

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK
MUAMALAT INDONESIA KC PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**PRAJA ASHARI
NIM.17 401 00127**

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

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK
MUAMALAT INDONESIA KC PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

PRAJA ASHARI
NIM.17 401 00127

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2024

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK
MUAMALAT INDONESIA KC PADANGSIDIMPUAN**



*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan syariah*

Oleh:

PRAJA ASHARI

NIM.17 401 00127

PEMBIMBING I

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

PEMBIMBING II

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP. 199302272019031008

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2024

Hal : Lampiran Skripsi
a.n **PRAJA ASHARI**

Padangsidempuan, 25 Juli 2024

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan
di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **PRAJA ASHARI** yang berjudul “ **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan**”, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

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

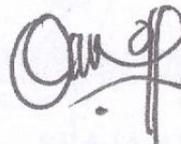
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

PEMBIMBING II



Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP. 199302272019031008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : PRAJA ASHARI
NIM : 17 401 00127
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC 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 IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 12 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 14 Ayat 12 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 25 Juli 2024
Saya yang Menyatakan,



PRAJA ASHARI
NIM. 17 401 00127

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : PRAJA ASHARI
NIM : 17 401 00127
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalty Noneklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan”. Dengan Hak Bebas Royalty Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 25 Juli 2024
Yang menyatakan,



PRAJA ASHARI
NIM. 17 401 00127



**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 : Praja Ashari
NIM : 1740100127
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah
Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT.Bank
Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan

Ketua

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Sekretaris

Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Anggota

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

H. Ali Hardana, M.Si
NIDN. 2013018301

Rini Hayati Lubis, MP
NIDN. 2013048702

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/30 Juli 2024
Pukul : 08.00 s/d 10.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/71,5 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,09
Predikat : Sangat Memuaskan



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
Website: www.uinsyahada.co.id

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS FAKTOR- FSKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PRODUK
TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK
MUAMALAT INDONESIA KC
PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : **PRAJA ASHARI**
NIM : **17 401 00127**

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

Padangsidimpuan, 19 Agustus 2024
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Praja Ashari

Nim : 17 401 00127

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen, biaya dan promos. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 73 sampel diperoleh dari rumus slovin. Analisis data yang digunakan yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R²) dan data diolah dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial biaya (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan. Sedangkan promosi (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan. Selanjutnya, secara simultan variabel biaya, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan. Pengaruh variabel biaya (X1), Kualitas pelayanan (X2) dan Promosi (X3) terhadap variabel Keputusan nasabah (Y) sebesar 0,303 atau (30,3) Sisa sebesar 0,697 atau (69,7%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Biaya, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah, Promosi.

ABSTRACT

Name : Praja Ashari
Reg. Number : 17 401 00127
Thesis Title : *Analysis of Factors Affecting Customer Decisions to Choose Hajj Savings Products at PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidimpuan*

This study aims to determine and analyze the effect of cost, service quality, and promotion on Hajj customer decisions at PT Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidimpuan. In connection with that the approach taken is to use theories related to consumer behavior, costs and promos. The type of research used is quantitative research. The sample used in this study was 73 samples obtained from the slovin formula. The data analysis used is: validity test, reliability test, descriptive statistical test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, partial test (t test), simultaneous test (F test), and test the coefficient of determination (R²) and the data is processed using statistical aids, namely SPSS version 25. The results showed that partially the cost (X1) and service quality (X2) had a significant effect on the decision of Hajj customers at PT Bank Muamalat KC Padangsidimpuan. While promotion (X3) has no effect on the decision of Hajj customers at PT Bank Muamalat KC Padangsidimpuan. Furthermore, simultaneously the cost, service quality and promotion variables have an effect and are significant to the Hajj customer's decision at PT Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidimpuan. The effect of cost variables (X1), service quality (X2) and promotion (X3) on customer decision variables (Y) is 0.303 or (30.3) The remaining 0.697 or (69.7%) is influenced by other variables that are not included in this study.

Keywords: *Cost, Service Quality, Customer Decision, Promotion.*

خلاصة

الاسم : براجا أشعري
الرقم : ١٧٤٠١٠٠١٢٧
عنوان الأطروحة : تحليل العوامل التي تؤثر على قرارات العملاء لاختيار منتجات الادخار للحج في نقطة بنك معاملات إندونيسيا كيه سي بادانجسيديمبوان

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد وتحليل تأثير التكلفة وجودة الخدمة والعروض الترويجية على قرارات عملاء الحج في بنك شركة ذات مسؤولية محدودة بنك معاملات اندونيسيا مكتب فرعي بادانجسيديمبوان يبلغ تأثير متغيرات التكلفة. في حين أن الترويج وفيما يتعلق بذلك فإن النهج المتبع هو استخدام النظريات المتعلقة بسلوك المستهلك والتكاليف والعروض الترويجية. نوع البحث المستخدم هو البحث الكمي. وكانت العينة المستخدمة في هذه الدراسة ٧٣ عينة تم الحصول عليها من صيغة سلوفين. تحليل البيانات المستخدمة هو: اختبار الصلاحية، واختبار الموثوقية، والاختبار الإحصائي الوصفي، واختبار المعيارية، واختبار تعدد التباينات، واختبار التباين، واختبار التباين، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، والاختبار الجزئي (اختبار ت)، والاختبار المتزامن (اختبار ف)، واختبار معامل التحديد (ر٢) وتمت معالجة البيانات باستخدام الوسائل الإحصائية وهي الإصدار ٢٥ من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. أظهرت النتائج أن التكلفة (ص١) وجودة الخدمة (ص٢) كان لهما تأثير كبير على قرار عملاء الحج في بنك شركة ذات مسؤولية محدودة بنك معاملات اندونيسيا مكتب فرعي بادانجسيديمبوان يبلغ تأثير متغيرات التكلفة. في حين أن الترويج (ص٣) ليس له أي تأثير على قرار عملاء الحج في بنك شركة ذات مسؤولية محدودة بنك معاملات اندونيسيا مكتب فرعي بادانجسيديمبوان يبلغ تأثير متغيرات التكلفة. وعلاوة على ذلك، فإن متغيرات التكلفة وجودة الخدمة والترويج في نفس الوقت لها تأثير كبير على قرار عملاء الحج في بنك شركة ذات مسؤولية محدودة بنك معاملات اندونيسيا مكتب فرعي بادانجسيديمبوان يبلغ تأثير متغيرات التكلفة (ص١) وجودة الخدمة (ص٢) والترويج (ص٣) على متغيرات قرار العميل (ي) ٠.٣٠٣ أو (٣.٣) ويتأثر الباقي ٠.٦٩٧ أو (٦٩.٧٪) بالمتغيرات الأخرى التي لم يتم تضمينها في هذه الدراسة.

التكلفة، وجودة الخدمة، وقرار العميل، والترويج.

KATA PENGANTAR



As-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Alḥamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Ṣalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madīnatul ‘ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, 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.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Alumni, dan Ibu Dra. Hj Replita, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu sehingga peneliti bisa menyangand gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
4. Ibu Nofinawati, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Rukiah, S.E., M.Si selaku Pembimbing I dan Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
8. Penghargaan istimewa dan terkhusus saya ucapkan terimakasih kepada ayahanda Dolok dan ibunda tercinta Erni Sofia Gabena Siregar yang paling berjasa dalam hidup peneliti, yang mendidik dan selalu berdo'a tiada hentinya untuk kelancaran dan kemudahan hidup peneliti, yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan anaknya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada Ayah dan Ibu tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
9. Teruntuk sahabat-sahabat peneliti Rahma Dani Sirega, S.Pd, Masna Wito Harahap, S.Pd, Suci Rahayu Ritonga, dan Tinti Juliana Tanjung yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, selalu bersedia menjadi tempat bercerita serta berkeluh kesah, selalu membantu, memberi dukungan dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Serta teman-teman KKL Angkatan 2017 serta teman-teman Magang yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Was-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Padangsidempuan, Juli, 2024
Peneliti

PRAJA ASHARI
NIM .17 401 00127

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 huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf 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	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	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	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	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 harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathāh	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ُ	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathāh dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathāh dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathāh, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat 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 system 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 ا . 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 didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal 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 kapital 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 kapital 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 Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Defenisi Operasional.....	11
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan Penelitian	13
G. Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori	15
1. Teori Perilaku Konsumen	15
2. Keputusan Nasabah.....	17
a. Pengertian Keputusan Nasabah.....	17
b. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	18
c. Keputusan Pembelian.....	21
d. Struktur Keputusan Pembelian	22
e. Indikator Keputusan Pembelian	23
3. Biaya	26
a. Pengertian Biaya	26
b. Indikator Biaya.....	26
4. Tabungan Haji di Bank Muamalat KC Padangsidempuan	26
a. Pengertian Tabungan Haji di Bank Muamalat Indonesia	26
b. Manfaat Tabungan Haji	27
c. Landasan Hukum Haji	29
5. Kualitas Pelayanan.....	30
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	30
b. Indikator Kualitas Pelayanan	31
6. Promosi	33

a. Pengertian Promosi	33
b. Indikator Promosi	34
B. Kajian/penelitian Terdahulu	34
C. Hipotesis	36
D. Kerangka Pikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
B. Jenis Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel	39
D. Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	43
G. Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	49
A. Gambaran Objek Penelitian.....	49
1. Sejarah Bank Muamalat	49
2. Sejarah Bank Muamalat KC Padangsidempuan	51
3. Visi dan Misi Bank Muamalat	52
4. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan	52
5. Produk dan Jasa Bank Muamalat Indonesia	54
B. Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	58
1. Hasil Uji Validitas.....	58
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	59
3. Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	59
4. Hasil Uji Linearitas	60
5. Hasil Uji Asumsi Kalsik	62
6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
7. Hasil Uji Hipotesis	66
8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Jamaah Haji di Indonesia	3
Tabel I.2	Jumlah Nasabah Tabungan Haji di Bank Muamalat	5
Tabel I.3	Defenisi Operasional Variabel.....	11
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas	58
Tabel IV.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel IV.3	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	60
Tabel IV.4	Hasil Uji Linearitas Keputusan Biaya (X1).....	61
Tabel IV.5	Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X2).....	61
Tabel IV.6	Hasil Uji Linearitas Promosi (X3).....	62
Tabel IV.7	Hasil Uji Normalitas	63
Tabel IV.8	Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel IV.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel IV.10	Hasil Uji Analisis Regreasi Linear Beganda	65
Tabel IV.11	Hasil Uji t (Parsial)	66
Tabel IV.12	Hasil Uji F (Simultan).....	68
Tabel IV.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangkar Pikir	38
Gambar IV.1	Struktur Organisasi BMI KC Padangsidimpuan	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menegakkan aturan-aturan ekonomi islam sebagai bagian dari sistem ekonomi, lembaga tersebut bagian dari keseluruhan sistem sosial. Oleh karenanya keberadaannya harus dipandang dalam konteks keseluruhan keberadaan masyarakat (manusia), serta nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan.¹

Keberadaan perbankan syariah di Indonesia merupakan perwujudan dari keinginan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan yang memenuhi prinsip syariah. Eksistensi bank syariah telah mencapai 23 tahun sejak dikeluarkannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Keberadaan bank syariah mendapat pengakuan yang tegas dengan dikeluarkannya UU No.10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 yang menyebutkan bahwa “Bank umum syariah atau perkreditan syariah dapat beroperasi menggunakan prinsip syariah atau bank umum konvensional dapat juga menjalankan kegiatan syariah disamping kegiatan konvensional.” Kemudian UU No.21 Tahun 2008 yang mengatur secara spesifik tentang kegiatan perbankan syariah dan jenis-jenisnya².

¹ Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan Di Bank Syariah*, (Panduan Teknis Pembuatan Akad /Perjanjian Pembiayaan Pada Bank Syariah) (Yogyakarta: 2009, 2009), Hal 29.

² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP STIM, 2014), Hal. 45.

Dengan berkembangnya bank syariah dewasa ini, diharapkan mampu menghilangkan hal-hal yang diharamkan dari dunia perbankan dan diharapkan menghapus sampai ke akar-akarnya. Hal ini diperkuat oleh desakan sebagian muslim yang menganggap bahwa bunga bank itu riba atau masalah mutasyabihat (masalah yang masih samar). Dari permasalahan ini timbul gagasan untuk segera mendirikan sebuah lembaga keuangan yang berbasis syariah atau bank syariah.

Bank syariah adalah bank umum yang mulai dikaji oleh MUI pada tahun 1980. Akan tetapi realisasinya baru pada tahun 1992, dan bank syariah yang pertama kali lahir di Indonesia adalah bank Muamalat Indonesia, praktek perbankan syariah didukung oleh Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan yaitu diperbolehkan beroperasinya bank syariah di Indonesia¹. Persaingan dalam industri perbankan di Indonesia saat ini semakin pesat dan berkembang. Salah satunya dengan ditunjukkan pada produk tabungan haji yang mengalami perkembangan tiap tahunnya.

Pertumbuhan ekonomi terus mengalami peningkatan, hal ini menjadi salah satu faktor sumber daya manusia semakin mempunyai kemampuan mendaftarkan diri mereka sebagai masyarakat muslim menjadi calon jemaah haji, baik di Bank Syariah². Bagi seseorang muslim yang telah memiliki kemampuan sesuai syariat Islam untuk melaksanakan ibadah haji, maka segera mendaftarkan diri untuk

³ Departemen Agama RI, *Data Dan Profil Penyelenggaraan Haji* (Jakarta: Departemen Agama, 2009), Hal. 56.

⁴ Hana Meinda, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung," Skripsi" (IAIN Tulungagung, 2019), Hal. 35.

berangkat haji, karena dengan pendaftaran itu membuktikan kesungguhan untuk melaksanakan rukun Islam yang kelima tersebut³.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik mayoritas penduduk Indonesia merupakan negara muslim terbesar dunia. Melihat di Indonesia pertumbuhan ekonomi terus mengalami peningkatan hal ini menjadi salah satu faktor masyarakat muslim Indonesia yang mendaftarkan diri mereka menjadi calon jemaah haji baik di bank syariah maupun bank konvensional⁴. Menurut data dari Badan Pusat Statistik tahun 2022 jumlah penduduk Indonesia sebanyak 272,23 juta jiwa pada Juni 2022. Dari jumlah tersebut, sebanyak 236,53 juta jiwa (86,88%) beragama Islam. Untuk setiap tahunnya semakin banyak umat Islam yang mendaftarkan diri sebagai calon jemaah haji⁵ Menurut data Kementerian Agama tahun 2012-2021 berikut ini adalah Data Kuota Haji Indonesia pada tabel:

Tabel I. 1
Tabel Jumlah Jamaah Haji Di Indonesia

Tahun	Jumlah Haji (Jiwa)
2012	192.291
2013	154.546
2014	154.467
2015	154.455
2016	154.441
2017	203.065
2018	203.351
2019	212.732
2020	221.000
2021	221.000
2022	100.051
2023	221.000

Sumber: Badan Pusat Statistik tahun 2023 dan Kemenag 2023.

⁵ Muhammad Amanuddin, *Meraih Pahala Haji Mabur Meski Belum Berangkat Haji, Pertama* (Ponorogo: Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), Hal. 33.

⁶ Asri Noer Rahmi, "Perkembangan Pariwisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020), Hal. 1-22.

⁷ BPS, "Jumlah Jamaah Haji Tahun 2022," Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022.

Perkembangan jumlah jemaah haji dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan, tidak terkecuali di Kota Padangsidimpuan yang merupakan salah satu Kota yang memiliki minat yang tinggi dan mayoritas masyarakat yang beragama Islam. Pada dasarnya, melaksanakan ibadah adalah kewajiban seluruh umat Islam (bagi yang mampu). Begitu ada tanda-tanda panggilan untuk menunaikan ibadah haji bersegeralah, tinggalkan urusan dunia sementara. Hanya saja, karena biaya yang relatif cukup banyak, maka Allah memberikan keringanan bahwasanya ibadah haji diwajibkan hanya “untuk orang yang mampu” baik mampu secara rohani maupun sudah tentu mampu ekonominya⁶.

Kementrian Agama telah menetapkan bahwa Badan Penerima setoran BPIH adalah perbankan syariah yang telah ditunjuk oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) sebagaimana diatur dalam UU No. 31 tahun 2014 tentang pengelolaan Keuangan Haji. Hal ini dilakukan sebagai salah satu upaya agar perbankan syariah tetap bisa bersaing dengan Bank Konvensional danmendapatkan sumber pendapatan dalam bentuk jasa (*fee base income*) sebagai pengganti pendapatan produk talangan haji yang sudah tidak diperbolehkan. Hal tersebut berdampak pada menurunnya jumlah tabungan haji di beberapa bank konvensional dan menerbitkan dampak positif bagi perbankan syariah yang mengalami kenaikan jumlah tabungan haji⁷.

⁸ M. Iwan Gayo, *Buku Pintar Haji Dan Umrah Edisi 1* (Jakarta: Pustaka Warga Negara, 2000), Hal. 56.

⁹ M Musorif, “Hukum Penggunaan Dana Haji Sebagai Sumber Pendanaan Nasional,” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4, no. 5 (2022): 1393–1410, <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6781%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/6781/5122>, Hal. 1-15.

Dapat disimpulkan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan Syariah. Peneliti juga telah melakukan pra riset dengan memberikan angket kepada nasabah perbankan syariah yang memiliki produk tabungan haji. Peneliti memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Perbankan syariah tertentu. Kemudian peneliti mendapatkan data mengenai tabungan haji di bank Muamalat Indonesia kota Padangsidempuan:

Tabel I. 2
Jumlah Nasabah Tabungan Haji di Bank Muamalat
Indonesia kota Padangsidempuan

Tahun	Jumlah Nasabah (Jiwa)
2017	207
2018	247
2019	257
2020	162
2021	153
2022	253
2023	263

Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Padangsidempuan

Dengan melihat tabel dapat di pisah diketahui bahwa jumlah nasabah Tabungan Haji tiap tahunnya cenderung meningkat ini disebabkan kesadaran masyarakat muslim akan pentingnya merencanakan ibadah haji sejak dini. Selain itu dari kenaikan tersebut pasti ada beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan atas perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Berdasarkan manajemen pemasaran bawasanya menyatakan terdapat

beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa⁸

Menurut Kotler dan Keller Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, yaitu: Biaya atau harga, Kualitas Layanan, Promosi dan lain-lain. Harga adalah jumlah yang di tagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh nasabah untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli⁹.

Harga yaitu jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Harganya harus sesuai dengan pandangan tentang nilainya, supaya pembeli tidak beralih ke pesaingnya. Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam share pasar perusahaan, di samping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen¹⁰.

Menurut penelitian Abdurrohman Al-Ayubi, bahwa strategi pemasaran perusahaan harus memperhatikan hal-hal seperti, menganalisis peluang dan

¹⁰ Praja, "Wawancara Dengan Karyawan PT. Bank Muamalat KC Padangsidimpuan," Bank Muamalat, 2021, 02 Desember 2023, Pukul. 13.20 WIB.

¹¹ Muhammad Adam, "Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat," *Journal of Comprehensive Islamic Studies* I, no. 1 (2022), Hal. 107–32.

¹² Achmad Nurhidayatulloh, "Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Jumlah Pendapatan Pada UMKM Sate Aci Mas Bayu Brebes" (Politeknik Harapan Bersama, 2021), Hal. 23.

menyusun strategi pemasaran termasuk promosi dan harga ¹¹. Menurut penelitian Tajudin dan Mulazid, promosi, kepercayaan dan kesadaran merek secara simultan berpengaruh terhadap proses keputusan menggunakan produk tabungan haji.

Kualitas layanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Nasabah tentunya mempunyai harapan akan layanan yang berkualitas. Layanan yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan ¹². Berawal dari kebutuhan itu, kemudian nasabah memperoleh layanan atas suatu kebutuhannya. Layanan yang diterima nasabah akan dipersepsikan sebagai baik, standar, atau buruk. Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan inilah yang merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa ¹³.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ardi, Fasilitas layanan yang diberikan PT. Bank Mualamat Tbk, KC Padangsidempuan belum maksimal dalam memberikan kenyamanan, kemudahan dan keamanan bagi nasabah PT. Muamalat Tbk, KC Padangsidempuan, disamping itu fasilitas dan layanan yang juga kurang memuaskan. maka dari itu perlu untuk meningkatkan kualitas layanan, fasilitas,

¹³ Adam, "Pengaruh Promosi , Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat, Hal. 56."

¹⁴ Cindy Rahmawati et al., "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang)," *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Budaya, Teknologi Dan Pendidikan* 1, no. 7 (2022), Hal. 20–88.

¹⁵ Mandasari, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Syariah Cabang Cirebon, Skripsi" (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015), Hal. 14.

kemudahan dan keamanan PT. Bank Muamalat agar tingkat nasabah bisa meningkat¹⁴.

Selain kualitas layanan, terdapat indikasi lain yang harus difokuskan oleh Bank Muamalat untuk lebih mendapatkan minat nasabah yaitu dengan promosi. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya¹⁵. Penerapan strategi promosi yang tepat dan benar dapat mendorong minat nasabah dalam menggunakan salah satu produk yang ada di PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

Dengan adanya promosi, yang merupakan kegiatan untuk mengkonsumsikan, memberi pengetahuan dan keyakinan orang tentang suatu produk agar ia mengetahui dan mengikuti kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan juga perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk¹⁶. Dengan adanya promosi ini bertujuan agar masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga masyarakat tersebut dapat mengambil keputusan

¹⁶ Praja, "Wawancara Dengan Pak Ardi," 12 Desember 2023, Pukul 14:00 WIB.

¹⁷ Mita Sari Tolan, Frendy A.O Pelleng, and Aneke Y. Punuindoong, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Mita (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)," *Productivity* 2, no. 5 (2021), Hal. 22–64.

¹⁸ Putri Indah Sari and Pani Akhirudin Siregar, "Pengaruh Produk, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Di BSI KC Bagan Batu Rokan Hilir Riau (Studi Kasus SMA Al-Mujahidin)," *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI* 10, no. 1 (2023), Hal. 24–31.

menabung tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Tbk KC Padangsidimpuan.

Berdasarkan peneliti oleh Praja Ashari memiliki pengaruh yang signifikan variabel keamanan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan pada peneliti oleh Rahmad Hidayat menghasilkan pengaruh positif namun tidak signifikan keamanan terhadap keputusan nasabah. Peningkatan dari keamanan akan mempengaruhi meningkatnya keputusan nasabah. Semakin baik keamanan yang diberikan pihak bank maka akan semakin memberikan kepuasan kepada nasabah dan nasabah akan melakukan transaksi yang dianggap aman dan nyaman. Keamanan nasabah dalam menabung menjadi suatu hal yang harus diperhatikan oleh pihak bank, dimana akan mempengaruhi minat dan keputusan nasabah dalam menabung.

Keamanan merupakan faktor yang sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap niat menabung dan keputusan memilih produk. Tersedianya keamanan yang baik akan menimbulkan perhatian nasabah, hal ini akan meningkatkan reputasi sebuah bank. Dengan adanya keamanan yang baik, maka diharapkan akan mengurangi persepsi resiko. Raman Arasu dan Viswathan mengemukakan bahwa faktor keamanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian¹⁷.

Berdasarkan kajian PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Padangsidimpuan terdapat kesenjangan peneliti yaitu tidak konsisten hasil PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Padangsidimpuan. Hal ini disebabkan karena

¹⁹ Chindy Audina Putribasutami and R.A Paratamita, "Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo," *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, no. 3 (2018), Hal. 45.

adanya biaya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Padangsidempuan ada kurangnya hasil PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Padangsidempuan. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan peneliti dengan memenuhi biaya, kualitas pelayanan, dan promosi Bank Muamalat Indonesia.

Jadi dapat diketahui bahwa terjadinya suatu perubahan pola pikir masyarakat/nasabah dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa tersebut dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah sikap, minat maupun motivasi seseorang nasabah khususnya terhadap pemilihan produk tabungan Haji. Dari awal berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Padangsidempuan sampai sekarang telah mengalami banyak hal perkembangan yaitu salah satunya adalah produk tabungan haji yang sekarang ini masyarakatnya sangat antusias untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Padangsidempuan guna untuk pendaftaran haji. Berdasarkan pemaparan yang telah di jelaskan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat biaya yang menjadi penentu keputusan nasabah
2. Kurangnya kualitas pelayanan
3. Kurangnya Promosi untuk menawarkan terhadap nasabah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar pembahasan ini lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang dikaji. Karena itu, penelitian ini dibatasi pada variabel bebas (X) yaitu: Biaya (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Promosi (X_3) dan variabel terikat (Y) yaitu: Keputusan dan adapun objek pada penelitian ini adalah nasabah yang menutup rekening pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrument, serta sumber pengukuran berasal dari mana¹⁸. Defenisi operasional ini dikembangkan dari indikator-indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel. I. 3
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skla pengukuran
Keputusan Konsumen (Y)	Keputusan Konsumen merupakan emilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus bersedia beberapa alternatif pilihan ¹⁹	1. Kebutuhan 2. Publikasi 3. Manfaat 4. Kepuasan ²⁰	Ordinal

²⁰ Wiratna Sujarwen, *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Press, 2019), Hal. 24.

²¹ Schiffman, G Leon, and Lesie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Indeks, 2008), Hal. 29.

²² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama., 2007), Hal. 23.

Biaya (X ₁)	Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk produk tabungan haji biaya adalah suatu bagian harga pokok yang dikorbankan dalam usaha untuk memperoleh penghasilan ²¹ .	1. Biaya penjualan 2. Biaya umum dan administrasi ²² .	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan adalah landasan utama buat mengetahui tingkat kepuasan konsumen ²³	1. Bukti fisik 2. Realiabilitas 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati ²⁴	Ordinal
Promosi (X ₃)	Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya ²⁵	1. Tujuan Periklanan 2. Anggaran Periklanan 3. Pesan Periklanan 4. Media Periklanan ²⁶ . 5. Dukungan	Ordinal

E. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh biaya terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan?

²³ Aticha Mulyawati, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji Dan Umroh Pada Bank Muamalat Indonesia Kota Metro Tahun 2018" (IAIN Metro Lampung, 2020), Hal. 45.

²⁴ Siti Nafsiyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan IB Hasanah Wadiah (Studi Pada BNI Syariah KC Rajabasa)" (Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019), Hal. 22.

²⁵ Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik* (Jakarta: Gava Media, 2011).

²⁶ Mandasari, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Syariah Cabang Cirebon, Skripsi.", Hal. 56.

²⁷ Wulanytha Unonongo, Deasy Warouw, and Lingkan Tulung, "Fungsi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung Di Kota Manado," *E-Journal Acta Diurna* 4, no. 5 (2018): 1–12, <https://www.neliti.com/id/publications/92615/fungsi-promosi-dalam-meningkatkan-daya-beli-gadget-samsung-di-kota-manado>.

²⁸ Dwi Inggit Andasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Tabungan Haji Dan Umrah Pada PT. Muamalat Tbk KC Stabat" (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018), Hal. 24.

2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan?
4. Apakah ada pengaruh biaya, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui terdapat pengaruh biaya terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui terdapat pengaruh biaya, kualitas pelayanan, promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat bagi banyak, anatar lain adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil ini diharapkan bisa menjadi penambah wawasan khazanah ilmiah terutama dibidang ekonomi islam, khususnya mengenai manajemen strategi dan faktoer yang mempengaruhi untuk meningkatkan minat nasabah dalam memilih lembaga keunagan syariah non bank.

2. Kegunaan Praktisi

a. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak lembaga keuangan syariah tersebut untuk sebagai acuan untuk langkah – langkah yang tepat bagi perkembangan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidimpuan ke depan dalam mempertahankan pelayanan yang prima.

b. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang ekonomi dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah informasi berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lainnya ini diharapkan dapat berguna sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya untuk dilakukan penelitian lanjutan terkait fator-faktor yang mempengaruhi minat dalam memilih produk tabungan haji.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan. Schiffman dan Kanuk mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi)¹. Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut.

Menurut Kotler dan Keller, Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka². Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk, Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi³.

¹ Schiffman, Leon, and Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Hal. 11.

² Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 2007, Hal. 13.

³ Schiffman, Leon, and Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Hal. 34.

Dari dua pengertian tentang perilaku konsumen di atas dapat diperoleh dua hal yang penting, yaitu: (1) sebagai kegiatan fisik dan (2) sebagai proses pengambilan keputusan. Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Kotler dan Amstrong keputusan pembelian atau nasabah adalah proses keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian produk. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, yang membedakan proses pengambilan keputusan tersebut adalah ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidup masing-masing konsumen. Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan perusahaan Yang dimaksud dengan perilaku konsumen adalah perilaku konsumen yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka ⁴.

Berdasarkan teori perilaku konsumen diatas, perilaku konsumen adalah sikap seseorang atau sekelompok orang yang melakukan aktivitas membeli demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Selain itu, perilaku konsumen adalah keterlibatan langsung konsumen dalam pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian dalam penentuan produk atau jasa tersebut.

⁴ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 2007, Hal 23.

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu:

- a. Tahap perolehan (acquisition): mencari (searching) dan membeli (purchasing).
- b. Tahap konsumsi (consumption): menggunakan (using) dan mengevaluasi (evaluating).
- c. Tahap tindakan pasca beli (disposition): apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.

2. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Sudaryono menjelaskan bahwa keputusan merupakan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Menurut Kotler, Keputusan pembelian adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen⁵

Pada industri bank tidak mengenakan pembelian akan tetapi keputusan nasabah sebab dalam bank menjual jasa. Sehingga keputusan nasabah disini diartikan sebagai keputusan nasabah menggunakan jasa. Dalam keputusan menggunakan jasa, biasanya pelaku erat dikaitkan dengan perilaku dalam pembelian. Beberapa dimensi yang akan diteliti dalam

⁵ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2009), Hal. 22.

variabel perilaku nasabah adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis⁶

Keputusan yang dimaksud dalam hal ini adalah keputusan nasabah menabung pada produk-produk tabungan bank BRI Syariah KC Ponorogo. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku nasabah adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah yaitu faktor sosial, faktor kebudayaan, faktor pribadi dan faktor psikologis. Faktor-faktor tersebut harus diperhitungkan oleh pemasar untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen⁷.

b. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian sendiri terdiri dari tiga tahapan yaitu prapembelian, konsumsi, dan evaluasi purnabeli. Tahap pra-pembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya

⁶ Herlyani H, "Keputusan Nasabah Mengajukan Kredit Usaha Mikro Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengajukan Kredit Usaha Mikro Pada Sahabat UKM-SMF Cabang Samarinda," *Jurnal Administrasi Bisnis* 1, no. 1 (2013), Hal. 44.

⁷ Soleh, *Dinamika Perilaku Nasabah Perbankan Syariah* (Jakarta: Latansa Mashiro, 2023), Hal. 56.

transaksi pembelian dan pemakaian produk. Tahap ini meliputi tiga proses, yakni identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian atau pembuatan keputusan, dan perilaku pembeli⁸.

1) Pengenalan Masalah/ Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan normal seseorang misalnya rasa lapar dan haus naik ke tingkat maksimum dan menjadi dorongan atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal. Seseorang mungkin mengagumi mobil baru tetangga atau melihat iklan di televisi untuk liburan ke Hawaii, yang memicu pemikiran tentang kemungkinan melakukan pembelian. Maka konsumen akan memahami dan mengetahui kebutuhan yang belum segera dipenuhi, atau yang masih bisa ditunda kebutuhannya, atau kebutuhan-kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi⁹.

2) Pencarian Informasi

Sebelum memutuskan tipe produk, merek spesifik, dan pemasok yang akan dipilih, konsumen biasanya mengumpulkan berbagai informasi mengenai alternatif-alternatif yang ada. Akan tetapi, dalam semua proses pembuatan keputusan konsumen, jarang sekali ada

⁸ Fandi Tjipto, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi OFFSET, 2005), Hal. 29.

⁹ Basu Swasta and Irawan, *Manajemen Pemasaran Moderen* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), Hal. 22.

konsumen yang mempertimbangkan segala alternatif produk atau merek yang ada di pasar¹⁰

Terdapat dua tingkat keadaan dalam melalui proses ini. Tingkatan yang pertama keadaan pencairan yang lebih rendah disebut perhatian tajam. Pada tingkat ini seseorang hanya menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat keadaan kedua seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif. Mencari bahan bacaan, menelepon teman, melakukan kegiatan online, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tersebut.

Sumber Informasi utama terbagi menjadi empat kelompok:

- a) Pribadi: Keluarga, teman, tetangga rekan.
 - b) Komersial: Iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan.
 - c) Publik: Media masa, organisasi pemeringkat konsumen.
- 3) Eksperimental: Penanganan pemeriksaan, penggunaan produk.
 - 4) Evaluasi Alternatif

Setelah terkumpul berbagai alternatif solusi, konsumen kemudian mengevaluasi dan menyeleksi untuk menentukan pilihan akhir. Proses evaluasi bisa sistematis (menggunakan serangkaian langkah formal, seperti model multi-atribut), bisa pula non-sistematis (memilih secara acak atau semata-mata mengandalkan intuisi). Kendati demikian, model multi-atribut sangat populer di kalangan peneliti perilaku

¹⁰ Swasta and Irawan, Hal. 20.

konsumen. Atribut yang dimaksud sendiri terdiri dari atribut biaya, atribut kinerja, atribut sosial dan atribut ketersediaan¹¹.

c. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk referensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin akan membeli produk dengan merek yang disukai, dengan melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan yaitu merek, penyalur, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran. Keputusan membeli merupakan tahap dari proses keputusan membeli yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Pada umumnya, ada dua faktor yang muncul antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli, yaitu sikap orang lain dan situasi yang tidak diharapkan. Konsumen umumnya membentuk niat membeli berdasarkan pada faktor pendapatan, harga dan manfaat produk, akan tetapi peristiwa-peristiwa yang tidak diharapkan bisa mengubah niat pembelian. Jadi pilihan dan niat untuk membeli tidak selalu berakhir pada keputusan membeli barang yang sudah dipilih.

Banyak sekali orang yang menemui kesulitan dalam membuat keputusan, karena itu apa saja yang bisa diusahakan oleh perusahaan untuk menyederhanakan pengambilan keputusan yang akan diambil oleh konsumen. Kadang-kadang beberapa keputusan dapat dikombinasikan menjadi satu¹²

¹¹ Agustinus Johaness Djohan, *Manajemen Dan Strategi Pembeli* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), Hal. 19.

¹² Swasta and Irawan, *Manajemen Pemasaran Moderen*, Hal. 23.

d. Struktur Keputusan Pembelian

Setiap keputusan sebenarnya terdapat struktur yang mencakup beberapa komponen yaitu:¹³

- 1) Keputusan tentang jenis produk konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli barang atau tujuan lainnya dengan uang yang dimilikinya.
- 2) Keputusan tentang bentuk produk konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli barang tersebut yang terkait dengan ukuran, warna corak, dsb.
- 3) Keputusan tentang merek konsumen juga harus mengambil keputusan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki kekhususan sendiri.
- 4) Keputusan tentang pembelian konsumen juga harus mengambil keputusan merek mana yang akan dibeli.
- 5) Keputusan tentang jumlah produk konsumen mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli.
- 6) Keputusan tentang waktu pembelian konsumen dapat mengambil keputusan kapan akan membeli barang tersebut.
- 7) Keputusan tentang cara pembayaran konsumen dapat mengambil keputusan metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli, apakah secara tunai atau mengangsur.

e. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu:¹⁴

¹³ Kotler and Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Yogyakarta: Graha Media, 2009), Hal. 34.

1) Faktor Kebudayaan/ Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen. Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat¹⁵. Pemasar harus bisa memahami peran yang dimainkan atau bisa memahami indikator yang ada didalamnya.

a) Budaya

Faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Kegagalan menyesuaikan diri dengan perbedaan budaya dapat menghasilkan pemasaran yang tidak efektif atau kesalahan yang memalukan. Pemasaran selalu berusaha menemukan perubahan budaya untuk menemukan produk baru yang mungkin diinginkan orang.

b) Sub Budaya

Dari setiap budaya mempunyai kelompok-kelompok subbudaya yang lebih kecil, yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya. Sub-budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub-budaya membuat segmen pasar yang penting, dan pemasar sering

¹⁴ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 2009, Hal. 29.

¹⁵ Sufirayati and Fanny Nailufar, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh," *Jurnal Ihtiyath* 2, no. 1 (2018), Hal. 6.

merancang produk dan program pemasaran yang dibuat untuk kebutuhan mereka ¹⁶.

c) Kelas Sosial Pembeli

Pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang di mana anggotanya berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak hanya ditentukan hanya oleh satu faktor misalkan pendapatan, tetapi diukur sebagai informasi kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lain.

2) Faktor Sosial

Wells dan Prenskey menyatakan bahwa kelas sosial mengacu pada posisi tertentu dalam struktur sosial dan ekonomi suatu masyarakat, yang didasarkan pada kriteria pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan ¹⁷. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial. Berikut identifikasinya:

- a) Kelompok
- b) Keluarga
- c) Peran dan Status sosial

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak, dasar seseorang, terutama

¹⁶ Kotler Philip and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006), Hal. 66.

¹⁷ Sufirayati and Nailufar, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh.", Hal. 24.

karakteristik dominan mereka. Meskipun kepribadian adalah salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis-jenis dan merek-merek produk yang dibeli.

Putusan pembeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu:

- a) Usia dan Tahap siklus hidup pembeli
- b) Pekerjaan
- c) Situasi ekonomi
- d) Gaya Hidup
- e) Kepribadian dan Konsep Diri

4) Faktor Psikologi

Pilihan pembelian seseorang juga dapat dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Semakin tinggi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian (Frederecca dan Chairy (2010)). Beberapa pengaruh tersebut dapat dirincikan sebagai berikut:

- a) Motivasi
- b) Persepsi
- c) Pembelajaran
- d) Keyakinan dan sikap

3. Biaya

a. Pengertian biaya

Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk barang maupun jasa. Sifat dari biaya adalah pengorbanan ekonomi. Biaya dapat dibedakan menjadi bermacam-macam sesuai dengan tujuan pengelompokannya. Keberagaman jenis biaya diakibatkan oleh beragamnya tujuan penentuan biaya.

b. Indikator biaya

- 1) Biaya penjualan: biaya-biaya yang terkait langsung dengan aktivitas toko atau aktivitas yang mendukung operasional penjualan barang dagangan.
- 2) Biaya umum dan administrasi: dikeluarkan dalam rangka mendukung aktivitas urusan kantor (administrasi) dan operasi umum¹⁸.

4. Tabungan Haji di Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidimpuan

a. Pengertian Tabungan Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidimpuan

Tabungan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudhārabah, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lain yang dipersamakan dengan itu.

Hendra kholid dan Daulay mendefinisikan tabungan adalah suatu bentuk investasi dengan menyisihkan sebagian pendapatan untuk masa

¹⁸ Titin Kartini, "Pengaruh Pendapatan Usaha Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Almana)* 1, no. 2 (2017): 63–76.

depan. Sedangkan haji adalah bentuk ibadah dalam rangka mengunjungi Baitullah dengan melaksanakan syarat dan rukun wajib haji. Maka tabungan haji merupakan suatu bentuk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk berangkat haji. Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah berupaya untuk menghimpun dana masyarakat yang mau berangkat haji memberikan beberapa bentuk pelayanan yang sesuai dengan syariah baik dalam segi akad maupun dalam operasionalnya¹⁹

b. Manfaat Tabungan Haji

Menurut Erlinda dan Doli dalam penelitian Reza mulyani menjelaskan manfaat yang diperoleh para calon jamaah haji ketika memilih produk tabungan haji di suatu bank yaitu sebagai berikut:

- 1) Bebas Biaya Administrasi. Pihak perbankan memberikan kemudahan dalam membuka tabungan dengan melakukan pembebasan biaya administrasi. Hal ini dilakukan untuk menarik simpati nasabah dan meringankan beban nasabah dengan biaya administrasi tersebut.
- 2) Calon haji diberikan asuransi kecelakaan dan kematian. Dengan pemberian asuransi oleh pihak perbankan bertujuan untuk membuat masyarakat merasa aman dan nyaman selama melakukan ibadah haji nantinya.
- 3) Dapat melakukan setoran di seluruh cabang bank tersebut. Dengan sistem online yang diterapkan oleh pihak perbankan sehingga memudahkan

¹⁹ Dauly A.N, "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2017): 105.

masyarakat untuk melakukan transaksi dengan pihak perbankan tanpa harus ke bank tujuan pertama.

- 4) Setoran ringan. Masyarakat dapat melakukan setoran sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki.
- 5) Online dengan Siskohat. Setiap masyarakat yang telah cukup dananya untuk berangkat haji, maka langsung terdaftar dalam database Kementerian Agama di masing-masing wilayah.
- 6) Memperoleh bagi hasil yang menarik. Sebagian besar masyarakat menabung dana haji di perbankan syariah. Hal ini sangat menguntungkan nasabah atau calon jamaah haji karena bank syariah menerapkan sistem bagi hasil di mana dengan sistem bagi hasil ini akan menjauhkan nasabah dari unsur riba yang tidak diridhai oleh Allah SWT.

Dari beberapa penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa ada banyak manfaat yang akan dirasakan oleh penabung haji yang diantaranya membantu mempersiapkan BPIH, memudahkan pendaftaran haji karena sudah terhubung secara online dengan Siskohat Kementerian Agama dan nasabah juga akan mendapatkan fasilitas dan layanan yang menarik dari bank seperti bebas biaya administrasi, mendapatkan asuransi kecelakaan dan mendapatkan bagi hasil dari tabungan haji dengan sistem bagi hasil. Mendapatkan ketenangan terhadap terjaminnya dana yang telah diniatkan untuk melaksanakan rukun Islam yang ke lima.

c. Landasan Hukum Haji

1) Al-Qur'an

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ هَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ
الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barangsiapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam. (Q.S. Ali Imran: 97) ²⁰.

Tafsir Ringkas Kemenag RI

Di sana, di Masjidilharam, terdapat tanda-tanda yang jelas tentang keutamaan dan kemuliaannya diantaranya maqam Ibrahim, yaitu bekas telapak kaki Nabi Ibrahim tempat beliau berdiri waktu membangun Kakbah; hajar aswad, hijir Ismail dan yang lainnya (Lihat: Surah alBaqarah/2: 125). Barang siapa memasukinya, menjadi amanlah dia dari gangguan-gangguan. Dan di antara kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang Islam yang sudah akil balig yang mampu mengadakan perjalanan ke sana, mempunyai bekal yang cukup untuk dirinya dan keluarga yang ditinggalkan, kemampuan fisik, ada sarana pengangkutan dan aman dalam perjalanan. Barang siapa mengingkari kewajiban haji, maka dia adalah kafir, karena tidak percaya pada ajaran Islam. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) apapun dari seluruh alam,

²⁰ Kemenag, *QS. Ali Imran: 97*, 2021.

baik yang taat dan menjalankan ibadah haji, yang durhaka, maupun yang kafir²¹.

2) Hadist

Dari Ibnu' Umar RA, bahwasanya Rasulullah SAW bersabda: Islam dibangun di atas lima perkara, yaitu bersaksi bahwa tiadailah selain Allah dan bahwa Muhammad adalah hamba dan RasulNya, mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, menunaikan haji ke Baitullah dan berpuasa di bulan Ramadhan". (H.R. Bukhari dan Muslim)²².

5. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Sehingga, konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan A dan B.

Kualitas Pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat

²¹ Kemenag, "Tafsir Kemenag Quran Surah Ali Imran Ayat 97," Kementerian Agama, 2021, <https://quran.kemenag.go.id/>.

²² Abdul Majid Khon, *Ulumul Hadist* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), Hal. 56.

memuaskan. Namun, terkadang ada juga pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Pelayanan ini dikatakan buruk, jika perusahaan dirasa tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, baik melalui produk maupun melalui pelayanan perusahaan²³.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

- 1) Bukti Fisik (*Tangibles*) merupakan fasilitas fisik yang harus ada dalam proses pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk. Aspek tampilan fisik (*tangible*) yang disediakan akan sangat menentukan kepuasan dari pengguna jasa. Berdasarkan data temuan yang diperoleh selama dilapangan menunjukkan bahwa bukti fisik yang disediakan belum sepenuhnya memberikan kesan yang positif dari mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan diantaranya kondisi ruangan yang masih sempit, jumlah kursi yang disediakan masih sedikit, sehingga mengakibatkan mahasiswa harus berdiri untuk menunggu, ruangan yang panas tidak tersedianya AC, dan sebagian pegawai masih ada yang menggunakan laptop pribadi dalam menyelesaikan tugas mereka.
- 2) Keandalan (*Reliability*) Keandalan meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

²³ Dahlan, *Kualitas Pelayanan* (Jakarta: Penerbit NEM, 2023), Hal.24.

Pelayanan yang berkualitas dapat ditingkatkan melalui kesediaan dan kemampuan dalam membantu pelanggan merespon permintaan mereka dengan cepat. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh selama dilapangan, maka dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan persepsi antara pemberi layanan dan pengguna layanan ketidakpuasan diungkapkan dengan alasan seperti keterlambatan pegawai dalam menyelesaikan jasa yang dibutuhkan, pegawai yang terkadang tidak berada dalam ruangan pada saat ditemui, tidak adanya informasi tepat dalam menyelesaikan pekerjaan yang mengakibatkan mahasiswa harus menunggu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.

- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*) Berdasarkan data temuan secara umum dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas akademik Politeknik Negeri Pontianak kepada mahasiswa sudah baik. Kondisi tersebut sesuai dengan keinginan dan harapan mereka terlihat dari sikap petugas dalam membantu mahasiswa yang mengalami kesulitan pada saat melakukan proses registrasi daftar ulang, dan kemauan dalam membantu memberikan informasi akademik sehingga mereka tetap percaya diri dalam menjalankan aktivitas perkuliahan. Adanya kejelasan yang bijaksana, mendetail, dan mengarahkan agar dapat menyikapi prosedur dan mekanisme kinerja yang berlaku dalam organisasi sehingga bentuk pelayanan mendapat respon yang baik.
- 4) Jaminan (*Assurance*) Kualitas pelayanan yang ditunjukkan dari aspek jaminan yang diberikan pegawai kepada mahasiswa sudah baik. Hal ini

terlihat dari sikap petugas yang sopan dan ramah saat melayani mahasiswa dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan jasa yang dibutuhkan mahasiswa.

- 5) Perhatian (*empaty*) Kualitas pelayanan dari aspek empati belum sepenuhnya berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari hasil temuan dilapangan menunjukkan bahwa petugas masih belum bisa berkomunikasi dengan mahasiswa dengan baik, tidak ada perhatian khusus yang diberikan kepada mahasiswa. Akibatnya mahasiswa merasa segan jika berurusan dengan pihak akademik. Kondisi ini tentunya mencerminkan adanya jarak di kedua belah pihak yang segera harus diperbaiki. Karena setiap kegiatan pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan. Empati dalam suatu pelayanan adalah perhatian lebih yang harus diberikan, keseriusan, simpatik terhadap kebutuhan pelanggan²⁴.

6. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan sesuatu (barang atau jasa) ke arah yang lebih baik. Menurut Fandy Tjiptono promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan. Selain itu, kegiatan promosi adalah dilakukan supaya

²⁴ Antonius Along, "Kualitas Layanan Administrasi Akademik Di Politeknik Negeri Pontianak," *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik* 6, no. 1 (2020), Hal. 28-29.

produk yang dijual dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, sehingga mereka dapat ikut membeli dan menggunakannya²⁵

b. Indikator Promosi

- 1) Periklanan Periklanan yaitu suatu pesan secara persuasif yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat melalui media massa untuk menginformasikan, membujuk, dan juga mengingatkan masyarakat mengenai produk yang dijual oleh perusahaan.
- 2) Promosi Penjualan Promosi penjualan yaitu upaya perusahaan menarik perhatian konsumen pada produk yang dijual dengan berbagai insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian pada produk.
- 3) Hubungan Masyarakat Hubungan masyarakat yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai lapisan masyarakat untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor, berita, dan kejadian yang tidak menyenangkan²⁶.

B. Penelitian Terdahulu

Tujuan dibuatnya penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk mengatasi anggapan kesamaan dengan penelitian ini maka peneliti mencantumkan hasil – hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

²⁵ Yudi Nur Supriadi, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Cendikia Mulia Mandiri, 2023), Hal. 56.

²⁶ Raditya Gusdiandika and Kukuh Sinduwiatmo, “Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo,” *KANAL 1*, no. 1 (2012): 1–101.

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1.	Anida Romantim (skripsi Iain Tulangagung, 2021)	Analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Muamalat KC Kediri	Penelitian ini menyimpulkan bahwa terjadinya suatu perubahan pola pikir nasabah dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa tersebut dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah sikap, minat maupun motivasi seseorang nasabah khususnya terhadap pemilihan produk iB Hijrah Haji ²⁷ .
2.	Aulia Ur Rohman (Skripsi IAIN Walisongo, 2022)	Analisis pengaruh keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendal Soetta	Penelitian ini menyimpulkan data diperoleh melalui wawancara dengan salah satu pegawai PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendal Soetta.
3.	Rizka Safitri Hayuningtyas (Skripsi IAIN Ponogoro, 2020)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponogoro	Penelitian ini menyimpulkan adanya faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah tabungan haji dalam memilih lembaga keuangan syariah. lima faktor yang terbentuk, yaitu: pertama faktor sosial, faktor psikologi, faktor pribadi faktor budaya, dan faktor motivasi.
4.	Dita Wening Rofifah (Skripsi Universitas Islam Malang, 2023)	Analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk haji	Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi merupakan seseorang yang

²⁷ Anida Romantim, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat KC Kediri, Skripsi” (IAIN Tulangagung, 2021), Hal. 44.

		(Studi Kasus Bank Muamalat)	termotivasi siap untuk melakukan sesuatu perubahan. bagaimana seseorang yang termotivasi berbuat sesuatu adalah dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapi.
--	--	-----------------------------	--

C. Hipotesis

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀₁ : Tidak ada pengaruh biaya terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

Ha₁ : Ada pengaruh biaya terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

H₀₂ : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

Ha₂ : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

H₀₃ : Tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

Ha₃ : Ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

H₀₄ : Tidak ada pengaruh biaya, kualitas pelayanan, promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

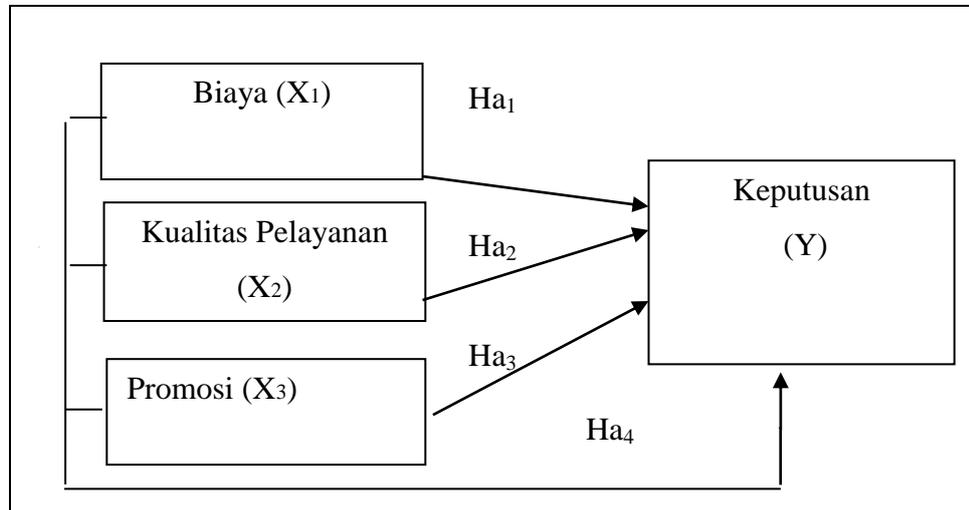
Ha₄ : Ada pengaruh biaya, kualitas pelayanan, promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Padangsidempuan.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting²⁸. Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dirumuskan suatu kerangka pikir penelitian sebagai berikut:

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Alfabeta, 2014), Hal. 34-36.

Gambar II. 1
Kerangka Berpikir²⁹



²⁹ FEBI UIN Syahada, *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (SYAHADA) Padangsidimpun* (Padangsidimpun: UIN SYAHADA, 2023).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Muamalat KC Padangsidimpuan. Waktu Penelitian ini dilakukan penulis dimulai dari Januari 2023 sampai dengan bulan desember 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif analisis deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor, atau nilai, peringkat atau frekuensi) dan hal tersebut dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain. Deskriptif yaitu menggambarkan dan menginterpretasikan obyek penelitian penelitian secara apa adanya sesuai dengan hasil penelitian sehingga peneliti mengetahui apa saja yang perlu diinterpretasikan dari obyek penelitian tersebut ¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai satu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen merupakan suatu unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda- benda alam yang lain. Populasi juga bukansekdar jumlah yang

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hal. 25.

ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek tersebut. Jadi, jumlah populasi pada penelitian ini meliputi nasabah yang membuka rekening haji pada Bank Muamalat KC Padangsidempuan sebanyak 263 Responden.

2. Sampel

Sampel bisa diartikan sebagai wakil dari populasi yang ditentukan. Informasi dari sampel yang baik mencerminkan informasi dari keseluruhan populasi. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sample random sampling* dengan menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

Keterangan

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e b = 10% adalah:

$$n = \frac{263}{1 + 263 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{263}{1 + 263 \times 0,01}$$

$$n = \frac{263}{1 + 2,63}$$

$$n = \frac{263}{3,63}$$

$$n = 73.$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak dibulatkan menjadi sampel 73 responden.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer biasanya diperoleh dari survey lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data Ordinal¹. Dalam hal ini data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan nasabah PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan dan diperoleh responden yaitu nasabah PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

2. Teknik Sampling

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *Sample random sampling*. *Random Sampling* Merupakan teknik atau cara pengambilan sampel yang memakai kaidah peluang dalam penentuan elemen sampelnya. Bisa dikatakan, teknik ini diambil secara random atau acak. Umumnya, teknik random sampling memberikan peluang kepada semua anggota populasi agar menjadi spesimen terpilih. Adapun pemakaian teknik ini bisa digunakan pada sebuah populasi yang memiliki jumlah anggota yang sudah ditentukan terlebih dahulu²

² Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), Hal. 94.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta: Bandung, 2013), Hal. 45.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan sebagai berikut:

1. Metode Kuesioner (Angket)

Kuesioner (Angket) merupakan suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini dilakukan pemberian kuesioner kepada responden³

2. Observasi

Observasi dalam penelitian ilmiah bukan hanya sekedar meninjau atau melihat-lihat, tetapi haruslah mengamati secara cermat dan sistematis sesuai dengan panduan yang telah dibuat. Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga dapat gambaran jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.⁴

3. Dokumentasi

Merupakan metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya. Dalam penelitian ini data dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari angket dan wawancara⁵

⁴ Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), Hal. 78.

⁵ S. Nasution, *Metode Research* (Banjarasin: Antasari Press, 2003), Hal. 45.

⁶ Ahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarasin: Antasari Press, 2011), Hal. 67.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas juga merupakan suatu skala pengukuran dikatakan valid bila melakukan apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25⁶.

2. Uji Realibilitas

Realibilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan pengukur yang sama pula. Metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode alpha cronbach $> 0,60$ ⁷.

G. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis regresi linier berganda. Metode analisis yang digunakan juga dengan

⁷ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), Hal. 102.

⁸ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Jakarta: Gramedia, 2020), Hal. 61.

menggunakan bantuan SPSS versi 25. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah dikumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang statistik data seperti min, max, mean, sum, standar deviasi, variance, range dan lain-lain untuk mengukur distribusi data ⁸.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *kolmogrov-smirnov*. Jika nilai signifikan dari hasil uji *kolmogrov-smirnov* > 0,1 maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal. Adapun variabel yang akan dilihat kenormalannya dalam penelitian ini adalah Biaya (X1), Kualitas pelayanan (X2), Promosi (X3) sedangkan Keputusan Nasabah (Y) ⁹.

Kolmogrov-Smirnov maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan < 0,1, maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai signifikan > 0,1, maka H_0 diterima.

⁹ Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian Dengan SPSS 22* (Jakarta: PT. Ellex Media Komputindo, 2014), Hal. 34.

¹⁰ Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), Hal. 59.

3. Uji linearitas

- a. Untuk mengetahui linearitas data maka digunakan uji linearitas, yaitu apakah dua variabel memiliki hubungan linier atau tidak. Dalam analisis kolerasi person atau regresi linier, uji ini bisa dijadikan sebagai persyaratan bila nilai signifikan kurang dari 0,1
- b. Jika nilai signifikan $< 0,1$, maka kedua variabel mempunyai hubungan yang linier.
- c. Jika nilai signifikan $> 0,1$, maka kedua variabel tidak mempunyai hubungan yang linier¹⁰.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya kolerasi antara variabel independen merupakan dari uji multikolinieritas. Problem multikolinieritas ada apabila terjadi kolerasi. Jika tidak terjadi kolerasi antara variabel independen diartikan bahwa model regresi itu baik. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Varianceinflation factor*) kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas¹¹

¹¹ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: PT. Grindo Jaya, 2014), Hal. 24.

¹² Reinardo Abdullah and Gendy Prijambodo, "Pengaruh Lingkungan Kerja , Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Astra International Tbk Cabang Hr . Muhammad Surabaya," *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo* 25, no. 3 (2017): 264–80.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas dengan uji heteroskedastisitas, yaitu jika kondisi variasi error nya (Y) tidak identik. Tidak terjadi heteroskedastisitas merupakan persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi. Apabila diagram residualnya membentuk pola tertentu maka kriteria tersebut dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas¹².

5. Analisis regresi linear berganda

Regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk meramalkan keadaan variabel terikat. Jika dua atau lebih dua variabel bebas nilainya turun naik (dimanipulasi). Pada penelitian analisis regresi bergandanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua. Adapun model penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e \dots\dots\dots (3.1)$$

diturunkan menjadi:

$$KP : \alpha + \beta_1. BY + \beta_2. KP + \beta_3. PR + e \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

KP : Keputusan

BY : Biaya

KP : Kualitas Pelayanan

PR : Promosi

α : Konstanta

¹³ I Wayan Wilyani and Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis* (Jawa Timur: Klik Media, 2020), Hal. 27.

β : Koefisien

e : Standar Error

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0,05 setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut: ¹³

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima H_0 ditolak

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X (independen) secara bersama-sama bisa mempengaruhi variabel Y (dependen) secara signifikan atau untuk mengetahui besarnya peluang untuk diperoleh maka Uji F dapat digunakan. Kesalahan dalam mengambil keputusan, kriteria pengujian antara lain: ¹⁴.

1) Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak ($\alpha = 0,1$)

2) Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima ($\alpha = 0,1$)

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X)

¹⁴ Duwi Priyanto, *Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS* (Yogyakarta: Graha Media, 2012), Hal. 22.

¹⁵ Ghozali I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), Hal. 77.

terhadap variabel dependen (Y). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H (1 Nopember 1991), Pendirian Bank yang diprakarsai oleh beberapa tokoh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan beberapa cendekiawan Muslim yang tergabung dalam Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) serta Pemerintah ini mendapat dukungan dari tokoh-tokoh dan pemimpin Muslim terkemuka, beberapa pengusaha Muslim, serta masyarakat. Bentuk dukungan dari masyarakat yaitu berupa komitmen pembelian saham senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan Akta Pendirian Perseroan. Selanjutnya, dalam acara silaturahmi pendirian di Istana Bogor, diperoleh tambahan modal dari masyarakat Jawa Barat sebesar Rp 22 milyar sehingga menjadi Rp 106 milyar sebagai wujud dukungannya serta mendapat dukungan langsung dari Presiden dan mulai beroperasi pada 27 Syawal 1412 H (1 Mei 1992).

Setelah dua tahun beroperasi, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa pada 27 Oktober 1994. Pengakuan ini semakin memperkuat posisinya sebagai bank syariah pertama di Indonesia dengan beragam jasa dan produk yang terus dikembangkan. Pada tahun 2008 merupakan tahun yang sangat berat sekali untuk dunia perbankan, Krisis finansial menghantam Indonesia dan berdampak luas terhadap bisnis, termasuk sektor perbankan. Dikarenakan kondisi bisnis yang tidak kondusif, sejumlah

bank di Indonesia collapse, Dengan memakai sistem syariah menjadikan Bank Muamalat terjaga dari *negative spread* pada saat terjadi krisis moneter pada tahun 1997- 1998, sehingga membuat Bank Muamalat tetap bertahan dalam kategori A dan dalam hal ini bank muamalat tidak membutuhkan pengawasan BPPN (Badan Penyehatan Perbankan Nasional) maupun rekapitalisasi modal dari pemerintah. Namun, Bank Muamalat tetap berupaya mencari pemodal potensial guna memperkuat permodalannya dengan menyelenggarakan Right Issue I pada tahun 1999 dan dalam kegiatan ini berhasil mendapatkan pemegang saham baru yaitu Islamic Development Bank (IDB).

Dengan usaha yang Ekstra keras dan disiplin Bank Muamalat Telah berhasil membalikkan kerugian finansial pasca krisis tahun 1998 menjadi keuntungan yang signifikan bagi Bank. Pasca krisis tahun 1998, Bank Muamalat mulai bangkit dari keterpurukan dan mengawalinya dengan pengangkatan direksi baru dari internal. Kemudian menggelar rencana kerja lima tahun untuk mengembalikan Bank Muamalat ke kondisi keuangan dan pertumbuhan yang berkesinambungan. Hasil kinerja Bank Muamalat dari tahun 1998 hingga 2008 tersebut dibuktikan dengan meningkatnya total aktiva Bank Muamalat sebesar 25,3 kali lipat menjadi Rp 12,60 triliun, jumlah ekuitas tumbuh sebesar 23,6 kali lipat menjadi Rp 966 milyar, dan perkembangan jumlah nasabah hingga menjadi 2,9 juta nasabah. Bank Muamalat menutup tahun krisis finansial global 2008 dengan peningkatan laba bersih 43% menjadi Rp 207 miliar, di kala laba sektor perbankan konvensional nasional secara

agregat menurun sebesar 13%, dan laba agregat perbankan syariah pun turun 20%.

Pada tahun 2009, PT Bank Syariah Muamalat Indonesia Tbk berubah nama menjadi PT Bank Muamalat Indonesia Tbk sesuai dengan akta No. 104 tanggal 12 Nopember 2008 dari notaris Arry Supratno, S.H., notaris di Jakarta. Akta pernyataan tersebut disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan surat keputusan No. AHU-98507.AH.01.02.TH.08 tanggal 22 Desember 2008 dan dicatat dalam tata usaha pengawasan Bank Indonesia sejak 4 September 2009. Pada tahun yang sama, Bank Muamalat pertama kalinya membuka cabang internasional di Kuala Lumpur Malaysia dan melaksanakan pergantian manajemen pada bulan Juli 2009. Berdasarkan laporan keuangan (audited), pada akhir 2009 total aset Bank Muamalat mencapai Rp 16.027,18 miliar atau tumbuh 27,09% yang sebagian besarnya berasal dari Dana Pihak Ketiga (DPK) yaitu sebesar Rp 13.316,90 miliar. Dan dari Dana Pihak Ketiga yang terkumpul tersebut sebesar Rp 11.428,01 miliar disalurkan pada aktivitas Pembiayaan serta investasi syariah lainnya.

2. Sejarah Bank Muamalat KC Padangsidempuan

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan pada tanggal 03 Juli 2003. Untuk peresmian pada saat itu dibuka secara resmi oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan disaksikan oleh Muspida, Majelis Ulama Indonesia, Kementrian Agama, Pejabat setempat serta seluruh

karyawan yang pada saat itu berjumlah 16 orang. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpun terletak di Jalan Gatot Subroto No. 08. Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat kantornya berada pada pusat kota Padangsidimpun yang terletak pada jalan protokol di samping Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran Polres, Pengadilan Negeri Kota Padangsidimpun serta perkantoran lainnya. Jumlah karyawan pada Cabang Padangsidimpun sebanyak 38 orang karyawan, sedangkan jumlah karyawan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) seluruhnya sebanyak 72 orang karyawan. Sedangkan ATM yang ada di kota padangsidimpun hanya ada 1 unit di kantor PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpun, 3 unit di Kantor Cabang Pembantu (Rantau Parapat), 1 unit di Panyabungan.

3. Visi dan Misi Bank Muamalat

a. Visi

“Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dan dikagumi di pasar rasional”

b. Misi

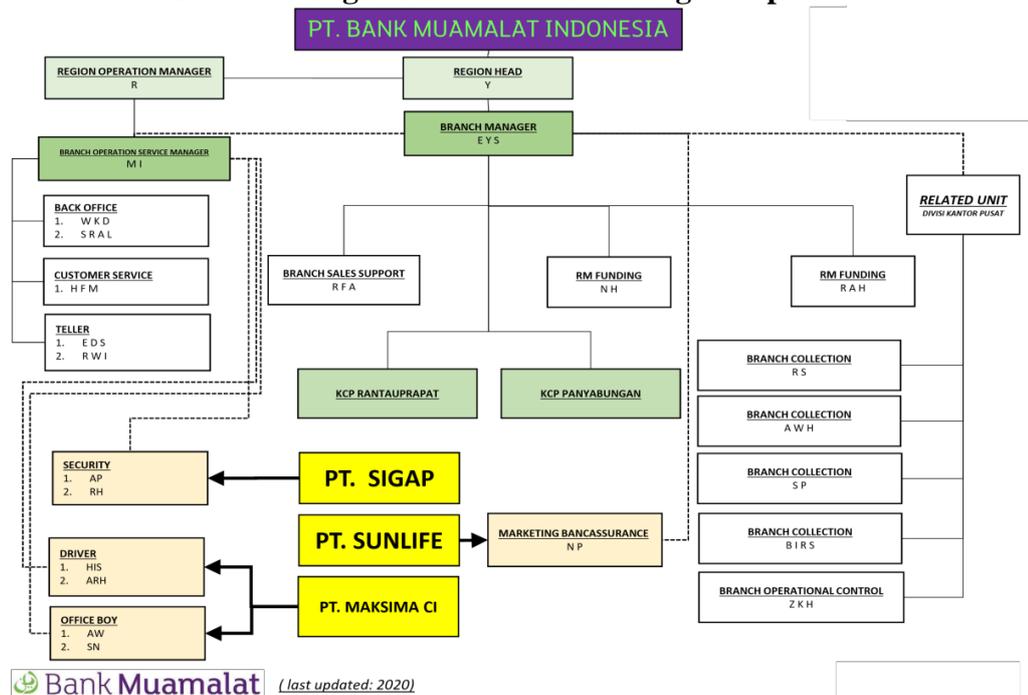
Menjadi Model Lembaga Keuangan Syariah dunia, dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

4. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat KC Padangsidimpun

Padangsidimpun senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan

lingkungan bisnis. Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpuan melakukan restrukturisasi, tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien. Bank ini juga menjalankan kegiatan berbentuk organisasi yang berkaitan dengan pekerjaan atau memiliki hubungan pekerjaan yang saling membantu bagian lainnya. Adapun struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpuan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar IV. 1
Struktur Organisasi BMI KC Padangsidimpuan



5. Produk dan jasa pada Bank Muamalat Indonesia terdiri dari penghimpunan dan penyaluran dana

1) Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana merupakan kegiatan Bank Muamalat Indonesia untuk menghimpun dana dari masyarakat. Bank Muamalat Indonesia memiliki 8 produk penghimpunan dana, yaitu:

- 1) Shar-e, Merupakan tabungan investasi syariah yang memadukan kemudahan akses ATM, Debit, dan Phone Banking dalam satu kartu. Shar-e sudah terhubung dengan jaringan ATM Malaysia yang tergabung dalam MEPS (Malaysian Electronic Payment System): Maybank, Hong Leong Bank, Affin Bank, dan Southern Bank serta bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan asuransi di Indonesia, antara lain: PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Asuransi Jiwa Mega Life, PT. Asuransi Bintang, dan PT. Asuransi Jiwa Sinarmas.
- 2) Tabungan Ummat, merupakan investasi murni yang sesuai dengan syariah dalam mata uang rupiah yang memungkinkan nasabah melakukan penyetoran dan penarikan tunai dengan mudah. Selain itu, Tabungan Ummat merupakan tabungan investasi dengan akad mudharabah yang penarikannya dapat dilakukan secara bebas biaya di seluruh counter bank Muamalat dan jaringan ATM bersama.
- 3) Tabungan Ummat Junior, merupakan tabungan yang diperuntukkan khusus untuk pelajar.

- 4) Tabungan Haji Arafah, merupakan tabungan yang ditujukan bagi nasabah yang berkeinginan untuk menunaikan ibadah haji secara terencana sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu yang nasabah inginkan. Tabungan Haji Arafah plus ditujukan bagi nasabah premium yang memiliki perencanaan haji singkat.
- 5) Deposito Mudharabah, merupakan jenis investasi syariah, tersedia dalam jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan dengan pilihan mata uang dalam rupiah atau USD. Deposito Mudharabah dapat diperpanjang secara otomatis dan dijadikan jaminan pembiayaan di bank Muamalat.
- 6) Deposito Fulinvest, merupakan pilihan investasi dalam mata uang rupiah maupun USD dengan jangka waktu 6 dan 12 bulan yang ditujukan bagi nasabah yang ingin berinvestasi secara halal, murni sesuai syariah. Deposito ini dikhususkan bagi nasabah perseorangan dan dilengkapi dengan fasilitas asuransi jiwa.
- 7) Giro Wadi'ah, merupakan titipan dana pihak ketiga berupa simpanan giro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro dan aplikasi pemindah bukuan. Diperuntukkan bagi nasabah pribadi maupun perusahaan untuk mendukung aktivitas usaha.
- 8) DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan) Muamalat, merupakan lembaga yang menyelenggarakan program pensiun, yaitu suatu program yang menjanjikan sejumlah uang yang pembayarannya dilakukan secara berkala. DPLK Muamalat dapat diikuti oleh mereka yang berusia 18 tahun, atau sudah menikah, dan pilihan usia pensiun 45-65 tahun dengan

iuran sangat terjangkau, yaitu minimal Rp.50.000 perbulan. Peserta juga dapat mengikuti program wasiat umat, dimana 64 selama masa kepesertaan akan dilindungi asuransi jiwa sesuai ketentuan berlaku. Dengan asuransi ini, keluarga peserta akan memperoleh dana pensiun sebesar yang diproyeksikan sejak awal jika peserta meninggal dunia sebelum memasuki masa pensiun.

b. Penyaluran Dana

Penyaluran dana merupakan kegiatan bank Muamalat dalam menyalurkan dana kepada masyarakat. Bank Muamalat Indonesia memiliki produk penyaluran dana, yaitu:

- 1) Pembiayaan Jual Beli Murabahah, merupakan fasilitas penyaluran dana dengan sistem jual beli untuk pembiayaan modal, investasi, dan konsumtif. Pihak bank akan membelikan barang-barang halal yang nasabah butuhkan kemudian menjualnya kepada nasabah untuk diangsur sesuai kemampuan nasabah dan kesepakatan kedua belah pihak.
- 2) Istishna, merupakan kegiatan jual beli dimana produsen ditugaskan membuat barang pesanan dari pemesan. Objek pesanan harus dibuat atau di pesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus yang dipesan oleh pemesan. Pembayaran dapat dilakukan di awal, di tengah atau di akhir pesanan. Umumnya digunakan untuk pembiayaan pembangunan property dan penyediaan barang atau aset yang memiliki kriteria spesifik.

c. Pembiayaan Bagi Hasil

- 1) Musyarakah, merupakan kerjasama yang dilakukan antara bank dengan nasabah dalam suatu usaha dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana, 65 pekerjaan atau keahlian dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Umumnya digunakan untuk pembiayaan modal dan investasi.
- 2) Mudharabah, merupakan kerja sama antara dua pihak dimana bank selaku penyedia dana dan pihak lain (nasabah) bertindak sebagai pengelola usaha. Bank menyerahkan modalnya kepada nasabah untuk di kelola.

d. Pembiayaan Sewa

- 1) Ijarah, merupakan perjanjian antara bank selaku pemberi sewa dengan nasabah selaku penyewa atas suatu barang atau aset milik bank. Bank mendapatkan jasa atas barang atau aset yang disewakan.
- 2) Ijarah Muntahia Bittamlik (IMBT), merupakan perjanjian antara bank selaku pemberi sewa dengan nasabah selaku penyewa. Dengan konsep IMBT, nasabah (penyewa) setuju akan membayar uang sewa selama masa sewa yang diperjanjikan dan bila sewa berakhir penyewa mempunyai hak opsi untuk memindahkan kepemilikan objek sewa tersebut dari pemberi sewa. Umumnya digunakan untuk pembiayaan investasi alat-alat besar.
- 3) Qardh, merupakan pinjaman dari bank kepada nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan

kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus. Umumnya digunakan untuk pembiayaan dana talangan haji.

B. Pengujian Hipotesis dan Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Untuk mengetahui suatu kuisioner valid atau tidaknya dapat dilihat dari nilai *Pearson Correlation* dan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Suatu kuisioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai probabilitasnya $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Tabel IV. 1
Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan		Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Keputusan Nasabah (Y)	Y.1	0.553	0.1914	Valid
	Y.2	0.566	0.1914	Valid
	Y.3	0.529	0.1914	Valid
	Y.4	0.455	0.1914	Valid
Biaya (X1)	X1.1	0.709	0.1914	Valid
	X1.2	0.758	0.1914	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.603	0.1914	Valid
	X2.2	0.462	0.1914	Valid
	X2.3	0.509	0.1914	Valid
	X2.4	0.513	0.1914	Valid
	X2.5	0.567	0.1914	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0.502	0.1914	Valid
	X3.2	0.685	0.1914	Valid
	X3.3	0.380	0.1914	Valid

	X3.4	0.609	0.1914	Valid
	X3.5	0.545	0.1914	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024.

Berdasarkan tabel IV.1 di atas dapat di lihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai probabilitas $r_{hitung} < r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel-variabel adalah valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur konsistensi kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Tabel IV. 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	R Tabel	Keterangan
Keputusan Nasabah (Y)	0.655	0,60	Reliabel
Biaya (X1)	0.777		Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.687		Reliabel
Promosi (X3)	0.698		Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024.

Dari tabel IV. 2 diatas dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas instrument menunjukkan sudah memadai karena semua variabel mendekati $1 > 0,60$. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari setiap variabel sudah menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.

3. Hasil Uji Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti.

Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, *mean*, *minimum*, *maximum* dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi. Hasil uji analisis statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel IV. 3
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keputusan_Nasabah	73	14.00	20.00	17.7204	1.24556
Biaya	73	7.00	10.00	9.0215	.79370
Kualitas_Pelayanan	73	16.00	25.00	22.3226	1.51199
Promosi	73	17.00	25.00	22.2473	1.57877
Valid N (listwise)	73				

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2024

Berdasarkan tabel IV. 3 uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel keputusan nasabah (Y) dengan jumlah data (N) sebanyak 73 mempunyai mean 17.7204, dengan nilai *minimum* 14.00 dan nilai *maximum* 20.00 serta *standard deviation* 1.24556. Variabel Biaya (X1) dengan jumlah data (N) sebanyak 73 mempunyai *mean* 9.0215 dengan nilai *minimum* 7.00 dan nilai *maximum* 10.00 serta *standard deviation* 0.7 9370. Selanjutnya, diketahui nilai mean dari variabel Kualitas pelayanan (X2) sebesar 22,3226, nilai minimum 16,00 dan nilai maksimum adalah 25,00, serta nilai *standard deviation* sebesar 1,51199. Terakhir, nilai mean dari variabel promosi (X3) sebesar 22,2473, nilai minimum 17,00 dan nilai maksimum 25,00, serta nilai *standard deviation* sebesar 1,57877.

4. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah sudah mempunyai pola regresi yang berbentuk linier atau tidak dengan menggunakan bantuan program SPSS 25 *For Windows*. Berikut hasil perhitungan uji linearitas pada

tabel berikut ini:

a. Variabel Biaya (X1)

Tabel IV. 4
Hasil Uji Linearitas Biaya (X1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Nasabah * Biaya	Between Groups	(Combined)	15.902	3	5.301	3.720	.014
		Linearity	10.307	1	10.307	7.233	.009
		Deviation from Linearity	5.595	2	2.798	1.963	.146
	Within Groups		126.829	69	1.425		
	Total		142.731	72			

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024.

Berdasarkan tabel IV.4 di atas dapat diketahui nilai F pada kolom *Deviation of Linearity* sebesar 1.963 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,146. Dengan demikian, nilai Sig.(2-tailed) tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data bersifat linier.

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel IV. 5
Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X2)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Nasabah * Kualitas_Pelayanan	Between Groups	(Combined)	43.790	7	6.256	5.374	.000
		Linearity	24.914	1	24.914	21.403	.000
		Deviation from Linearity	18.877	6	3.146	2.703	.059
	Within Groups		98.941	65	1.164		
	Total		142.731	72			

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024.

Berdasarkan tabel IV. 5 di atas dapat diketahui nilai F pada kolom *Deviation of Linearity* sebesar 2,703 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,059. Dengan demikian, nilai Sig.(2-tailed) tersebut lebih besar dari 0,05

sehingga dapat disimpulkan data bersifat linier.

c. Variabel Promosi (X3)

Tabel IV. 6
Hasil Uji Linearitas Promosi (X3)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Keputusan_Nasabah * Promosi	Between Groups	(Combined)	13.472	8	1.684	1.094	.375
		Linearity	.674	1	.674	.438	.510
		Deviation from Linearity	12.798	7	1.828	1.188	.318
	Within Groups	129.259	66	1.539			
	Total	142.731	72				

Sumber: Data diolah, SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel IV. 6 di atas dapat diketahui nilai F pada kolom *Deviation of Linearity* sebesar 1.188 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,318. Dengan demikian, nilai Sig.(2-tailed) tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data bersifat linier.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel keputusan nasabah, biaya, kualitas pelayanan dan promosi memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau tidak. Pengujian menggunakan uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Sminornov* (K-S) dengan bantuan program SPSS 25 For Window. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean .0000000

	Std. Deviation	1.09345259
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.043
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah, SPSS 25 Tahun 2024.

Berdasarkan tabel IV. 7 di atas diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai p dari koefisien K-S sebesar $0,200 > 0,1$ (10%), maka dapat disimpulkan berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel IV. 8
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.259	2.919		4.199	.000		
	Biaya	-.344	.147	-.219	-2.336	.022	.983	1.017
	Kualitas_Pelayanan	.326	.077	.396	4.220	.000	.984	1.016
	Promosi	.058	.074	.073	.786	.434	.994	1.006

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2024

Berdasarkan tabel IV. 8 diatas diketahui nilai *tolerance* untuk variabel Biaya (X1) sebesar $0,983 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,017 < 10,00$, maka berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi. Selanjutnya, Berdasarkan tabel output *coefficients* diatas diketahui nilai *tolerance* untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $0,984 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,016 < 10,00$, maka berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas

dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Berdasarkan tabel output *coefficients* diatas diketahui nilai *tolerance* untuk variabel Promosi (X3) sebesar $0,994 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,006 < 10,00$, maka berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel IV. 9
Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.063	1.806		-.588	.558
	Biaya	.144	.091	.166	1.578	.118
	Kualitas_Pelayanan	.035	.048	.076	.723	.472
	Promosi	-.007	.046	-.017	-.158	.875

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024.

Dari tabel IV.9 dengan variabel Abs_RES berperan sebagai variabel dependent. Berdasarkan output diatas diperoleh nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Biaya (X1) sebesar $0,118 > 0,1$. Karena nilai signifikansi variabel Biaya (X1) lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Selanjutnya diperoleh nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $0,472 > 0,1$. Karena nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X2) lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Promosi (X3) sebesar 0,875 > 0,1. Karena nilai signifikansi variabel Promosi (X3) lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, maka analisis regresi linear berganda dapat dilakukan pada penelitian ini. Analisis regresi linear berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi apakah berpengaruh dan signifikan sehingga dapat digunakan untuk menjawab hipotesis. Adapun hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25.

Tabel IV. 10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.259	2.919		4.199	.000
	Biaya	.344	.077	.219	2.336	0.22
	Kualitas_Pelayanan	.326	.077	.396	4.220	.000
	Promosi	.058	.074	.073	.786	.434

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024.

Berdasarkan tabel IV. 10 di atas persamaan regresinya adalah KP :
 $12,259 + 0,344 BY + 0,326 KP + 0,058 PR + e$. Berdasarkan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- Nilai konstantan (a) adalah 12,259 yang menyatakan bahwa biaya, kualitas pelayanan dan promosi diasumsikan 0 maka keputusan nasabah tabungan haji nilainya sebesar 12,259.
- Nilai koefisien regresi variabel biaya (b1) bernilai positif sebesar 0,344

dapat diartikan bahwa apabila setiap peningkatan variabel biaya sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan nasabah tabungan haji sebesar 0,344 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel biaya dengan keputusan nasabah.

- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_2) bernilai positif sebesar 0,326 dapat diartikan bahwa apabila setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan nasabah tabungan haji sebesar 0,326 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kualitas dengan keputusan nasabah.
- d. Nilai koefisien regresi variabel biaya (b_3) bernilai positif sebesar 0,058 dapat diartikan bahwa apabila setiap peningkatan variabel biaya sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan nasabah tabungan haji sebesar 0,058 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel biaya dengan keputusan nasabah.

7. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (t)

Adapun hasil uji parsial (t) menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.259	2.919		4.199	.000
Biaya	.344	.147	.219	2.336	.022

Kualitas_Pelayanan	.326	.077	.396	4.220	.000
Promosi	.058	.074	.073	.786	.434

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024.

Nilai untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independent, jadi $df = 73-3-1 = 69$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi 0,1) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,676. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial table IV. 11 dapat dilihat bahwa pada variabel biaya memiliki t_{hitung} sebesar 2,336, nilai t_{tabel} sebesar 1,676. Sehingga $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($2,336 > 1,676$). Maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

Pada variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 4,220, nilai t_{tabel} sebesar 1,676. Sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,220 > 1,676$). Maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

Variabel promosi memiliki t_{hitung} sebesar 0,786, nilai t_{tabel} sebesar 1,676. Sehingga $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($0,876 < 1,676$). Maka H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Tabel IV. 12
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.732	3	10.911	8.828	.000 ^b
	Residual	109.999	69	1.236		
	Total	142.731	72			

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024.

Nilai F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan *regression* $df\ 1 = k-1$ atau $4-1 = 3$ (k adalah jumlah variabel) dan residual $df\ 3$ adalah 73 ($df\ 3 = n - k-1$) atau $73-3-1 = 69$ (n adalah jumlah responden dan k adalah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar $2,16$. Hasil uji simultan (Uji F) pada tabel IV.12 nilai F_{hitung} sebesar $8,828$ sedangkan nilai F_{tabel} sebesar $2,16$ sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($8,828 > 2,16$), maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi variabel biaya (X_1), Kualitas pelayanan (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap variabel dependen Keputusan Nasabah (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu. Nilai terkecil koefisien determinasi adalah nol dan terbesar satu, sehingga dinyatakan $0 \leq R^2 \leq 1$.

Tabel IV. 13
Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.429	.303	1.31173

Sumber: Data diolah, SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diatas diperoleh nilai R 0,679 artinya kolerasi antara variabel volume penjualan terhadap pendapatan terjadi hubungan yang sedang. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,303 atau (30,3%). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel biaya (X1), kualitas pelayanan (X2) dan promosi (X3) terhadap variabel keputusan nasabah (Y) sebesar 0,303 atau (30,3%). Sisa sebesar 0,697 atau (69,7%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Biaya (X1) Terhadap Keputusan Nasabah Haji Pada PT. Bank Muamalat, Tbk KC Padangsidempuan

Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk barang maupun jasa. Sifat dari biaya adalah pengorbanan ekonomi. Biaya dapat dibedakan menjadi bermacam-macam sesuai dengan tujuan pengelompokannya. Keberagaman jenis biaya diakibatkan oleh beragamnya tujuan penentuan biaya. Indikator yang digunakan untuk mengukur biaya adalah sebagai berikut: biaya penjualan, biaya umum dan administrasi.

Nilai t_{hitung} sebesar 2,336, nilai t_{tabel} sebesar 1,667. Sehingga $t_{hitung} >$

$t_{\text{tabel}} (2,336 > 1,667)$, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa biaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidimpuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Muhammad Adam yang menjelaskan bahwa harga/biaya berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah haji pada PT. Bank Muamalat¹. Sedangkan Ivany Rachmawati dalam penelitian yang berjudul *analysis of the influence of promotion, price, product, knowledge and religions knowlnde on choosing bank bri syariah in Surabaya* menyatakan bahwa harga tidak menimbulkan pengaruh mengenai keputusan menabung, dikarenakan porsi bagi hasil atau nisbah yang dikeluarkan dari masing-masing berbeda dalam kebijakannya. Hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa variabel harga memiliki signifikansi 0,254².

Kesimpulan, variabel biaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidimpuan. Sehingga untuk menjaga dan meningkatkan keputusan nasabah tabungan haji di PT. Bank Muamalat KC Padangsidimpuan, pihak Bank perlu untuk mengambil kebijakan yang lebih baik terhadap biaya-biaya yang ada pada tabungan haji PT Bank Muamalat KC Padangsidimpuan.

¹ Adam, "Pengaruh Promosi , Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat" (IAIN Metro Lampung, 2021), Hal. 22.

² Ivany Rachmawati, "Ivany Rachmawati, 'Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank BRI Syariah Di Surabaya'" (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2017), Hal. 12.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Haji Pada PT. Bank Muamalat, Tbk KC Padangsidempuan.

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Kualitas Pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan³.

Nilai t_{hitung} sebesar 4,220, nilai t_{tabel} sebesar 1,667. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,220 > 1,667$), maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hartika dan Dewanti yang menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Dan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Wati dan Maisur dkk yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

³ Dahlan, *Kualitas Pelayanan* (Jakarta: Penerbit NEM, 2023), Hal. 32.

menabung⁴.

Kesimpulan, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan. Sehingga untuk meningkatkan keinginan masyarakat menabung pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan, pihak bank harus lebih meningkatkan pelayanan kepada para nasabah.

3. Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Nasabah Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan

Promosi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan sesuatu (barang atau jasa) ke arah yang lebih baik. Menurut Fandy Tjiptono promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan. Selain itu, kegiatan promosi adalah dilakukan supaya produk yang dijual dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, sehingga mereka dapat ikut membeli dan menggunakannya⁵.

Nilai t_{hitung} sebesar 0,786, nilai t_{tabel} sebesar 1,667. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,786 < 1,667$), maka H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

Hasil ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh siti

⁴ Qori Widyasari and Sukaris, "Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Haji Rtjh (Studi Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan)," *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan* 2, no. 2 (2023): 174, <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15447>.

⁵ Yudi Nur Supriadi, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Cendikia Mulia Mandiri, 2023), Hal 17-18.

nafisah dan Dwi Inggit Andasari yang menyatakan bahwa promosi seharusnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dari nasabah⁶. Hal ini dikarenakan dalam kegiatan pemasaran bank Muamalat hanya bersifat sosialisasi, baik sosialisasi di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Untuk penggunaan instrument-instrumen promosi lain belum dimaksimalkan sehingga promosi yang telah dilakukan oleh nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji di Bank Muamalat KC Padangsidimpuan. Hal ini dibuktikan oleh tanggapan responden yang paling banyak menyatakan ragu ragu terhadap promosi yang dilakukan bank Muamalat KC Padangsidimpuan.

Kesimpulan, variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidimpuan. Sehingga untuk meningkatkan tingkat nasabah pada tabungan haji PT. Bank Muamalat harus meningkatkan promosinya melalui media social dan platfrom.

4. Pengaruh Biaya, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidimpuan

Keputusan nasabah adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Pada industri bank tidak mengenakan pembelian akan tetapi keputusan nasabah sebab dalam bank menjual jasa. Sehingga keputusan nasabah disini diartikan sebagai keputusan nasabah

⁶ Dwi Inggit Andasari, "Dwi Inggit Andasari, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Tabungan Haji Dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Tbk KCP Stabat, Skripsi" (Universitas Lampung, 2018), Hal. 12-13.

menggunakan jasa. Dalam keputusan menggunakan jasa, biasanya pelaku erat dikaitkan dengan perilaku dalam pembelian. Beberapa dimensi yang akan diteliti dalam variabel perilaku nasabah adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis Secara simultan menyatakan bahwa terdapat pengaruh antarvariabel biaya, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan⁷

Nilai F_{hitung} sebesar 8,828 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,16. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,828 > 2,16$), maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa biaya, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Fitri Yulianti yang menyatakan bahwa Pengaruh biaya, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah⁸

Kesimpulannya banyak faktor yang dapat membangkitkan keinginan nasabah dalam meningkatkan keputusannya untuk menabung tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan. Melakukan kebijakan terhadap biaya, menjaga kualitas layanan dan meningkatkan promosi sangatlah penting untuk dilakukan karengan dengan hal tersebut tingkat nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan akan meningkat.

⁷ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 2009.Hal. 22.

⁸ Ivany Rachmawati,-Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank BRI Syariah Di Surabaya (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2017), Hal 23.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan. Berdasarkan hasil output dan pembahasan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh biaya terhadap keputusan nasabah dalam menabung tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat perbandingan nilai t_{hitung} sebesar 2,336 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,667. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat perbandingan antara nilai t_{hitung} sebesar 4,220 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,667. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.
3. Terdapat pengaruh biaya terhadap keputusan nasabah dalam menabung tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} sebesar 0,786 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,667. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak.
4. Terdapat pengaruh biaya, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam menabung tabungan haji pada PT. Bank Muamalat KC

Padangsidempuan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat perbandingan nilai t_{hitung} sebesar 8,828 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,16. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Pihak hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan agar menarik minat nasabah untuk melakukan menabung tabungan haji dan umrah pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.
2. Dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam menabung tabungan haji dan umrah pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan hendaknya pihak perusahaan meningkatkan promosi terhadap masyarakat.
3. Sebaiknya pihak perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan dan promosi guna meningkatkan jumlah nasabah untuk menabung tabungan haji dan umrah pada PT. Bank Muamalat KC Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.N, Daulay. “Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2017): 105.
- Abdullah, Reinardo, and Gendy Prijambodo. “Pengaruh Lingkungan Kerja , Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Astra International Tbk Cabang Hr . Muhammad Surabaya.” *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo* 25, no. 3 (2017): 264–80.
- Adam. “Pengaruh Promosi , Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat.” IAIN Metro Lampung, 2021.
- Adam, Muhammad. “Pengaruh Promosi , Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat.” *Journal of Comprehensive Islamic Studies* I, no. 1 (2022): 107–32.
- Agama RI, Departemen. *Data Dan Profil Penyelenggaraan Haji*. Jakarta: Departemen Agama, 2009.
- Ahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Along, Antonius. “Kualitas Layanan Administrasi Akademik Di Politeknik Negeri Pontianak.” *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik* 6, no. 1 (2020).
- Amanuddin, Muhammad. *Meraih Pahala Haji Mabruur Meski Belum Berangkat Haji, Pertama*. Ponorogo: Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Andasari, Dwi Inggit. “Dwi Inggit Andasari, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Tabungan Haji Dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Tbk KCP Stabat, Skripsi.” Universitas Lampung, 2018.
- BPS. “Jumlah Jamaah Haji Tahun 2022.” Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022.
- Bugin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Dahlan. *Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Penerbit NEM, 2023.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Gramedia, 2020.
- Djohan, Agustinus Johannes. *Manajemen Dan Strategi Pembeli*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.

- Gayo, M. Iwan. *Buku Pintar Haji Dan Umrah Edisi 1*. Jakarta: Pustaka Warga Negara, 2000.
- Gusdiandika, Raditya, and Kukuh Sinduwiatmo. "Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo." *KANAL 1*, no. 1 (2012): 1–101.
- H, Herlyani. "Keputusan Nasabah Mengajukan Kredit Usaha Mikro Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengajukan Kredit Usaha Mikro Pada Sahabat UKM-SMF Cabang Samarinda." *Jurnal Administrasi Bisnis 1*, no. 1 (2013).
- Hardiansyah. *Kualitas Pelayanan Publik*. Jakarta: Gava Media, 2011.
- I, Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Kartini, Titin. "Pengaruh Pendapatan Usaha Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Almana)* 1, no. 2 (2017): 63–76.
- Kemenag. *QS. Ali Imran: 97*, 2021.
- . "Tafsir Kemenag Quran Surah Ali Imran Ayat 97." Kementerian Agama, 2021. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Khon, Abdul Majid. *Ulumul Hadist*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Kotler, and Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Yogyakarta: Graha Media, 2009.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama., 2007.
- Kotler, Philp, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Leny, Lince. "Implementasi Kurikulum Merdeka Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Pada Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan." *Prosiding: Sentijkar 1*, no. 1 (2022): 38–49.
- Mandasari. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Syariah Cabang Cirebon, Skripsi."

IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015.

Meinda, Hana. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung," Skripsi." IAIN Tulungagung, 2019.

Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM, 2014.

———. *Model-Model Akad Pembiayaan Di Bank Syariah , (Panduan Teknis Pembuatan Akad /Perjanjian Pembiayaan Pada Bank Syariah)*. Yogyakarta: 2009, 2009.

Mulyawati, Aticha. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji Dan Umroh Pada Bank Muamalat Indonesia Kota Metro Tahun 2018." IAIN Metro Lampung, 2020.

Musorif, M. "Hukum Penggunaan Dana Haji Sebagai Sumber Pendanaan Nasional." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling ...* 4, no. 5 (2022): 1393–1410. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6781%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/6781/5122>.

Nafsiyah, Siti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan IB Hasanah Wadiah (Studi Pada BNI Syariah KCP Rajabasa)." Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019.

Nasution, S. *Metode Research*. Banjarmasin: Antasari Press, 2003.

Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: PT. Grindo Jaya, 2014.

Nurhidayatulloh, Achmad. "Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Jumlah Pendapatan Pada UMKM Sate Aci Mas Bayu Brebes." Politeknik Harapan Bersama, 2021.

Philip, Kotler, and Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2006.

Praja. "Wawancara Dengan Karyawan PT. Bank Muamalat KCP Padangsidimpuan." Bank Muamalat, 2021.

———. "Wawancara Dengan Pak Ardi," 2023.

Pramesti, Getut. *Kupas Tuntas Data Penelitian Dengan SPSS 22*. Jakarta: PT. Ellex Media Komputindo, 2014.

- Priyanto, Duwi. *Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Media, 2012.
- Putribasutami, Chindy Audina, and R.A Paratamita. “Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, no. 3 (2018).
- Rachmawati, Ivany. “Ivany Rachmawati, ‘Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank BRI Syariah Di Surabaya.’” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2017.
- Rahmawati, Cindy, Della Fitriani, Fadillatul Haira, and Maya Panorama. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang).” *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Budaya, Teknologi Dan Pendidikan* 1, no. 7 (2022): 1073–88.
- Rahmi, Asri Noer. “Perkembangan Pariwisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.” *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020): 1–22.
- Romantim, Anida. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat KCP Kediri, Skripsi.” IAIN Tulangagung, 2021.
- Sari, Putri Indah, and Pani Akhirudin Siregar. “Pengaruh Produk, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Di BSI KCP Bagan Batu Rokan Hilir Riau (Studi Kasus SMA Al-Mujahidin).” *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI* 10, no. 1 (2023): 324–31.
- Schiffman, G Leon, and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks, 2008.
- Soleh. *Dinamika Perilaku Nasabah Perbankan Syariah*. Jakarta: Latansa Mashiro, 2023.
- Sufirayati, and Fanny Nailufar. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh.” *Jurnal Ihtiyath* 2, no. 1 (2018): 6.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta: Bandung, 2013.

- Sujarwen, Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Press, 2019.
- Supriadi, Yudi Nur. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- Swasta, Basu, and Irawan. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.
- Syahada, FEBI UIN. *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (SYAHADA) Padangsidempuan*. Padangsidempuan: UIN SYAHADA, 2023.
- Tjipto, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi OFFSET, 2005.
- Tolan, Mita Sari, Frendy A.O Pelleng, and Aneke Y. Punuindoong. “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Mita (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado).” *Productivity* 2, no. 5 (2021): 360–64.
- Unonongo, Wulanytha, Deasy Warouw, and Lingkan Tulung. “Fungsi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung Di Kota Manado.” *E-Journal Acta Diurna* 4, no. 5 (2018): 1–12. <https://www.neliti.com/id/publications/92615/fungsi-promosi-dalam-meningkatkan-daya-beli-gadget-samsung-di-kota-manado>.
- Widyasari, Qori, and Sukaris. “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Haji Rtjh (Studi Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan).” *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan* 2, no. 2 (2023): 174. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15447>.
- Wilyani, I Wayan, and Putu Lia Muliani. *Uji Persyaratan Analisis*. Jawa Timur: Klik Media, 2020.
- Wirawan, Andi Andika, Herman Sjahrudin, and Nurlaely Razak. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee Di Kabupaten Bone Andi.” *Jurnal Organisasi Dan Manajemen* 1, no. 1 (2019).

LAMPIRAN:

A. Data Mentah Penelitian

1. Keputusan Nasabah

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

36	4	4	5	4	17
37	5	5	4	4	18
38	5	4	5	4	18
39	5	5	5	5	20
40	3	5	5	5	18
41	5	4	5	4	18
42	4	3	4	3	14
43	4	5	3	4	16
44	5	3	4	4	16
45	4	5	3	5	17
46	4	5	5	3	17
47	4	5	4	5	18
48	3	4	5	4	16
49	5	4	5	5	19
50	5	5	5	4	19
51	5	4	4	4	17
52	5	5	5	5	20
53	5	4	4	4	17
54	5	4	4	4	17
55	5	4	5	5	19
56	4	4	4	4	16
57	5	4	4	5	18
58	4	5	5	4	18
59	5	4	3	5	17
60	5	4	4	4	17
61	4	5	5	5	19
62	5	4	4	4	17
63	4	4	5	5	18
64	5	5	4	5	19
65	5	4	5	4	18
66	5	5	5	4	19
67	5	4	5	4	18
68	4	5	5	5	19
69	4	3	4	5	16
70	2	5	4	4	15
71	4	4	4	5	17
72	5	5	4	4	18
73	4	3	4	4	15

2. Variabel Biaya (X1)

No.	X1.1	X1.2	Total
1	5	4	9
2	5	5	10
3	5	4	9
4	4	4	8
5	5	5	10
6	5	5	10
7	5	4	9
8	4	5	9
9	5	5	10
10	4	5	9
11	5	5	10
12	4	4	8
13	5	4	9
14	5	5	10
15	4	4	8
16	5	5	10
17	4	4	8
18	5	5	10
19	5	4	9
20	4	5	9
21	5	4	9
22	4	5	9
23	4	4	8
24	4	5	9
25	3	4	7
26	5	5	10
27	5	4	9
28	4	5	9
29	4	4	8
30	4	5	9
31	5	4	9
32	4	4	8
33	5	4	9
34	4	4	8
35	5	4	9
36	5	5	10
37	4	5	9
38	4	4	8

39	4	4	8
40	5	5	10
41	5	4	9
42	5	5	10
43	5	4	9
44	4	5	9
45	4	4	8
46	4	4	8
47	4	4	8
48	5	5	10
49	5	4	9
50	5	5	10
51	4	3	7
52	4	4	8
53	5	4	9
54	5	5	10
55	5	4	9
56	5	5	10
57	4	4	8
58	5	5	10
59	4	4	8
60	5	5	10
61	4	3	7
62	5	3	8
63	5	4	9
64	5	4	9
65	5	5	10
66	5	4	9
67	4	5	9
68	4	5	9
69	4	5	9
70	5	5	10
71	5	4	9
72	5	4	9
73	5	5	10

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

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

39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	4	5	24
41	4	5	4	4	2	19
42	3	4	3	4	2	16
43	5	3	4	4	5	21
44	3	4	4	5	4	20
45	5	3	5	5	5	23
46	5	5	3	3	5	21
47	5	4	5	4	4	22
48	4	5	4	3	5	21
49	4	5	5	5	4	23
50	5	5	4	4	3	21
51	4	4	4	3	5	20
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	5	5	22
54	4	4	4	5	5	22
55	4	4	4	4	5	21
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	5	21
58	5	5	4	5	4	23
59	4	4	5	4	5	22
60	5	5	4	5	4	23
61	5	4	5	5	4	23
62	5	4	4	5	5	23
63	4	5	5	4	4	22
64	4	5	4	4	4	21
65	4	5	5	5	4	23
66	4	5	5	4	4	22
67	5	4	5	5	5	24
68	5	5	4	4	5	23
69	5	5	5	5	4	24
70	5	4	5	4	4	22
71	4	5	4	5	4	22
72	4	4	5	5	5	23
73	5	5	4	5	5	24

4. Variabel Promosi (X3)

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

39	4	4	5	4	5	22
40	4	5	4	5	5	23
41	5	5	5	5	5	25
42	5	4	5	4	5	23
43	4	4	5	4	5	22
44	3	4	2	4	4	17
45	4	4	5	4	4	21
46	4	5	4	5	5	23
47	5	5	5	5	5	25
48	3	3	5	3	4	18
49	5	4	4	4	4	21
50	4	3	5	5	3	20
51	5	5	4	5	5	24
52	4	4	3	4	5	20
53	4	3	5	3	5	20
54	5	5	5	5	5	25
55	4	5	5	5	5	24
56	4	5	5	5	5	24
57	4	5	4	5	5	23
58	4	4	4	4	4	20
59	4	5	4	5	5	23
60	5	4	5	4	4	22
61	4	5	4	5	4	22
62	5	5	5	4	4	23
63	4	4	5	5	5	23
64	5	5	4	4	5	23
65	4	4	4	5	4	21
66	5	5	4	4	5	23
67	4	4	5	5	4	22
68	5	5	5	4	5	24
69	4	4	4	4	4	20
70	4	5	4	4	4	21
71	5	5	4	4	4	22
72	5	4	4	5	5	23
73	5	4	5	5	4	23

B. Output Uji Validitas

1. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.Total
Y.1	Pearson Correlation	1	-.001	.059	.033	.553**
	Sig. (2-tailed)		.993	.571	.755	.000
	N	73	73	73	73	73
Y.2	Pearson Correlation	-.001	1	.144	.086	.566**
	Sig. (2-tailed)	.993		.169	.415	.000
	N	73	73	73	73	73
Y.3	Pearson Correlation	.059	.144	1	-.104	.529**
	Sig. (2-tailed)	.571	.169		.320	.000
	N	73	73	73	73	73
Y.4	Pearson Correlation	.033	.086	-.104	1	.455**
	Sig. (2-tailed)	.755	.415	.320		.000
	N	73	73	73	73	73
Y.Total	Pearson Correlation	.553**	.566**	.529**	.455**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	73	73	73	73	73

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

2. Variabel Biaya (X1)

		Correlations		
		X1.1	X1.2	X1.Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.077	.709**
	Sig. (2-tailed)		.463	.000
	N	73	73	73
X1.2	Pearson Correlation	.077	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.463		.000
	N	73	73	73
X1.Total	Pearson Correlation	.709**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	73	73	73

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

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.092	.172	.128	.239*	.603**
	Sig. (2-tailed)		.381	.098	.223	.021	.000
	N	73	73	73	73	73	73
X2.2	Pearson Correlation	.092	1	.007	.107	.034	.462**
	Sig. (2-tailed)	.381		.948	.307	.746	.000
	N	73	73	73	73	73	73
X2.3	Pearson Correlation	.172	.007	1	.113	.100	.509**
	Sig. (2-tailed)	.098	.948		.279	.338	.000
	N	73	73	73	73	73	73
X2.4	Pearson Correlation	.128	.107	.113	1	.034	.513**
	Sig. (2-tailed)	.223	.307	.279		.746	.000
	N	73	73	73	73	73	73
X2.5	Pearson Correlation	.239*	.034	.100	.034	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.021	.746	.338	.746		.000
	N	73	73	73	73	73	73
X2.Total	Pearson Correlation	.603**	.462**	.509**	.513**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	73	73	73	73	73	73

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

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

4. Variabel Promosi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.201	.080	.045	.068	.502**
	Sig. (2-tailed)		.054	.446	.668	.518	.000
	N	73	73	73	73	73	73
X3.2	Pearson Correlation	.201	1	-.137	.518**	.238*	.685**
	Sig. (2-tailed)	.054		.191	.000	.022	.000
	N	73	73	73	73	73	73
X3.3	Pearson Correlation	.080	-.137	1	.029	.073	.380**
	Sig. (2-tailed)	.446	.191		.783	.484	.000
	N	73	73	73	73	73	73
X3.4	Pearson Correlation	.045	.518**	.029	1	.090	.609**
	Sig. (2-tailed)	.668	.000	.783		.392	.000
	N	73	73	73	73	73	73
X3.5	Pearson Correlation	.068	.238*	.073	.090	1	.545**
	Sig. (2-tailed)	.518	.022	.484	.392		.000
	N	73	73	73	73	73	73
X3.Total	Pearson Correlation	.502**	.685**	.380**	.609**	.545**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	73	73	73	73	73	73

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

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

C. Uji Reliabilitas

1. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.655	4

2. Variabel Biaya (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	2

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.687	5

4. Variabel Promosi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.698	5

D. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keputusan_Nasabah	73	14.00	20.00	17.7204	1.24556
Biaya	73	7.00	10.00	9.0215	.79370
Kualitas_Pelayanan	73	16.00	25.00	22.3226	1.51199
Promosi	73	17.00	25.00	22.2473	1.57877
Valid N (listwise)	73				

E. Uji Linearitas

1. Variabel Biaya (X1)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Nasabah * Biaya	Between Groups	(Combined)	15.902	3	5.301	3.720	.014
		Linearity	10.307	1	10.307	7.233	.009
		Deviation from Linearity	5.595	2	2.798	1.963	.146
	Within Groups	126.829	69	1.425			
Total			142.731	72			

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Nasabah * Kualitas_Pelayanan	Between Groups	(Combined)	43.790	7	6.256	5.374	.000
		Linearity	24.914	1	24.914	21.403	.000
		Deviation from Linearity	18.877	6	3.146	2.703	.059
	Within Groups	98.941	65	1.164			
Total			142.731	72			

3. Variabel Promosi (X3)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Nasabah * Promosi	Between Groups	(Combined)	13.472	8	1.684	1.094	.375
		Linearity	.674	1	.674	.438	.510
		Deviation from Linearity	12.798	7	1.828	1.188	.318
	Within Groups	129.259	66	1.539			
Total			142.731	72			

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.09345259
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.043
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
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.

2. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	12.259	2.919		4.199	.000		
	Biaya	-.344	.147	-.219	-2.336	.022	.983	1.017
	Kualitas_Pelayanan	.326	.077	.396	4.220	.000	.984	1.016
	Promosi	.058	.074	.073	.786	.434	.994	1.006

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

3. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-1.063	1.806		-.588	.558		
	Biaya	.144	.091	.166	1.578	.118	.983	1.017
	Kualitas_Pelayanan	.035	.048	.076	.723	.472	.984	1.016
	Promosi	-.007	.046	-.017	-.158	.875	.994	1.006

a. Dependent Variable: Abs_RES

G. Uji Regresi Linear Berganda

1. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	12.259	2.919		4.199	.000
	Biaya	.344	.147	.219	2.336	.022
	Kualitas_Pelayanan	.326	.077	.396	4.220	.000
	Promosi	.058	.074	.073	.786	.434

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.732	3	10.911	8.828	.000 ^b
	Residual	109.999	69	1.236		
	Total	142.731	72			

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan, Biaya

3. R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.429	.303	1.31173

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan, Biaya

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : PRAJA ASHARI
2. NIM : 17 401 00127
3. Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi, 28 Juli 1997
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Kewarganegaraan : Indonesia
6. Status : Mahasiswa
7. Agama : Islam
8. Alamat Lengkap : KP. Pasaman, Dsn. Kampung Pasir 2,
Tapus. Pd. Gelugur
9. Telp.HP : 082275741724

II. DATA ORANG TUA

1. Nama Ayah : Dolok
2. Nama Ibu : Erni Sofia Gabena Siregar
3. Alamat : KP. Pasaman, Dsn. Kampung Pasir 2,
Tapus. Pd. Gelugur
4. No. Hp : 082174322500

III. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. 2005-2011 : SD Negri 14 Sentosa Padang Gelugur
2. 2011-2014 : SMPN 1 Rao Kabupaten Pasaman
3. 2014-2017 : SMAN 1 Rao Kabupaten Pasaman
4. 2017-2024 : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan



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 : 1459 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2024 24 Juli 2024
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth;

1. Hamni Fadilah Nasution, M.Pd : Pembimbing I
2. Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, kami menetapkan judul skripsi mahasiswa dibawah ini :

Nama : Praja Ashari
NIM : 1740100127
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC. Padangsidempuan.**

diharap kepada Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing mahasiswa tersebut.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Penunjang



Hasibuan, M.Si

00604.1.004

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



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 : 1478 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2024
Tipe : Biasa
Jumlah : 1 berkas
Kategori : Mohon Izin Riset

24 Juli 2024

Revisi: Pimpinan Bank Muamalat Indonesia KC. Padangsidempuan.
Padangsidempuan

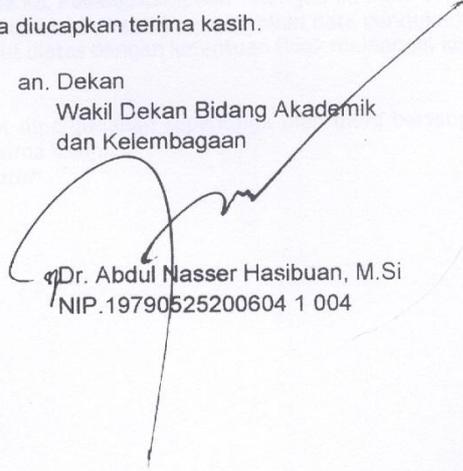
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang disebut dibawah ini:

Nama : Praja Ashari
NIM : 1740100127
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC. Padangsidempuan**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

embusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

No. : 031/B/KC PSP-SRT/VII/2024

Padangsidimpuan, 26 Juli 2024 M
20 Muharam 1446 H

kepada Yth:
Dekan FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
di Tempat

Perihal : **Keterangan izin riset**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Semoga ALLAH SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-NYA kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin YRA.

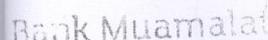
Sehubungan dengan surat dari Dekan FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan nomor 1478/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2024 tanggal 24 Juli 2024 perihal izin Riset yang menerangkan:

Nama : Praja Ashari
NIM : 1740100127
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

dengan judul skripsi "**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kc. Padangsidimpuan**" dengan ini kami sampaikan *mohon kami terima dan berikan izin* untuk melakukan *riset* serta pengambilan data pendukung yang diperlukan untuk selesainya judul skripsi tersebut diatas dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank.

Demikianlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
KANTOR CABANG PADANGSIDIMPUAN


Rusdi KANTOR CABANG PADANGSIDIMPUAN
At. BRANCH MANAGER

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Kantor Cabang Padang Sidempuan
Jl. Baginda Oloan / Gatot Subroto No. 08
Padang Sidempuan 22718

T 0634 - 22999
F 0634 - 27437
E www.bankmuamalat.co.id

www.muamalatbank.com