberangkatan haji 2 tahun terakhir ini”. Tidak terlaksananya program strategi pemasaran dalam produk tabungan haji, seperti Berangkat manasik haji kemedan, uang saku untuk para nasabah tabungan haji, dan souvenir dari bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan.

Selain itu adapun faktor yang mempengaruhi orang tertarik untuk membuka tabungan haji di bank Sumut Syariah Padangsidimpuan yaitu kualitas pelayanan sering menjadi penentu keputusan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai

¹² Irhan Nasution, Nasabah Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Desember 2023. Pukul 20.00 WIB).

¹³ Affan Azhari, Karyawan Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan. *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Desember 2023. Pukul 16.15 WIB).

bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah. Keputusan nasabah sebagai kunci sukses jasa bank, oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang ketat.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dalam menentukan puas atau tidaknya nasabah dalam pelayanan, yang dimulai dari loyalitas pada nasabah atau konsumen. Sehingga melalui pelaksanaan kualitas pelayanan yang dengan baik akan memberikan dorongan ketertarikan nasabah dan memunculkan loyalitas para nasabah.¹⁴ Kelebihan kualitas pelayanan yang ada di bank Sumut syariah dapat meningkatkan kepuasan nasabah, menciptakan loyalitas, dan menarik nasabah baru. Kelebihan dari Bank Sumut Syariah mulai dari prinsip yang berdasarkan hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), Akad yang digunakan dalam Produk Tabungan Haji iB Makbul di Bank Sumut Syariah menggunakan Akad Wadiah yad adh-dhamanah. Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, penyimpan dapat mengambil titipan kapan saja. Tabungan Haji iB Makbul memiliki beberapa fitur diantaranya Terkoneksi secara online aplikasi SSKOHAT untuk mendapatkan nomor porsi dan pelunasan BPIH, Setoran bias dilakukan secara bertahap atau sekaligus, Tidak dapat melakukan transaksi penarikan.

Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang didukung oleh perilaku karyawan yang baik dan berdampak pada kualitas pelayanan yang bertanggung jawab, adil, cepat, dan tepat. Apabila masyarakat tidak puas terhadap suatu

¹⁴ Jaka Atmaja, 'Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB', *Jurnal Ecomedica*, Vol 2 No. 1. (2018), hlm 50.

pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien.¹⁵

Usaha mewujudkan pelayanan yang berkualitas tidak bias dilepaskan dari peranan penting karyawan maupun sumber daya manusia yang di miliki perusahaan. Setiap karyawan perlu diberikan pemahaman dan motivasi untuk selalu memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen. Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah diterapkan.¹⁶

Dari hasil wawancara dengan ibu masrela lubis selaku nasabah yang membuka tabungan haji di bank sumut syariah padangsidimpuan bahwa kualitas pelayanan yang ada di bank sumut syariah sangat baik, karena kariyawan-kariyawan yang ada di bank sumut syariah sangat ramah sehingga ibu masrela merasa puas dengan pelayanan yang ada dibank sumut syariah.¹⁷

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji. Strategi pemasaran yang rendah cenderung membuat ragu nasabah untuk memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan, sementara tingkat kualitas pelayanan yang tinggi cenderung mendorong nasabah untuk memilih produk tabungan haji. Hal ini menunjukkan

¹⁵ Riyanti Ratna and Nina Oktarina, 'Pengaruh Fasilitas Kantor, Disiplin Kerja, Dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan', *Business and Accounting Education Journal*, 2021.

¹⁶ MUhammad Isa, Aswadi Lbs, and Marlina, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyebrangan PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Sibolga', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 2, No.2, (2019), hlm 167.

¹⁷ Masrela Lubis, Nasabah Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 14 Desember 2023. Pukul 14.00 WIB).

bahwa strategi pemasaran dan kualitas pelayanan samasama berperan dalam keputusan nasabah memilih produk tabungan haji. Beberapa penelitian menemukan adanya pengaruh signifikan antara strategi pemasaran dengan kualitas pelayanan. Misalnya, penelitian oleh Febri Indra Dkk, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan strategi pemasaran secara positif memengaruhi kualitas pelayanan.¹⁸

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudari Yola Citra Paramitha dan Santi Arafah menyatakan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.¹⁹ Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian saya lokasi penelitian dan persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah samasam meneliti di Pt. bank sumut syariah dan variabel kualitas pelayanannya sama.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan saudara Junaida, yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada Pt. BANK SUMUT KCP SYARIAH PANYABUNGAN” menyimpulkan bahwa: strategi pemasarannya meningkatkan jumlah nasabah. Yang pertama product, produk yang di targetkan sangat beragam. Dalam hal ini penghimpunan terdapat simpanan mudharabah biasa, simpanan mudharabah pendidikan, simpanan mudharabah haji. Produk yang paling diminati dalam

¹⁸ Febri Indra Prabowo, Yulianti Keke, and Bambang Istigjab, ‘Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di PT.Sakaba Bandar Logistik’, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol 15, No (2021).

¹⁹ Yola Citra Paramitha and Santi Arafah, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Sumut Syariah Kcp Marelana Raya’, *Jurnal FEB*, Vol 1, No. (2020), hlm 615.

penyaluran adalah simpanan mudharabah biasa dan simpanan mudharabah pendidikan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan fenomena penelitian yang dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan judul **“Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti uraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Jumlah nasabah tabungan haji pada bank sumut syariah Kota Padangsidempuan mengalami penurunan pada tahun 2021.
2. Bank sumut syariah Kota Padangsidempuan sudah memberikan pelayanan yang cukup baik namun keputusan nasabah memilih tabungan belum meningkat.
3. Bank sumut syariah Kota Padangsidempuan sudah melakukan strategi pemasaran yang cukup baik namun keputusan nasabah dalam memilih tabungan belum meningkat.

C. Batasan Masalah

Tujuan batasan masalah adalah agar penelitian ini terarah serta tujuan yang dimaksud tercapai. Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah untuk memudahkan dalam pembahasan agar tidak terlalu meluas dan dapat sasaran yang akan dibahas yaitu :

1. Penelitian ini hanya membatasi pada dua variabel independent dan satu variabel dependent.
2. Jenis nasabah yang diteliti hanya focus ke nasabah tabungan haji iB Makbul saja.
3. Objek penelitian dibatasi pada Nasabah tabungan haji iB Makbul di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan saja.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan?
2. Apakah strategi pemasaran dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan?
3. Apakah ada kolaborasi antara kualitas pelayanan dan stategi pemasaran yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan?

E. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada kita tentang bagaimana cara mengukur suatu variabel²⁰. Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah.

²⁰ Vivi Candra, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm 90.

Tabel I. 4 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan adalah penilaian konsumen dari apa yang mereka terima dari pelayanan serta pengharapan terhadap tingkat pelayanan yang akan diterima ²¹ . Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah sebagai kegiatan untuk memuaskan keinginan dari nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tepat waktu dan sesuai 2. Pegawai rapi dan sopan 3. Membantu dan melayani dengan cepat dan jelas 4. Fasilitas kantor 	Ordinal
2.	Strategi Pemasaran (X2)	Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan tehnik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi semakin meningkat ²² . Strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah factor penentu keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga 2. Promosi 3. Kualitas Produk 4. Pemasaran secara langsung 	Ordinal
3.	Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan nasabah merupakan langkah pertama merancang kuesioner dengan menerapkan factor apa saja yang menjadi nilai tambah atau keunggulan bisnis pelayanan jasa dimata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi 2. Merek 3. Keinginan 4. Rekomendasi 	Ordinal

²¹ Nasfi and Dkk, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 4, No. (2020), hlm 20.

²² Marissa Grace Haque, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi* (Tanggerang Selatan: Pascal Book, 2021), hlm 9.

		konsumen nasabah. ²³	atau		
--	--	------------------------------------	------	--	--

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui kolaborasi antara perkembangan produk dan strategi pemasaran yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan dalam Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan. dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary dalam meraih gelar akademik sarjana ekonomi (ES).

²³ Johar Arifin and Muhammad Syukri, *Bisnis Perbankan Terapan* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006), hlm 281.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini sebagai bahan masukan dan pengetahuan dalam bidang factor apa saja yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan.

3. Bagi Bank Syariah

Dapat dijadikan sebagai bahan koreksi untuk meningkatkan atau merencanakan stategi pemasaran baru terhadap produk tabungan haji dibank sumut syariah kota padangsidempuan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya khususnya mahasiswa perbankan syariah

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya kualitas didasarkan pada pengalaman actual pelanggan atau konsumen terhadap barang atau jasa yang di ukur berdasarkan persyaratan atau atribut tertentu.¹

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Defenisi dari kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

b. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan

1) Reabilitas (Reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

¹ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD Dan Karo)* (Jakarta: PT. Indeks, 2018), hlm 9.

- 2) Daya tanggap (Responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta mengkonfirmasi kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- 3) Jaminan (Assurance), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- 4) Empati (Empathy), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan memiliki jam operasi yang nyaman.
- 5) Fisik (Tangibles), berkenaan dengan daya Tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

c. Kriteria Dalam Menilai Kualitas Pelayanan

Menurut Gronroos yang dikutip Tjiptono, terdapat tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas pelayanan, yaitu:

1) Hasil Terkait (*Outcome Related*)

Kriteria yang berhubungan dengan hasil kinerja layanan yang ditunjukkan oleh penyedia layanan menyangkut profesionalisme dan

keterampilan. Konsumen menyadari bahwa penyedia layanan memiliki system operasi, sumber daya fisik, dan pekerja dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mencerahkan masalah konsumen secara professional.

2) Proses Terkait (*Process Related*)

Kriteria yang berhubungan dengan proses terjadinya layanan, kriteria ini terdiri dari :

- a) Sikap dan perilaku pekerja
- b) Keandalan dan sifat dapat dipercaya dan Tindakan perbaikan jika melakukan kesalahan

3) Gambaran Terkait (*Image Related*)

Yaitu reputasi dan kredibilitas penyedia layanan yang memberikan keyakinan konsumen bahwa penyedia layanan mampu memberikan nilai atau imbalan sesuai pengorbanannya.¹

2. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Langkah pertama dalam strategi pemasaran adalah menentukan tujuan marketing dan menyusun anggaran untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan teknik tertentu sesuai sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

¹Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), hlm 27-37.

Pengertian pemasaran juga bisa diartikan sebagai rangkaian upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu.²

Suatu perusahaan besar maupun kecil tentunya memiliki visi atau tujuan yang besar dimasa yang akan datang, dalam mencapai tujuan, tidak sedikit halangan dan rintangan menghadapi yang siap untuk menumbangkan perusahaan yang telah berdiri dan mengejar visi.³ Strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan baik itu harga barang dan jasa.

Menurut Kotler dan dan Kaller inti dari pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sasaran dari bisnis adalah mengantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan keuntungan. Sedangkan menurut Kutz strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan pasar dan memuaskan konsumen.⁴

b. Tujuan Strategi Pemasaran

Tujuan Strategi Pemasaran adalah :

- 1) Menjadikan kualitas koordinasi dalam kegiatan pemasaran antara individu atau kelompok meningkat.
- 2) Meningkatkan kemampuan perusahaan untuk dapat menghadapi dan menyelesaikan diri dengan perubahan kondisi pemasaran di masa yang akan datang.

² Haque, *Strategi Pemasaran*, hlm 9.

³ Meyla Surveyandini, *Strategi Pemasaran Ampuh* (Makassar: PT Nas Media Indonesia, 2022), hlm 6.

⁴ Haque, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*, hlm 9-10.

- 3) Merumuskan tujuan pemasaran
- 4) Pengawasan kegiatan pemasaran dan Koordinasi pemasaran

c. Fungsi Strategi Pemasaran

Fungsi strategi pemasaran adalah :

- 1) Memberikan motivasi
- 2) Meningkatkan efektivitas dalam kegiatan pemasaran
- 3) Menetapkan tujuan pemasaran
- 4) Mengontrol kegiatan pemasaran
- 5) Fungsi pertukaran
- 6) Pembelian fisik
- 7) Pembelian jasa
- 8) Pengambilan resiko⁵

d. Konsep Strategi Pemasaran

Pada dasarnya strategi pemasaran bertujuan untuk mencapai target pemasaran dan kepuasan konsumen atas penggunaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Namun sebelumnya memilih strategi apa yang cocok untuk diterapkan dalam proses pemasaran suatu barang atau jasa, ada hal yang perlu dan penting untuk kita pahami. Berikut konsep strategi pemasaranyaitu: Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang.

⁵ Mardia and Dkk, *Strategi Pemasaran* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm 5.

3. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal latar belakang masalah identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.⁶ Nasabah merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, nasabah memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan bank.

Keputusan Nasabah merupakan tindakan yang diambil dengan sengaja, tidak secara kebetulan, dengan memilih berbagai alternatif yang tersedia dengan penentuan yang matang dengan tujuan menyelesaikan suatu permasalahan.

b. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan nasabah sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Proses tersebut sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah. Dalam melakukan pembelian dari sebelumnya membeli sampai setelah melakukan pembelian, proses pembelian konsumen melewati tahap-tahap membeli yang dikonseptualisasikan dalam model lima tahap proses membeli. Model tersebut yaitu sebagai berikut:

⁶ Fahmi, hlm 14.

1) Pengenalan Masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya.

2) Pencarian Informasi

Setelah timbul suatu masalah berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari luar, dan didorong untuk memenuhi kebutuhan tersebut, konsumen yang mencari informasi tentang objek yang bisa memuaskan keinginannya.⁷

3) Penilaian Alternatif

Dari informasi yang diperoleh nasabah, digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif yang dihadapi serta daya Tarik masing-masing alternatif.

4) Keputusan Nasabah

Pihak bank harus memahami bahwa nasabah mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif yang harus dipilih atau untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

5) Perilaku setelah pembelian

Setelah melakukan pembelian konsumen akan merasakan keputusan atau mungkin ketidakpuasan. Apabila yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah

⁷ Danang Suntoyo, *Teori, Kuesioner Dan Analisis Data* (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm 86.

sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negative, bahkan akan menolak dari daftar pilihan.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada pelanggannya, pencapaian pasar yang tinggi salah satu peningkat profit perusahaan.⁸

Menurut Tjiptone sebagaimana yang dikutip oleh Janur Efendi Panjaitan dan Ai L Yulianti, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut Tjiptino menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen.

Dalam penelitian Rauzah Yusuf dan kawan-kawan dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada bank aceh syariah Kota Langsa.

Dalam penelitian Farida dan Mahfud dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah pada produk Tabungan Bank Muamalat KCP Wonosobo.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki Pengaruh terhadap keputusan nasabah, sehingga dapat dikatakan Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

⁸ Adam Maulana, *Pengaruh Kualitas Pelayanan* (Yogyakarta, 2010), hlm 60.

5. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah

Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang sering disebut bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peran penting untuk mempengaruhi nasabah agar dapat memberikan keputusan dalam memilih suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank syariah.⁹

Pemasaran adalah system dalam kegiatan social ekonomi yang disadarkan pada penciptaan dan penyampaian produk yang bernilai, dan memenuhi kebutuhan individu dan kelompok dengan membagikannya secara bebas kepada orang lain. Marketing tau pemasaran adalah suatu ilmu memilih pasar, mempertahankan, serta menumbuhkan nasabah baru dengan menciptakan, menghantarkan serta mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

Dalam penelitian yang diterbitkan oleh Syifa Zakia Nurlatifah, R Masykur dalam jurnal tersebut menemukan bahwa Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara Strategi Pemasaran dengan Keputusan nasabah, sehingga dapat dikatakan Strategi pemasaran sangat signifikan terhadap Keputusan nasabah.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan dan dianggap saling berhubungan dengan penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

⁹ Priansa Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017).

Tabel II.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Arief Firdy Firmansyah (Jurnal Ekonomi Islam Vol.2, no.3, tahun 2019)	Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah.	Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya.
2	Beti Saniyatun, Yuqsi Mahfud (Jurnal Of Econimic, Business and Engineering Vol.2, no.2, tahun 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah dengan Religius Behavior sebagai Variabel Moderator.	Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Bank Muamalat KCP Wonosobo.
3	Abdul Racman, Arie Haura, Dwi Puspita Sari, Mayang Ayu (Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah Vol.5, no.1, tahun 2022)	Strategi Pemasran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Haji dan Umroh IB pada BTN KCPS Tangerang.	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Syariah yang dilakukan oleh BTN KCPS Tangerang meningkatkan jumlah tabungan haji & umroh Ib yaitu sebesar 27% dari jumlah sebelumnya sebanyak 43 nasabah pada tahun 2019 menjadi 55 nasabah pada tahun 2020.
4	Ahmad Irfani, Hafas Furqani, Nevi Hasnita (Jurnal of Sharia Economics Vol.1, no.2, tahun 2020)	Factor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.	Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa factor-faktor yang menjadi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji itu pelayanan, promosi, religiositas, dan lokasi.
5	Retno Dewi Zulaikah (Jurnal Prodi Ekonomi Syariah Vol.4, no.1 tahun 2020)	Dampak Kualitas Pelayanan dan Partonase Figur terhadap Preferensi Nasabah Tabungan Haji BRI Syariah Kcp Kota Blitar.	Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka preferensi nasabah akan meningkat, sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan maka preferensi nasabah akan semakin menurun.

Berdasarkan penelitian tersebut, persamaan dan perbedaan dalam penelitian terdahulu ini adalah sebagai berikut :

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Arief Firdy Firmansyah yang berjudul Pengaruh pengetahuan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah Perbankan Syariah yaitu sama-sama menggunakan keputusan nasabah sebagai variabel dependen. Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan variabel independennya yaitu pengetahuan sedangkan variabel independen penelitian ini strategi pemasaran.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Beti Saniyatun dan Yuqsi Mahfud yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah dengan Religius Behavior sebagai variabel moderator yaitu sama-sama menggunakan keputusan nasabah sebagai variabel dependen dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan perbedaannya pada objek penelitian dan penelitian ini tidak menggunakan variabel moderator.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Abdul Racman, Arie Haura, Dwi Puspita Sari dan Mayang Ayu yang berjudul Strategi Pemasaran Syariah dalam meningkatkan jumlah Nasabah Haji dan Umroh Ib Pada BTN KCPS Tangerang yaitu sama-sama menggunakan strategi pemasaran sebagai variabel independen. Perbedaannya pada objek penelitian dan variabel independen lainnya pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Ahmad Arfani, Hafas Furqani, dan Nevi Hasnita yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi

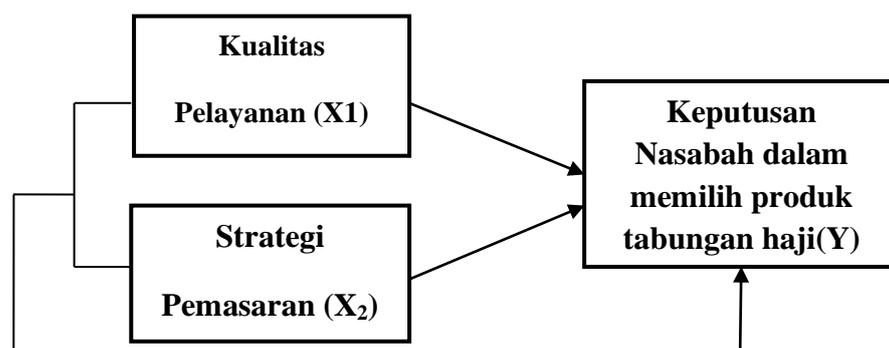
keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji yaitu sama-sama menggunakan keputusan nasabah pada variabel dependen. Perbedaannya pada objek penelitian dan variabel independen lainnya.

- Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Retno Dewi Zulaikah yang berjudul Dampak kualitas pelayanan dan Partonase Figur terhadap Preferensi nasabah tabungan haji BRI Syariah Kcp Kota Blitar yaitu sama-sama menggunakan Kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Sedangkan perbedaannya pada objek penelitian dan variabel dependennya yaitu keputusan nasabah, sedangkan variabel dependen penelitian ini Preferensi.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan. Berdasarkan landasan teori yang dipaparkan diatas, maka kerangka pikir penelitian ini dapat digunakan sebagai berikut.

Gambar II.1 Kerangka Pikir



Dari gambar diatas dapat peneliti jelaskan bahwa kerangka pikirnya yaitu menjelaskan secara parsial Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji, Secara

parsial Strategi pemasaran mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dan memberikan arah terhadap permasalahan penelitian yang masih harus diuji secara empiris. Baik untuk menguji kebenaran teori dan memberikan gagasan baru untuk mengembangkan teori.¹⁰ Hipotesis penelitian ini adalah:

H_{a1} : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

H_{a2} : Terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

H_{a3} : Terdapat Kolaborasi antara kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

¹⁰ Eko Sudamanto and Dkk, *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Yayasan Kita Bersama, 2021), hlm 47.

H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh kolaborasi antara kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan, dengan objek penelitian Nasabah tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan dan waktu penelitian ini di mulai pada Maret 2024 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jika dilihat dari segi pendekatan analisis, penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitati. Penelitian kuantitatif dapat diartikan data yang diukur dalam skala numeric (angka).¹ Menurut Sugiyono “Penelitian Kuantitatif merupakan jenis penelitian berdasarkan pada filosofi poaitivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu”.²

Jenis penelitiannya ini termasuk kedalam jenis penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif adalah penelitian tentang hubungan kausal yang merupakan hubungan sebab akibat. Dengan tujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Strategi Pemasaran (X2) sebagai variabel independen dan Keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan (Y) sebagai variabel dependen.

¹ Azwar Syarifuddin, *Metode Penelitian*, 2011.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 2012.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.³

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang membuka tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan dalam penelitian ini populasi yang dipilih dari tahun 2020-2023 yang berjumlah 2.898 nasabah.

Tabel II.2 Jumlah Nasabah Baru Tabungan Haji Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2020	1.257
2.	2021	609
3.	2022	597
4.	2023	435

Sumber : *Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan*

2. Sampel

Menurut Sugiyono “Sampel adalah bagian dari unit populasi”.⁴ Untuk ini sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul dapat mewakili. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria sebagai berikut :

- a. Nasabah merupakan nasabah tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan
- b. Nasabah yang membuka Tabungan haji dari tahun 2020-2023.

³ Eddy Roflin, *Populasi Sampel Dan Variabel* (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021), hlm 6.

⁴ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 2017.

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sample penelitian berdasarkan rumus Slovin untuk menemukan sampel yang diperlukan, dimana :

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

Keterangan :

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: persen kelonggaran ketidaktelitian karena sampel yang masih dapat ditolerin atau diinginkan, misalnya 10%

Maka jumlah sampelnya adalah :

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

$$n = \frac{2898}{1 + 2898 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2898}{1 + (2898 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{2898}{29,98}$$

$$n = 96,66$$

dibulatkan menjadi 97

Jadi berdasarkan perhitungan diatas jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 97 sampel.

D. Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap jawaban dari pertanyaan-

pertanyaan (kuesioner) tentang Keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

E. Tehnik Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data atau informasi dari responden. Umumnya cara pengumpulan data menggunakan tehnik seperti :⁵

1. Kuesioner (Angket)

Angket merupakan sebuah dokumen penelitian yang berisi sejumlah pertanyaan yang terstruktur, yang akan ditanyakan kepada responden untuk memperoleh data dari responden.⁶ Koesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efesien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa di harapkan dari responden. Adapun skala yang di gunakan dalam penelitian ini adalah skala liker yaitu sebagai berikut.

Tabel III.3 Indikator Skor

Keterangan Jawaban	Skor Pertanyaan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel III.4 Kisi-Kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
1	Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Tepat waktu dan sesuai • pegawai rapid an sopan • membantu dan 	1,2 3,4 5,6

⁵ Juliansyah Noor, *Kupas Tuntas Data Penelitian SPSS 22* (Jakarta: PT. Elev Media Komputido, 2014).

⁶ Ujung Sumarwan, *Riset Pemasaran Dan Komunikasi* (IPB Press, 2018), hlm 59.

		melayani dengan cepat dan jelas • fasilitas kantor	7,8
2	Strategi Pemasaran	• Harga • Promosi • Kualitas Produk • Lokasi yang strategis	1,2 3,4 5,6 7,8
3	Keputusan Nasabah	• Informasi • Merek • Keinginan • Rekomendasi	1,2 3,4 5,6 7,8

2. Wawancara

Wawancara adalah tehnik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang memberikan keterangan kepada peneliti.⁷

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu berupa momen, bentuk tulisan, foto-foto, atau karya dari seseorang. Dokumentasi bertujuan untuk membuktikan bahwa penelitian tersebut terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti mencari data dengan penelitian berupa tulisan, foto-foto untuk mendukung penulisan.

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat korelasi antara setiap indikator dengan variabel utama dan analisis factor ini lebih banyak di gunakan untuk penelitian yang *multivariate analysis* dengan alasan menggunakan variabel

⁷ Husein Umar, *M Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).etode

dan indikator yang lebih banyak dibandingkan dengan *univariate analysis*, disamping itu analisis factor dapat digunakan untuk mereduksi beberapa indikator/factor menjadi jumlah tertentu atau jumlah yang diinginkan. Adapun tehnik kolerasi yang bias dipakai adalah tehnik kolerasi *person product moment* atau menggunakan aplikasi SPSS 23 untuk mengujinya. Adapun dasar pengambilan keputusa yaitu :

- a. Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.
- b. Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka instrument atau item-item pernyataan berkolerasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Realiabilitas

Uji realibilitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat keabsahan instrument penelitian bila digunakan berulang-ulang akan menghasilkan nilai yang relative tidak berubah. Uji reliabilitas juga digunakan untuk mengetahui konsistensi instrument, apakah instrument yang digunakan bias dihandalkan dan tetap konsisten walaupun instrument tersesbut diulang kembali.⁸ Tehnik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrument dalam suatu variabel instrument yang dipakai dikatakan andai jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka instrument yang dipakai dalam penelitian ini dapat dikatakan *reliable*.

⁸ Herispon, *Modul Statistical Package for the social sciences (SPSS) Panduan Pengolahan Data Penelitian Menggunakan SPSS 23 Bagi Mahasiswa* (Pekanbaru : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riu, 2020).

G. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka selanjutnya dilakukan analisis data. Dalam pengolahan analisis statistika peneliti menggunakan SPSS versi 23.0, yaitu program aplikasi yang populer digunakan dalam analisis data. Adapun tahap-tahap analisis data sebagai berikut:

1. Uji Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari cara mengumpulkan data dan menyajikan data sehingga mudah dimengerti. Statistika deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan melalui suatu data atau keadaan, sehingga statistika deskriptif berfungsi menjelaskan keadaan, fenomena, atau masalah. Untuk menarik kesimpulan dalam statistika deskriptif diperoleh melalui kumpulan data yang ada. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai statistic data seperti min, max, dan mean. Nalisis Deskriptif merupakan susunan tehnik mulai dari pengumpulan data, penyajian dan peringkatan data. Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk mendapatkan maksimum, minimum, mean dan *standar devition* dari data yang sudah terkumpul.⁹

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menentukan apakah suatu populasi berdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini penting untuk dilakukan

⁹ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode* (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019).

karena sering kali sebelum melakukan pengolahan data pada suatu pengamatan populasi, banyak peneliti mengasumsikan bahwa populasi yang diamati tersebut berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorof smirnov, untuk dapat menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak dilihat dari nilai suatu data signifikannya. Apabila nilai signifikan $>0,1$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai < 0.1 maka berdistribusi tidak normal.¹⁰

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya dalam satu model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Pengujian ini dapat dilihat melalui tolerance dan lawannya *varian inflation factor* (VIF). Kriteria yang digunakan dalam menentukan uji multikolinearitas antara lain adalah :

- 1) Pada nilai tolerance apabila nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji dan sebaliknya.
- 2) Pada nilai VIF apabila nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji dan sebaliknya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satuan pengamatan ke

¹⁰ Diah Wijayanti Susna, *Statistika* (Malang: MNC Publishing, 2019), hlm 75.

pengamatan yang lainnya. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melakukan uji Glejser, Uji Park atau Uji White dan Uji Spearman rho. Pada penelitian ini menggunakan pengujian heteroskedastisitas model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas hal ini dapat dilihat :

- 1) Jika P value > 0,1 maka terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.
- 2) Jika P value < 0,1 maka tidak ada terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.¹¹

3. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan variabel terikat. (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas, tujuan ‘regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel terikatresponse (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya bebasnya predictor diketahui.¹²

Adapun regresi linear berganda yang dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui Kualitas Pelayanan(X1), Strategi Pemasaran (X2), terhadap Keputusan Nasabah(Y), bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen

X : Variabel Independen

A : Konstanta

B : Koefisien regresi independen

¹¹ Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

¹² Romasyah Suhaddin, *Pengantar Statistik* (Makasar: Liyan Pustaka, 2021), hlm 188.

e : error

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

$$\mathbf{KN} = \mathbf{a} + \mathbf{b1KP} + \mathbf{b2SP} + \mathbf{e}$$

Keterangan :

KN : Keputusan Nasabah

a : Konstanta

b1b2 : Koefisien Regresi Berganda

KP : Kualitas Pelayanan

SP : Strategi Pemasaran

e : error

4. Uji Hepotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau sub masalah yang diajukan oleh peneliti, yang dijabarkan dari landasan teori atau kajian teori dan masih harus diuji kebenarannya.¹³

a. Uji Parsial (t)

Uji persial merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independent berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan thitung dan ttabel untuk mengetahui signifikan antara variabel bebas dan terikat maka dapat membandingkan antara thitung dan ttabel sebagai berikut.¹⁴

1) Jika nilai $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Jika nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

¹³ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm 203.

¹⁴ Mochammad Ilyas Junjuran, *Pengelola Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews Dalam Penelitian Bisnis* (Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021), hlm 5.

b. Uji simultan (F)

Uji F adalah hipotesis yang dilakukan secara bersamaan pada variabel penelitian yang dilakukan secara bersamaan adapun pada penelitian hipotesis simultan dalam menggunakan SPSS 23 dapat diperoleh melalui uji ANOVA. Untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

1) Jika $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} maka H_0 ditolak , dan H_a diterima.

2) Jika $F_{hitung} <$ dari F_{tabel} maka H_0 diterima , dan H_a ditolak.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah perbandingan total variasi dalam variabel terkait Y yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel bebas X. koefisien determinasi (R^2) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu regresi Y terdapat X_1 dan X_2 hal ini diketahui bahwa berupa besarnya presentase sumbangan X_1 dan X_2 terhadap naik turunnya Y secara bersama-sama.¹⁵

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman peneliti ataupun pembaca dalam skripsi ini, maka akan dikemukakan sistematika atau hasil serta poin penting:

Bab I pendahuluan, pada bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan

¹⁵ Alya Fauziyah, *Modul Statistika*, 2013.

Bab II kajian pustaka, pada bab ini berisikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

Bab III metodologi penelitian, pada bab ini berisi tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis dan metode penelitian, populasi, dan sampel, instrument pengumpulan data, metode analisis.

Bab IV yang berisikan hasil penelitian, dan pembahasan yang terdiri dari deskripsi data hasil penelitian.

Bab V merupakan penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

1. Sejarah Umum Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No.13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai Perda Tk.I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk.I dan Pemda Tk. II Sumatera Utara¹.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit Usaha Syariah². Dengan semakin maraknya pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia dan mempertimbangkan prospek layanan berbasis syariah yang belum diselenggarakan di Sumatera Utara, maka sesuai Surat Bank Indonesia Medan pada tanggal 18 Oktober 2004 Bank SUMUT melebarkan sayapnya dengan membuka Unit Usaha Syariah. Berdasarkan Surat Keputusan Direksi PT. Bank

¹ *Bank SUMUT News*, edisi XII, 2011, hlm 7.

² '<https://www.banksumut.co.id>'.

SUMUT No. 364/DIR/DPP-PP/SK/2004 dan Surat Keputusan Direksi PT. Bank SUMUT No. 365/DIR/DPP-PP/2004 tanggal 28 Oktober 2004 Bank SUMUT Cabang Syariah Medan dan Cabang Syariah Padangsidempuan resmi dioperasikan. Untuk semakin memperluas jangkauan pelayanan berbasis syariah maka pada tanggal 16 Desember 2005 sesuai dengan Surat Keputusan Direksi PT. Bank SUMUT No. 498/DIR/DPP-PP/SK/2005 dioperasikan Bank SUMUT Cabang Syariah Tebing Tinggi Pada tahun 2015 kantor Bank SUMUT Cabang Syariah berjumlah 5 kantor cabang syariah dengan beberapa kantor cabang pembantu yaitu sebagai berikut:

- a. Kantor Cabang Syariah Medan dengan 11 kantor Cabang Pembantu.
- b. Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan dengan 1 kantor Cabang Pembantu.
- c. Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dengan 3 kantor Cabang Pembantu.
- d. Kantor Cabang Syariah Sibolga.
- e. Kantor Cabang Syariah Pematang Siantar dengan 2 kantor Cabang pembantu.

2. Visi & Misi Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Visi adalah cara pandang jauh kedepan kemana perusahaan harus dibawa, harus dapat eksis, ansipatif dan inovatif. Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh manajemen dan *stakeholder*.

Adapun visi yang ditetapkan oleh Bank SUMUT adalah menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

Perusahaan untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan, maka setiap proses harus mempunyai misi yang jelas, karena misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan perusahaan dan sasaran yang ingin dicapai, juga merupakan pernyataan yang harus dilaksanakan oleh manajemen yang harus memperlihatkan secara jelas hal apa yang penting bagi perusahaan. Misi dari Bank SUMUT adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *good corporate governance*.

Sebagai Bank yang memiliki visi dan misi yang tersebut di atas, Bank SUMUT senantiasa berusaha mengikuti perkembangan yang ada, termasuk rencana untuk mendirikan Unit atau Divisi Usaha Syariah. Secara garis besar, terdapat tiga pertimbangan utama yang menjadi landasan pengembangan Unit atau Divisi Usaha Syariah Bank SUMUT yaitu Memperluas jangkauan target pasar Bank SUMUT khususnya umat Islam, sehingga mendorong partisipasi masyarakat yang lebih besar dalam kegiatan ekonomi.

- a. Meningkatkan kualitas layanan produk dan jasa perbankan sehingga memperkuat daya saing Bank SUMUT.
- b. Meningkatkan sumber pendapatan dalam rangka memperkuat tingkat kesehatan Bank SUMUT.

Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sebagai Unit Usaha dibawah organisasi Bank SUMUT maka visi Divisi Usaha Syariah adalah mendukung pencapaian visi Bank SUMUT secara umum. Atas hal tersebut diatas, maka Divisi Usaha Syariah telah menetapkan visi dan misi sebagai berikut:

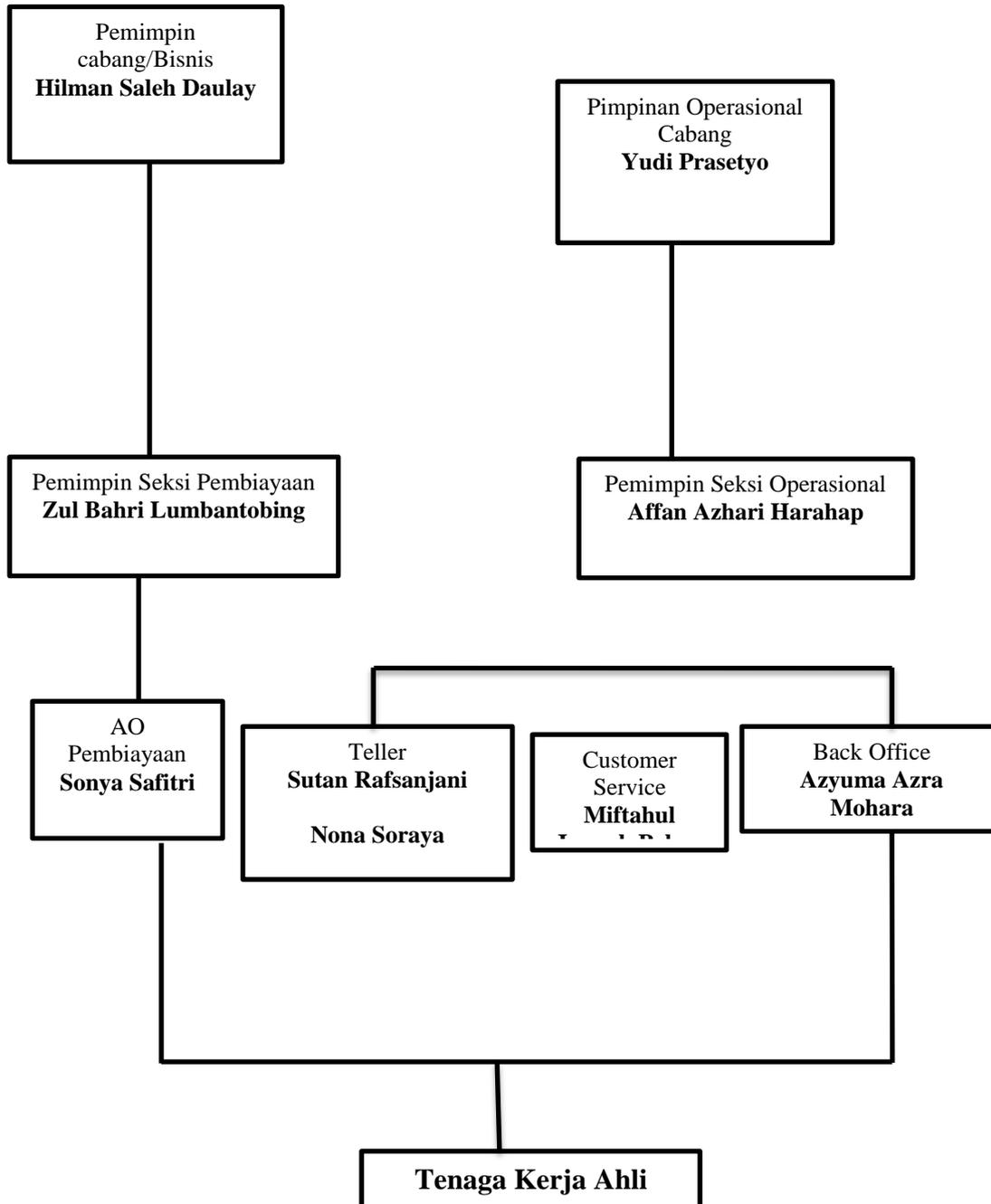
Visi Bank SUMUT Syariah adalah meningkatkan keunggulan Bank SUMUT dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

3. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana, memperlihatkan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi, dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membantu pimpinan atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan-tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan melakukan restruksi organisasi. Tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien, hal ini dilakukan dengan menyatukan beberapa unit kerja yang memiliki karakteristik yang sama dalam satu direktorat. Adapun struktur organisasi pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu:

Gambar IV.2 Struktur Organisasi Kantor Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan



Sumber : PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

4. Aktivitas Usaha PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Aktivitas usaha Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan merupakan produk-produk yang ditawarkan serta jasa-jasa keuangan lainnya yang telah mendapat persetujuan dari Direksi Bank SUMUT yang terdiri dari :
Produk C

Tabel IV.1
Aktivitas Usaha PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Fungsi Bank	Produk
Penghimpunan Dana	<ol style="list-style-type: none"> 1.Tabungan Smart iB wadiah 2.Tabungan Smart iB 3.Tabungan Smart iB Makbul. 4.Tabungan Smart iB Rencana. 5.Giro iB Bank SUMUT. 6.Deposito iB Ibadah.
Penyaluran Dana	<ol style="list-style-type: none"> a.Pembiayaan iB Serba Guna (<i>Murâbahah</i>). b.Pembiayaan iB Modal Kerja. c.Pembiayaan Talangan Umrah. d.Pembiayaan KPR iB Griya. e.Pembiayaan Multiguna Pegawai f. Penerbitan Garansi bank/<i>kafalah</i>.
Jasa Lainnya	<ol style="list-style-type: none"> a. Jasa Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia. b. Jasa Transfer Via Sistem BI-RTGS. c. Jasa Surat Keterangan Bank. d. Jasa Surat Keterangan Dukungan Dana.¹

Sumber : Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Bank SUMUT Syariah komitmen menyediakan produk dan jasa perbankan yang dilandaskan pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi. Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah:

¹ Brosur Bank SUMUT Cabang Syariah, 'Layanan Syariah (Office Channeling)'.

a. Produk Penghimpunan Dana

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dilakukan untuk mencari dana kepada lapisan masyarakat dan perusahaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1) Giro

a) Simpanan Giro Wadiah

Simpanan giro wadiah berdasarkan fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

b) Simpanan Giro Mudharabah

Simpanan giro mudharabah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana pada Bank SUMUT Syariah dengan menggunakan akad mudharabah dan mengelolanya secara professional.

2) Tabungan

a) Tabungan Marhamah

Tabungan marhamah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Tabungan marhamah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqoh yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola adalah pihak bank.

b) Tabungan Marwah

Tabungan marwah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Tabungan marwah adalah tabungan yang bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

c) Tabungan Ib Makbul

Tabungan iBMakbul adalah produk tabungan khusus bagi nasabah yang disediakan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji terkoneksi secara online dengan system computer haji terpadu (SISKOHAT), selain itu haji merupakan salah satu yang ada dalam rukun Islam yakni baik haji bagi orang yang mampu baik dari segi materi maupun rohani.

Dalam memasarkan produknya bank syariah memantapkan posisi bank sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran di perlukan adanya tenaga pemasar yang harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan masa mendatang. syarat pembukaan tabungan iB Makbul yaitu Buka rekening Rp. 100.000,- , Fotocopy KTP, Mengisi formulir dan menandatangani formulir pembukaan rekening tabungan. Adapun keuntungan yaitu Nasabah akan langsung mendapat nomor porsi setelah melakukan setoran haji awal, Bebas administrasi bulanan, Gratis asuransi jiwa bagi nasabah, Manasik haji gratis.

d) Tabungan Mudharabah Plus

Tabungan mudharabah plus adalah salah satu jenis tabungan yang diberikan oleh Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sebagai promo produk akhir tahun. Tabungan ini memberikan hadiah langsung tanpa diundi, yang bisa dibuka dengan menabungkan dana minimal Rp 25.000.000,-.

3) Deposito

Deposito menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dana Bank syariah dan/atau UUS. Adapun salah satu jenis deposito di Bank SUMUT Syariah.

b. Produk Pembiayaan

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dikhususkan untuk mencari nasabah di seluruh lapisan masyarakat dan perusahaan untuk bekerja sama dalam hal pembiayaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut.

1) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah jual beli atas suatu barang dengan harga yang telah disepakati dari awal pada kesempatan kedua belah pihak, dimana harus jelas disebutkan berapa harga pokok yang harus dibayar dan margin keuntungannya. Pada pembiayaan murabahah di

Bank SUMUT Syariah ini ada berbagai macam produk diantaranya adalah sebagai berikut:

2) Murabahah KPR iB-Griya

Murabahah KPR iB-Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh debitur yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran dimuka oleh bank yang bersangkutan kemudian debitur yang akan mencicil kepada pihak perusahaan.

3) Murabahah iB Serbaguna

Merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh debitur dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup.

4) Murabahah Investasi

Murabahah investasi digunakan untuk para pengusaha dalam ekspansi perusahaan dan pengadaan kebutuhan alat-alat, baik dari aspek pertanian, perdagangan, perikanan, maupun transportasi.

5) Murabahah Konsumsi

Murabahah konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam kehidupannya seperti, kendaraan, merenovasi rumah, laptop dan sebagainya.

6) Pembiayaan iB Modal Kerja

Pembiayaan iB Modal Kerja di Bank SUMUT Syariah menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad mudharabah dan

musyarakah. Pembiayaan mudharabah modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik (shahibu mal) kepada pengelola dana (mudharib) untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan/bagi hasil dengan menggunakan metode bagi hasil antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

Pembiayaan musyarakah modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik dana modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

c. Produk Jasa

Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah lumayan memadai tidak kalah dengan produk jasa dari bank lain diantaranya adalah sebagai berikut: Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia, Bank Garansi, Surat Keterangan Bank, Inkaso, BI-RTGS

B. Karakteristik Responden

Adapun gambaran umum responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.2 Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki-laki	33
2.	Perempuan	64
Total		97

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan table IV.1 diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 33 nasabah sedangkan

perempuan sebanyak 64 nasabah. Sehingga responden pada penelitian ini berjumlah 97 nasabah.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah alat ukur yang dipergunakan untuk mengukur penyertaan pada kuesioner, guna mendapati valid maupun tidak validnya kuesioner tersebut. Untuk penentuannya dikerjakan menggunakan perbandingan nilai r hitung dan r table. Sebagaimana $(df) = n-2$, dengan taraf dalam uji signifikansi yaitu sebesar 0,1. Dengan n sebagai total sampel. Indikator diakui valid bila jumlah r hitung $>$ r table. Sedangkan bila r hitung $<$ r table maka indikator itu diakui tidak valid. Uji validitas tiga variabel penelitian yang terdapat dalam penelitian ini diuji menggunakan SPSS versi 23.0 sebagai berikut:

Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,698	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 97$, pada taraf signifikan 10 % dengan nilai r_{tabel} statistik, maka r_{tabel} sebesar = 0,1663	Valid
2	0,794		Valid
3	0,763		Valid
4	0,777		Valid
5	0,789		Valid
6	0,757		Valid
7	0,675		Valid
8	0,484		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas pada table IV.2 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar. Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 8 dinyatakan valid.

Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,575	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 97$, pada taraf signifikan 10 % dengan nilai r_{tabel} statistik, maka r_{tabel} sebesar = 0,1663	Valid
2	0,783		Valid
3	0,742		Valid
4	0,690		Valid
5	0,680		Valid
6	0,532		Valid
7	0,681		Valid
8	0,615		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas pada table IV.3 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar. Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 8 dinyatakan valid.

Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,523	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 97$, pada taraf signifikan 10 % dengan nilai r_{tabel} statistik, maka r_{tabel} sebesar = 0,1663	Valid
2	0,725		Valid
3	0,540		Valid
4	0,583		Valid
5	0,558		Valid
6	0,545		Valid
7	0,632		Valid
8	0,533		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas pada table IV.4 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar. Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 8 dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur yang dipergunakan mengukur kereliabelan pada kuesioner, dimana terdapat kumpulan indikator didalamnya. Apabila jawaban dalam kuesioner konsisten atau konstan tiap

waktu, dapat dikatakan kuesioner itu reliable. Pengukuran sekali (*one shot*) dengan uji *Cronbach Alpha* pada variabel yaitu $>0,60$ dapat dinyatakan reliable. Uji Reliabilitas ketiga variabel penelitian yang terdapat dalam penelitian ini diuji menggunakan SPSS versi 23.0. dari uji yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel IV. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,865	8

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas Kualitas pelayanan dapat dikatakan reliable, jika nilai *Cronbach's Alpha* $0,865 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan reliable dan dapat diterima.

Tabel IV. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Pemasaran (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,817	8

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas Kualitas pelayanan dapat dikatakan reliable, jika nilai *Cronbach's Alpha* $0,817 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan reliable dan dapat diterima.

Tabel IV. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,702	8

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas Kualitas pelayanan dapat dikatakan reliable, jika nilai *Cronbach's Alpha* $0,817 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan reliable dan dapat diterima.

2. Tehnik Analisis Data

a. Uji Statistik Deskriptif

Berikut adalah hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini yaitu:

Tabel IV.9 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	97	27,00	40,00	35,3299	3,22981
Strategi Pemasaran	97	29,00	40,00	35,0619	3,07481
Keputusan Nasabah	97	28,00	40,00	34,0309	3,02921
Valid N (listwise)	97				

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai minimum 27.00, maximum 40.00, dan nilai mean sebesar 35,3299. Variabel strategi pemasaran (X_2) memiliki nilai minimum 39.00, maximum 40.00 dan nilai mean sebesar 35,0619. Variabel keputusan nasabah (Y) memiliki nilai minimum 28.00, nilai maximum 40.00, dan nilai mean sebesar 34,0309.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual dari data yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Penelitian dianggap baik apabila memiliki sebaran data yang normal. Sebaran data dianggap berdistribusi secara normal apabila

memiliki nilai sig $>0,1$. Dalam penelitian ini uji normalitas data dilakukan dengan uji *Kolmogorov smirnov*. Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 10 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,24071533
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,067
	Negative	-,055
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan nilai table yang ada diatas nilai sig $> 0,1$ maka distribusinya normal, nilai signifikasinya $0,200 > 0,1$ memenuhi asumsi normalitas.

2) Hasil Uji Multikolinearitas

Tehnik yang disebut uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan korelasi antara variabel independen. Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Strategi Pemasaran (X2), merupakan factor independen dalam penelitian ini. Penelitian model regresi dianggap baik apabila tidak terdapat gejala multikolinieritas didalamnya. Dalam penelitian uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai toleransi dari nilai VIF

(*Variance Inflation Factor*). Suatu penelitian terbebas dari gejala multikolinieritas apabila nilai toleransinya $> 0,1$ dan nilai VIF nya < 10 . Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23.0 didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel IV. 11 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8,667	2,941		2,947	,004		
	Kualitas Pelayanan	,459	,086	,489	5,342	,000	,694	1,440
	Strategi Pemasaran	,261	,090	,265	2,896	,005	,694	1,440

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah
Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan $1,440 < 10$, strategi pemasaran $1,440 < 10$, jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$). Sementara nilai tolerance untuk variabel kualitas pelayanan $0,694 > 0,1$ dan strategi pemasaran $0,694 > 0,1$, jadi dapat disimpulkan nilai tolerance dari kedua variabel adalah tolerance $> 0,1$, berdasarkan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel kualitas pelayanan dan strategi pemasaran.

3) Hasil Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah tidak terdapat variasi regresi dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah model regresi terhindar dari tanda-tanda heteroskedastisitas atau tidak diuji dengan menggunakan *Uji Glejser*. Suatu penelitian dianggap terhindar dari gejala Heteroskedastisitas apabila memiliki nilai sig > 0,1. Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel IV.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations		
			Kualitas Pelayanan	Strategi Pemasaran	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation	1,000	,568**	,064
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,531
		N	97	97	97
	Strategi Pemasaran	Correlation	,568**	1,000	,010
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,925
		N	97	97	97
	Unstandardized Residual	Correlation	,064	,010	1,000
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	,531	,925	.
		N	97	97	97

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

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa variabel X_1 dan X_2 mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,1 dengan nilai X_1 0,531 > 0,1 dan X_2 0,925 > 0,1 artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Regresi Linear Berganda

Tujuan uji regresi linear berganda adalah untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menilai dampak potensi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Strategi Pemasaran (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y). berikut temuan dari hasil pengujian menggunakan SPSS versi 23.0:

Tabel IV. 13 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,667	2,941		2,947	,004		
Kualitas Pelayanan	,459	,086	,489	5,342	,000	,694	1,440
Strategi Pemasaran	,261	,090	,265	2,896	,005	,694	1,440

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah
Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas pada bagian *Unstandardized Coefficients* bagian atau Koefosien Standar beta, diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Kualitas pelayanan (X1) yaitu sebesar 0,459 dan nilai koefisien regresi variabel Strategi pemasaran (X2) yaitu sebesar 0,261 dengan nilai konstanta (a) sebesar 8,667. Sehingga diperoleh persamaan sebagai beriku

$$KN = 8,667 + 0,459 KP + 0,261 SP + e$$

- 1) Nilai a yang diperoleh yaitu sebesar 8,667 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan nasabah belum di pengaruhi variabel

lainnya yaitu variabel kualitas pelayanan (X1) dan Variabel Strategi pemasaran (X2). Jika variabel independent tidak ada maka variabel Keputusan nasabah tidak mengalami perubahan.

- 2) Nilai koefisien variabel Kualitas pelayanan bernilai positif yaitu sebesar 0,459 artinya bahwa variabel Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan, setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka minat masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar $8,667 + 0,459 = 9,126$ satuan dengan kata lain variabel independent tetap.
- 3) Nilai koefisien variabel Strategi Pemasaran bernilai positif yaitu sebesar 0,261 artinya bahwa variabel Strategi Pemasaran mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan, setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka minat masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar $8,667 + 0,261 = 8,928$ satuan dengan kata lain variabel independent tetap.

d. Regresi Linear Berganda

1) Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel IV. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,667	2,941		2,947	,004
Kualitas Pelayanan	,459	,086	,489	5,342	,000
Strategi Pemasaran	,261	,090	,265	2,896	,005

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan dari hasil uji parsial diatas, diperoleh kesimpulan bahwa nilai untuk t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $97 - 2 - 1 = 94$ yaitu sebesar 1,663 yaitu :

a) Pengaruh Kualitas pelayanan (X1) terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Diperoleh nilai t_{hitung} 5,342 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan jika $t_{hitung} (5,342) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai sig $0,000 < 0,1$, maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan.

b) Pengaruh Strategi Pemasaran (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Diperoleh nilai t_{hitung} 2,896 dengan nilai sig 0,005. Hal ini menunjukkan jika $t_{hitung} (2,897) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai sig $0,005 < 0,1$, maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F biasa disebut uji Anova atau uji secara simultan (bersama) adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang ada mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat secara bersamaan. Uji ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Jika nilai sig < 0,1 dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya. Perhitungan F_{tabel} didapat dari pengolahan pada program Microsoft Excel 2010. Berikut ini adalah pengolahannya :

Nilai $\alpha = 0,1$

Df = (n-k-1) dimana k (jumlah variabel independent)
 = 97-2-1 = 94

Nilai $F_{tabel} = 2,36$

Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23.0 didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel IV.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	398,910	2	199,455	38,898	,000 ^b
Residual	481,997	94	5,128		
Total	880,907	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui jika nilai F_{hitung} adalah sebesar 38,898. Hal ini menunjukkan jika $F_{hitung} (38,898) > F_{tabel} (2,36)$ dan nilai

sig 0,000 < 0,1, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji.

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen diukur dengan menggunakan koefisien determinasi. Uji koefisien determinasi dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Kualitas Pelayanan (X1), Strategi Pemasaran (X2), secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y). Berikut hasil pengujian menggunakan SPSS versi 23.0.

Tabel IV. 16 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,673 ^a	,453	,441	2,264

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas di peroleh kesimpulan bahwa analisis koefisien determinasi (R^2) diperoleh angka *Adjusted R Square* 0,673 atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan starategi pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah sebesar 44% sisanya sebesar 56% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan”, dengan jumlah responden 97. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran mampu mempengaruhi Preferensi sebesar 44% sedangkan sisanya 56% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS Versi 23 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji parsial dalam penelitian ini diketahui bahwa t_{hitung} $X_1 = 5,342 > t_{tabel} = 1,661$.) . Maka H_{a1} diterima dan H_{O1} ditolak artinya secara parsial Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Kualitas Pelayanan mengenai produk tabungan haji di bank sumut syariah memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di bank sumut syariah Kota Padangsidempuan. Tingginya Kualitas Pelayanan terhadap Nasabah dapat membuat nasabah merasa nyaman dan enggan untuk beralih ke bank lainnya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan bagi

nasabah, sehingga dapat membantu Bank Sumut Syariah memahami dan memenuhi kebutuhan yang diinginkan nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Rini Kurniawati (2019) yang menyatakan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 39,9% dengan nilai signifikansi 0,001 terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah.²

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang dimiliki Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan Sudah Bagus akan tetapi beberapa nasabah yang komplek karena karyawan di bank Sumut Syariah sangat minim. Kualitas Pelayanan memainkan peran penting dalam membentuk Keputusan Nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

2. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji parsial dalam penelitian ini diketahui bahwa t_{hitung} $X^2 = 2,896 > t_{tabel} = 1,661$. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. Variabel Religiusitas memiliki nilai sig. $< 0,01$ ($0,05 < 0,01$) maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak artinya secara parsial Strategi Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Riski Saputra (2020) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan

² Rini Kurniawati, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank BRI Syariah Kcp Ngawi' (Universitas Ponorogo, 2019), hlm 67.

sebesar 82% dengan nilai signifikansi 0,001 terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.³

Strategi pemasaran yang sering disebut bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peran penting untuk mempengaruhi nasabah agar dapat memberikan keputusan dalam memilih suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank syariah.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji Secara simultan dalam penelitian ini diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 38,898 sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus $df=n-k-1$ atau $97-2-1=94$ yaitu sebesar 2,36 dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,898 > 2,36$). Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,00 sehingga nilai sig. $< 0,1$ ($0,005 < 0,1$) maka H_{a3} diterima dan H_{O3} ditolak artinya Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Hasil uji yang didapat dari uji regresi linear berganda ditunjukkan dengan nilai koefisien Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran regresinya yang bernilai positif, selanjutnya hasil pengujian determinasi dapat diketahui dari tabel R square dengan hasil yang diperoleh adalah 0,441 dengan persentase sebesar 44%. Hal ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh Strategi

³ Riki Saputra, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah' (UIN Syahada Padangsidimpuan, 2020), hlm 63.

Pemasaran dan Kualitas Pelayanan merupakan suatu elemen yang dapat mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan.

D. Keterbatasan Penelitian

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti dalam melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti, keterbatasan waktu, tenaga serta biaya peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.
2. Keterbatasan peneliti dalam menyebar angket karena peneliti tidak menjamin kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang peneliti berikan dan mungkin responden tidak memiliki waktu yang banyak sehingga terjadi kelemahan emosional dalam mengisi angket
3. Peneliti hanya meneliti tentang Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran sebagai variabel X.
4. Objek yang digunakan untuk dianalisis sebagai sampel hanya 97 nasabah.
5. Sampel yang digunakan dalam penelitian hanya berasal dari Nasabah Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan.
6. Teknik pengumpulan data yang diukur hanya menggunakan kuesioner.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih disempurnakan lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai judul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan” dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Secara parsial Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan dengan $t_{hitung} X1 = 5,342 > t_{tabel} = 1,661$. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai sig. $< 0,1$ ($0,00 < 0,1$) maka H_{a1} diterima dan H_{O1} ditolak.
2. Secara parsial Strategi Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan dengan $t_{hitung} X2 = 2,896 > t_{tabel} = 1,661$. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. Variabel Strategi Pemasaran memiliki nilai sig. $< 0,1$ ($0,05 < 0,01$) maka H_{a2} diterima dan H_{O2} ditolak.
3. Secara simultan Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,898 > 2,36$). Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,00 sehingga nilai sig. $< 0,01$ ($0,00 < 0,01$) maka H_{a3} diterima dan H_{O3} ditolak.

B. Implikasi

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan yang telah diuraikan menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk tabungan haji, pihak bank diuntungkan karena semakin banyak nasabah mempercayai produk pada bank tersebut maka semakin optimal profit yang diterima. Bagi pihak bank Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran pada Produk Perbankan Syariah dapat dijadikan manajemen sebagai bahan evaluasi Produk. Karena itu perlu dilakukan upaya-upaya untuk mempertahankan mempertahankan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan bank syariah lainnya, bank sumut syariah harus meningkatkan dan mewujudkan visi misi yang ada di bank sumut syariah, untuk mempertahankan kualitas yang dimiliki maka bank sumut harus terus berproses dengan mengsinergi semua komponen kualitas yang ada. Saling support antar pimpinan dan seluruh karyawan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini masih memungkinkan untuk dikembangkan dari segi cakupan wilayah. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel dan mengembangkan penelitian sehingga hasilnya dapat digeneralisir lebih luas.
2. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

3. Penelitian ini bisa digunakan sebagai evaluasi bagi pihak Bank agar dapat meningkatkan upaya kedepan untuk meningkatkan Keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Maulana, *Pengaruh Kualitas Pelayanan* (Yogyakarta, 2010)
- Affan Azhari, Karyawan Bank Sumut Syariah Kota Padangsidimpuan. *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 13 Desember 2023. Pukul 16.15 WIB).
- Andra Mulia Fatwa, 'Perjanjian Pembiayaan Bank Sumut Syariah' (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008)
- Brosur Bank SUMUT Cabang Syariah, 'Layanan Syariah (Office Channeling)'
- Danang Suntoyo, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012),
- Danang Suntoyo, *Teori, Kuesioner Dan Analisis Data* (Yogyakarta: Andi, 2013),
- Diah Wijayanti Susa, *Statistika* (Malang: MNC Publishing, 2019)
- Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Eddy Roflin, *Populasi Sampel Dan Variabel* (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021),
- Eko Sudamanto and Dkk, *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Yayasan Kita Bersama, 2021),
- Febri Indra Prabowo, Yulianti Keke, and Bambang Istigjab, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di PT.Sakara Bandar Logistik', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol 15, No (2021).
- Haque, *Strategi Peasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*
- Herispon, *Modul Statistical Package for the social sciences (SPSS) Panduan Pengolahan Data Penelitian Menggunakan SPSS 23 Bagi Mahasiswa* (Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riu, 2020).
- Husein Umar, *M Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Irfan Fahmi, *Manajemen Strategis: Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014)

- Irhan Nasution, Nasabah Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 14 Desember 2023. Pukul 20.00 WIB).
- Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode* (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019).
- Jaka Atmaja, 'Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB', *Jurnal Ecomedica*, Vol 2 No. 1. (2018)
- Johar Arifin and Muhammad Syukri, *Bisnis Perbankan Terapan* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006)
- Juliansyah Noor, *Kupas Tuntas Data Penelitian SPSS 22* (Jakarta: PT. Elev Media Komputido, 2014).
- Junaida, 'Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Sumut SYariah Kcp Syariah Panyabungan' (UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023).
- Makhladeva and Ade Sofyan, 'Pengaruh Promosi Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri', *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 8, No. (2017)
- Mardia and Dkk, *Strategi Pemasaran* (Yayasan Kita Menulis, 2021)
- Marissa Grace Haque, *Strategi Pemasaran* (Ciputat: Pascal Books, 2021)
- Marissa Grace Haque, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Book, 2021)
- Masrela Lubis, Nasabah Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan , *Wawancara* (Padangsidempuan, 14 Desember 2023. Pukul 14.00WIB).
- Masrela Lubis, Nasabah Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 14 Desember 2023. Pukul 14.00 WIB).
- Meyla Surveyandini, *Strategi Pemasaran Ampuh* (Makassar: PT Nas Media Indonesia, 2022)
- Mochammad Ilyas Junjuran, *Pengelola Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews Dalam Penelitian Bisnis* (Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021)
- MUhammad Isa, Aswadi Lbs, and Marliana, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyebrangan PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Sibolga', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 2, No.2, (2019),

- Nasfi and Dkk, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 4, No. (2020)
- Nofinawati, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2020)
- Nona, Karyawan Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan, *Wawancara* (Padangsidempuan, 13 Desember 2023. Pukul 16.00 WIB).
- Priansa Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Riki Saputra, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah' (UIN Syahada Padangsidempuan, 2020)
- Rini Kurniawati, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank BRI Syariah Kcp Ngawi' (Universitas Ponorogo, 2019)
- Riyanti Ratna and Nina Oktarina, 'Pengaruh Fasilitas Kantor, Disiplin Kerja, Dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan', *Business and Accounting Education Journal*, 2021.
- Romasyah Suhaddin, *Pengantar Statistik* (Makasar: Liyan Pustaka, 2021)
- Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020),
- Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2016),
- Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD Dan Karo)* (Jakarta: PT. Indeks, 2018),
- Ujung Sumarwan, *Riset Pemasaran Dan Komunikasi* (IPB Press, 2018)
- Vivi Candra, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yayasan Kita Menulis, 2021)
- Yola Citra Paramitha and Santi Arafah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Sumut Syariah Kcp Marelan Raya', *Jurnal FEB*, Vol 1, No. (2020)

LAMPIRAN

Lampiran 1

ANGKET PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN HAJI DIBANK SUMUT SYARIAH KOTA PADANGSIDIMPUAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

- c) Umur :
- d) Jenis Kelamin :
- e) Tahun Mendaftar :
- f) Penghasilan/bln :

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda Chek List (✓) atau silang (x) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

III. DAFTAR PERNYATAAN

e) Keputusan Nasabah (Y)

No Soal	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memilih tabungan haji pada Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena mendapatkan informasi dari media dan orang lain.					
2	Saya memilih tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena informasi yang diberikan sesuai kebutuhan saya.					
3	Saya memilih tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena memiliki brand image yang unggul.					
4	Saya memilih tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena brand imagenya sesuai dengan kebutuhan saya.					
5	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena sesuai dengan keinginan saya.					
6	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
7	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena rekomendasi orang lain.					
8	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena Rekomendasi dari keluarga.					

f) **Kualitas Pelayanan (X₁)**

No Soal	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena pelayanan yang efisien.					
2	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena pelayanannya sesuai dengan harapan saya.					
3	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan Karena Karyawannya berpenampilan rapi.					
4	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan Karena berperilaku sopan terhadap nasabah.					
5	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena melayani saya dengan cepat dan efektif.					
6	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena saya sangat terbantu oleh pelayanan nasabah yang cepat dan efektif.					
7	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan.					
8	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena fasilitas kantor yang canggih dan modern.					

g) Strategi Pemasaran (X₂)

No Soal	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena harga produk yang terjangkau.					
2	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena harga yang sesuai dengan anggaran yang saya miliki.					
3	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena memiliki promosi yang menarik.					
4	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena promosi yang dilakukan memberikan informasi yang sesuai harapan dengan saya.					
5	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena memiliki kualitas yang unggul.					
6	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena sesuai dengan kualitas produk yang saya harapkan.					
7	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena lokasi yang mudah dijangkau.					
8	Saya memilih produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan karena mudah dijangkau oleh transportasi umum.					

Lampiran 2

Hasil Angket Variabel Y Keputusan Nasabah

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
1	4	4	4	4	4	4	5	5	34
2	5	5	5	5	5	5	4	4	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	3	3	30
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	4	4	4	4	5	5	34
8	4	4	4	5	5	5	5	5	37
9	5	5	5	4	4	4	5	5	37
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	5	5	4	5	5	4	5	5	38
13	4	5	5	5	5	5	5	5	39
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	5	5	4	4	4	4	5	35
16	5	4	5	5	5	4	5	5	38
17	4	4	4	4	5	4	4	4	33
18	4	4	5	5	5	5	5	5	38
19	4	4	5	5	5	5	5	5	38
20	4	4	3	4	4	4	4	5	32
21	5	5	5	4	4	4	5	5	37
22	4	4	4	4	4	4	5	5	34
23	4	4	5	4	4	4	5	5	35
24	5	5	4	5	5	5	5	5	39
25	5	4	4	4	5	5	4	5	36
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	5	5	5	5	36
28	4	4	4	4	4	5	4	4	33
29	4	4	4	4	4	4	5	5	34
30	5	5	5	5	4	4	5	5	38
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	4	4	4	4	5	5	5	5	36
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	5	5	34
36	4	4	4	4	4	4	5	5	34

37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	5	5	5	5	4	5	5	39
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	4	4	4	4	5	5	36
43	4	4	5	5	5	5	5	5	38
44	4	5	5	5	4	4	5	5	37
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	3	4	4	4	4	5	5	33
47	5	4	4	5	3	5	5	5	36
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	5	5	5	4	4	5	5	37
54	4	4	3	4	3	4	4	4	30
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	4	4	4	4	4	4	5	5	34
58	4	4	4	4	4	4	5	5	34
59	3	4	4	4	4	4	4	4	31
60	5	4	4	5	4	4	4	4	34
61	5	4	4	4	4	4	4	5	34
62	4	4	4	4	4	4	4	5	33
63	5	5	5	5	5	3	5	5	38
64	5	5	5	4	5	5	5	3	37
65	4	5	5	5	5	5	5	3	37
66	4	4	4	4	5	5	5	4	35
67	4	5	5	5	5	5	4	4	37
68	3	4	4	5	4	4	4	4	32
69	3	4	4	4	4	4	4	4	31
70	5	4	4	4	2	4	5	5	33
71	4	4	4	4	4	4	4	5	33
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	4	4	5	4	4	4	5	35
74	4	4	3	5	4	5	5	4	34
75	4	4	2	4	4	5	5	4	32
76	5	5	5	5	3	5	5	5	38

77	4	5	5	5	5	3	4	5	36
78	5	5	5	5	3	3	4	5	35
79	4	5	4	4	4	4	5	5	35
80	5	4	4	5	4	4	4	4	34
81	5	4	4	4	4	4	5	4	34
82	4	3	3	4	4	4	3	4	29
83	4	4	4	5	5	5	3	4	34
84	5	4	4	4	4	5	5	5	36
85	5	5	5	4	4	4	4	5	36
86	5	4	4	3	3	3	3	4	29
87	4	4	4	4	2	4	4	4	30
88	5	5	5	4	5	5	5	5	39
89	4	5	5	4	5	5	5	5	38
90	5	4	4	4	4	4	4	4	33
91	4	5	5	5	5	4	4	5	37
92	5	4	5	4	4	4	4	4	34
93	4	4	4	5	4	5	3	4	33
94	4	3	4	4	3	4	4	3	29
95	4	4	4	4	4	5	4	4	33
96	4	3	4	3	4	4	4	4	30
97	5	5	5	4	5	4	5	5	38

38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	5	5	5	4	4	4	4	36
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	5	5	5	5	5	4	39
43	5	5	5	5	5	4	4	4	37
44	5	5	5	5	4	5	5	4	38
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	4	4	4	4	4	5	33
47	5	5	4	5	5	4	5	4	37
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	4	4	4	4	4	4	5	4	33
53	4	5	5	5	4	4	5	5	37
54	4	4	4	4	4	4	3	3	29
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	5	5	5	5	4	39
57	4	5	5	5	4	4	4	4	35
58	4	4	4	5	4	4	4	4	33
59	5	5	4	5	5	5	4	4	37
60	5	4	4	4	4	4	5	5	35
61	5	4	4	4	4	4	4	4	33
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	4	4	4	4	4	4	4	33
64	4	4	4	4	4	5	5	4	34
65	4	5	5	4	4	4	4	4	34
66	3	4	4	3	3	3	3	4	27
67	5	4	4	4	4	5	5	5	36
68	4	4	3	5	5	4	4	4	33
69	4	4	4	4	4	4	5	4	33
70	5	4	5	5	5	5	4	5	38
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	5	5	5	5	4	4	4	36
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	3	4	4	4	4	4	4	31
75	4	5	4	4	4	4	5	5	35
76	4	4	4	4	4	5	5	5	35
77	5	4	4	5	4	4	4	4	34
78	5	4	4	4	4	4	4	5	34

79	4	4	4	4	4	4	4	5	33
80	5	5	5	5	5	3	5	5	38
81	5	5	5	4	5	5	5	3	37
82	4	5	5	5	5	5	5	3	37
83	4	4	4	4	5	5	5	4	35
84	4	5	5	5	5	5	4	4	37
85	3	4	4	5	4	4	4	4	32
86	3	4	4	4	4	4	4	4	31
87	5	4	4	4	2	4	5	5	33
88	4	4	4	4	4	4	4	5	33
89	4	3	3	3	4	4	5	5	31
90	4	4	4	5	4	4	4	4	33
91	5	4	5	5	5	5	5	5	39
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	4	4	4	4	4	4	5	4	33
95	4	4	4	5	5	4	5	5	36
96	5	4	4	4	4	4	5	3	33
97	4	3	3	3	3	4	4	4	28

38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	5	5	5	5	4	5	5	39
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	4	4	4	4	5	5	36
43	4	4	5	5	5	5	5	5	38
44	4	5	5	5	4	4	5	5	37
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	3	4	4	4	4	5	5	33
47	5	4	4	5	3	5	5	5	36
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	5	5	5	4	4	5	5	37
54	4	4	3	4	3	4	4	4	30
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	4	4	4	4	4	4	5	5	34
58	4	4	4	4	4	4	5	5	34
59	3	4	4	4	4	4	4	4	31
60	5	4	4	5	4	4	4	4	34
61	5	4	4	4	4	4	4	5	34
62	4	4	4	4	4	4	4	5	33
63	5	5	5	5	5	3	5	5	38
64	5	5	5	4	5	5	5	3	37
65	4	5	5	5	5	5	5	3	37
66	4	4	4	4	5	5	5	4	35
67	4	5	5	5	5	5	4	4	37
68	3	4	4	5	4	4	4	4	32
69	3	4	4	4	4	4	4	4	31
70	5	4	4	4	2	4	5	5	33
71	4	4	4	4	4	4	4	5	33
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	4	4	5	4	4	4	5	35
74	4	4	3	5	4	5	5	4	34
75	4	4	2	4	4	5	5	4	32
76	5	5	5	5	3	5	5	5	38
77	4	5	5	5	5	3	4	5	36

78	5	5	5	5	3	3	4	5	35
79	4	5	4	4	4	4	5	5	35
80	5	4	4	5	4	4	4	4	34
81	5	4	4	4	4	4	5	4	34
82	4	3	3	4	4	4	3	4	29
83	4	4	4	5	5	5	3	4	34
84	5	4	4	4	4	5	5	5	36
85	5	5	5	4	4	4	4	5	36
86	5	4	4	3	3	3	3	4	29
87	4	4	4	4	2	4	4	4	30
88	5	5	5	4	5	5	5	5	39
89	4	5	5	4	5	5	5	5	38
90	5	4	4	4	4	4	4	4	33
91	4	5	5	5	5	4	4	5	37
92	5	4	5	4	4	4	4	4	34
93	4	4	4	5	4	5	3	4	33
94	4	3	4	4	3	4	4	3	29
95	4	4	4	4	4	5	4	4	33
96	4	3	4	3	4	4	4	4	30
97	5	5	5	4	5	4	5	5	38

	Sig. (2-tailed)	,001	,019	,314	,155	,037	,242		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.8	Pearson Correlation	,266**	,159	,097	,169	,003	,076	,430**	1	,533**
	Sig. (2-tailed)	,008	,121	,343	,098	,980	,458	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Keputusan Nasabah	Pearson Correlation	,523**	,725**	,540**	,583**	,558**	,545**	,632**	,533**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Kualitas Pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1	,530**	,419**	,445**	,466**	,445**	,418**	,287**	,698**
	Sig. (2- tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,004	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	,530**	1	,699**	,655**	,650**	,467**	,351**	,194	,794**
	Sig. (2- tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,057	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	,419**	,699**	1	,659**	,536**	,457**	,345**	,235*	,763**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,020	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	,445**	,655**	,659**	1	,678**	,479**	,352**	,176	,777**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,085	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	,466**	,650**	,536**	,678**	1	,600**	,395**	,182	,789**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,075	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	,445**	,467**	,457**	,479**	,600**	1	,617**	,294**	,757**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,003	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7	Pearson Correlation	,418**	,351**	,345**	,352**	,395**	,617**	1	,428**	,675**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000	,000

	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.8	Pearson Correlation	,287**	,194	,235*	,176	,182	,294**	,428**	1	,484**
	Sig. (2-tailed)	,004	,057	,020	,085	,075	,003	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,698**	,794**	,763**	,777**	,789**	,757**	,675**	,484**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8	Pearson Correlation	,329**	,397**	,362**	,287**	,230*	,071	,583**	1	,615**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,004	,023	,488	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Strategi Pemasaran	Pearson Correlation	,575**	,783**	,742**	,690**	,680**	,532**	,681**	,615**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,817	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,702	8

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	97	27,00	40,00	35,3299	3,22981
Strategi Pemasaran	97	29,00	40,00	35,0619	3,07481
Keputusan Nasabah	97	28,00	40,00	34,0309	3,02921
Valid N (listwise)	97				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,24071533
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,067
	Negative	-,055
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,667	2,941		2,947	,004		
	Kualitas Pelayanan	,459	,086	,489	5,342	,000	,694	1,440
	Strategi Pemasaran	,261	,090	,265	2,896	,005	,694	1,440

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Correlations

			Kualitas Pelayanan	Strategi Pemasaran	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,568**	,064
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,531
		N	97	97	97
		Strategi Pemasaran	Correlation Coefficient	,568**	1,000

		Sig. (2-tailed)	,000	.	,925
		N	97	97	97
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient		,064	,010	1,000
		Sig. (2-tailed)	,531	,925	.
		N	97	97	97

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

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	398,910	2	199,455	38,898	,000 ^b
	Residual	481,997	94	5,128		
	Total	880,907	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,673 ^a	,453	,441	2,264

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan

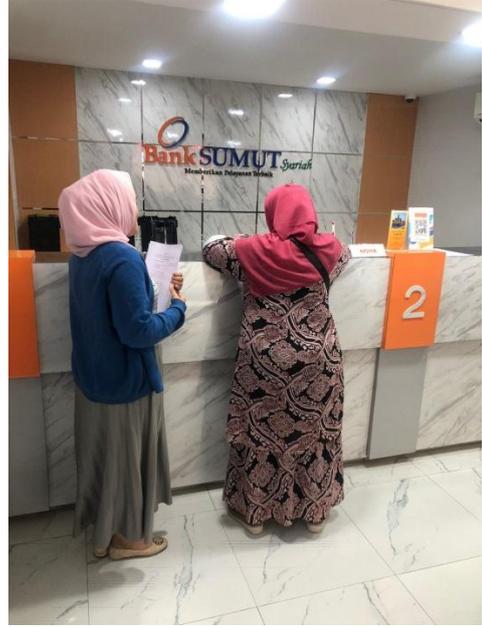
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Lampiran 4

Dokumentasi DOKUMENTASI









KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 5967 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/11/2023
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

09 November 2023

Yth. Bapak/Ibu;

1. Dra.Hj. Replita, M.Si : Pembimbing I
2. Nando Fahrizal, M.E : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nurul Ma'arif Nasution
NIM : 2040100065
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul Skripsi : **Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Kota Padangsidempuan.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

NTOR CABANG SYARIAH :

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100
Facsimile : (061) 414 2937 - 451 2652

Nomor : 189 /KCSy02-Ops/L/2024
Lampiran : -

Padangsidimpuan, 16 Agustus 2024

Kepada Yth,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
di -
Padangsidimpuan

H a l : Izin Riset

Assalamualaikum wr. wb.

Sehubungan dengan surat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan No. 1456/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2024 tanggal 24 Juli 2024 perihal Mohon Izin Riset, maka dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan riset mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dengan data dibawah ini :
Nama : Nurul Ma'arif Nasution
NIM : 2040100065
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Terhadap nama yang tersebut diatas, disetujui untuk melaksanakan riset di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 1 (satu) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.
2. Selama pelaksanaan riset, mahasiswa/i tersebut dibimbing oleh Pemimpin PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dan wajib menjaga rahasia bank serta diharapkan agar mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan di lingkungannya.
3. Setelah selesai dalam penulisan skripsi, kepada mahasiswa/i tersebut diwajibkan untuk menyerahkan 1 (satu) eksemplar skripsi kepada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Demikian disampaikan agar dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum wr. wb.
Cabang Syariah Padangsidimpuan


YUDI PRASETYO
Pemimpin Operasional